



FACULTAD DE POSGRADOS

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCENTIVAR LA CULTURA DE
RECICLAJE EN LA CIUDAD DE QUITO, COMO PARTE DEL PROYECTO DE
LA INICIATIVA PARA EL RECICLAJE INCLUSIVO (IRR)

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Magister en Dirección de Comunicación Empresarial
e Institucional

Profesor Guía

Mgs. Gioconda Gabriela Egas Paredes

Autora

Ana María Arroyo Álvarez

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Gabriela Egas Paredes
Magíster en Planificación y Dirección Estratégica
C.C.: 1708109697

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro(amos) haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Liza Antonieta Bahamonde Zúñiga
Magíster en Relaciones Internacionales
C.C.: 1717342990

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citados las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Ana María Arroyo Álvarez
C.C.: 1707428999

AGRADECIMIENTO

A mi hija, Rafaela, por su amor y paciencia.

A mi mamá, Paulina, por su incondicional apoyo.

A Gabriela, por su interés y dedicación a lo largo de este proceso.

A todas las personas que me ayudaron compartiendo información, experiencias y su conocimiento en este tema: Paula Guerra, Geovanna Polo, Felipe Toledo, Pablo Zapata y los recicladores del CEGAM La Delicia.

Muchas gracias.

DEDICATORIA

A los recicladores y recicladoras que trabajan incansablemente, y sobre todo, a aquellos que tuve el gusto de conocer y compartieron conmigo su historia.

RESUMEN

La propuesta de un Plan Estratégico de Comunicación para incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito nace del proyecto “Generando capacidades y colaboración para la formalización del reciclaje inclusivo en la gestión de residuos en Ecuador” de la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, IRR 2015-2017.

La IRR fue creada con el fin de integrar y reconocer a los recicladores informales dentro de los mercados formales de reciclaje en América Latina y el Caribe. Esta Iniciativa tiene como socios fundadores al Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), la División de Agua y Saneamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Coca-Cola América Latina, Fundación Avina, la Red Latinoamericana de Recicladores (Red-LACRE) y PepsiCo Latinoamérica.

El documento, en su primer capítulo, introduce brevemente la gestión de los residuos sólidos municipales, dentro de un panorama mundial, nacional y local en la ciudad de Quito. Se presenta información y datos que sustentan la complejidad de la Gestión Integrada de Residuos Sólidos (GIRS) y la necesidad de enfrentar y discutir el tema, así como de difundir información a la ciudadanía para poner en práctica mejores hábitos en cuanto al desecho de éstos. La gestión de residuos es un tema ambiental, de salud pública, de gestión de recursos y social.

En el siguiente capítulo, se trata acerca de la comunicación y la cultura de reciclaje. Establece en primera instancia una relación entre conocimiento y cultura, para contrastar posteriormente la cultura con los hábitos de consumo, y en consecuencia, los hábitos de desecho de los residuos sólidos. En segunda instancia, se analiza la importancia de la comunicación así como las herramientas que pueden facilitar y sostener un proceso de cambio cultural. La

construcción de una cultura de reciclaje se deriva de la necesidad de encaminar la sociedad hacia un futuro sostenible.

El tercer capítulo presenta la investigación realizada para la elaboración del plan de comunicación, cuyo enfoque fue tener un acercamiento a los hábitos de separación de residuos en los hogares, identificar el nivel de conocimiento sobre la cadena de reciclaje, conocer las percepciones que tienen los ciudadanos respecto de los recicladores, el trabajo que realizan y la información que reciben sobre el tema.

El plan de comunicación propuesto tiene como hilo conductor un *lobbying* indirecto dirigido a los ciudadanos, con el objetivo de levantar el interés, proveer información útil para separar adecuadamente los materiales potencialmente reciclables y comprometer a la ciudadanía hacia un cambio cultural. La acción colectiva de la ciudadanía tiene la capacidad de movilizar medios de comunicación, gobierno central y local e industrias en Quito, hacia un reciclaje inclusivo.

ABSTRACT

The idea to draft a Strategic Communications Plan to promote a recycling culture in Quito, has its origin in the Regional Initiative for Inclusive Recycling, IRR (abbreviation in spanish) project for 2015-2017, “Capacity building and collaboration to achieve the formalization of inclusive recycling in Ecuador’s solid waste management”.

The IRR was created in order to incorporate and recognize informal waste pickers in the formal recycling market in Latin America and the Caribbean. The Initiative was founded by the Multilateral Investment Fund (FOMIN), Water and Sanitation Division of the Inter-American Development Bank (IDB), Coca-Cola Latin America, Avina Foundation, the Recyclers’ Latin American Network (Red-LACRE, abbreviation in spanish) and PepsiCo Latin America.

The document presents an overview of residential solid waste management around the world and, from a national and local point of view, in Quito. Through the use of data and facts, it shows the complexity around an Integrated Solid Waste Management (ISWM) and the need to address this issue and disseminate information that helps citizens improve habits regarding solid waste disposal. The main argument is that SWM is an environmental, a public health, a resource management and social issue.

The next chapter is on communication and a recycling culture. Firstly, a connection is established between knowledge and culture in order to contrast culture further on with consumerism habits, and in consequence, solid waste disposal habits. Secondly, it analyzes the importance of communication, and explores communication tools that might facilitate and foster a cultural change, are explored. Finally, building a recycling culture is necessary to aim society towards a sustainable future.

The third chapter presents the research that was carried out in order to design the communication plan. It focused on approaching waste sorting habits at home, identifying the knowledge regarding the recycling supply chain, and research citizens' perceptions on waste pickers, their work and recycling information in general.

The communication plan's connecting thread is indirect lobbying, aimed towards citizens with the object of creating awareness on the subject, providing useful information in order to facilitate waste sorting from potentially recyclable material and promote people's commitment towards a cultural change. The citizen's collective action has the potential to mobilize media, central and local government and the industries towards inclusive recycling.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Capítulo I: La Gestión de los Residuos Sólidos	2
1.1 Un sector en desarrollo	17
1.2 El contexto nacional	21
1.3 El contexto local en el DMQ	25
1.4 La realidad invisible de los recicladores	31
2. Capítulo II: Comunicación y cultura de reciclaje	36
2.1 El conocimiento y su vinculación con la cultura	36
2.2 Cultura de reciclaje	43
2.3 Sobre las funciones de la comunicación	48
2.4 Hacia el desarrollo sostenible	59
3. Capítulo III: La cultura de reciclaje en la ciudad de Quito	61
3.1 Objetivos de la investigación	61
3.2 Análisis previo	62
3.2.1 Análisis documental	63
3.2.2 Análisis de suficiencia de la IRR	69
3.2.3 Análisis de contenidos y canales de difusión de EMASEO EP	73
3.2.4 Análisis de la iniciativa ciudadana RECI VECI	74
3.2.5 Análisis de la RENAREC	75
3.3 Investigación	75
3.4 Tabulación y síntesis de datos obtenidos	79
3.5 Conclusiones y recomendaciones	99

4. Capítulo IV: Propuesta	102
4.1 Objetivo general	102
4.2 Objetivos específicos	102
4.3 Análisis FODA	103
4.4 Mapa de públicos	105
4.5 Plan Estratégico de Comunicación	107
4.5.1 Matriz Estratégica	108
4.5.2 Matriz de Acciones	109
4.5.3 Cronograma general	123
4.5.4 Cronograma detallado.....	124
4.5.5 Matriz de presupuesto	136
4.5.6 Matriz de evaluación	146
5. Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	151
Referencias	154
Anexos	159

INTRODUCCIÓN

En Ecuador y en el mundo, la actividad de recolección de residuos sólidos reciclables se ha llevado a cabo durante décadas. Constituye un servicio público que beneficia: a los municipios, reduciendo costos al disminuir la cantidad de residuos sólidos que se trasladan a los rellenos sanitarios para su tratamiento; al medio ambiente, al impedir que material potencialmente reciclable contamine el suelo, aire y agua en su proceso de descomposición; a las industrias, que tienen la posibilidad de adquirir materia prima más barata y ahorrar el consumo energético; beneficia también a los ciudadanos, al brindar un servicio de recolección diferenciada en toda la ciudad, inclusive en lugares donde el municipio no puede hacerlo.

El trabajo de los recicladores es un trabajo en silencio, en muchos casos, en condiciones deplorables que los mantiene en un estado vulnerable, excluidos, discriminados y rechazados por la sociedad. Es una labor que demanda un esfuerzo físico elevado, jornadas laborables interminables, largas distancias por recorrer, dificultad para trasladar el material, además de riesgos físicos, químicos, biológicos y otros que atentan contra su salud. Es una actividad casi invisible, poco remunerada y no reconocida.

Todas las personas generan residuos sólidos, en todo tipo de actividad, sean estas básicas como son la alimentación, vestimenta, salud, entretenimiento, o comerciales y otras. Del total de residuos sólidos municipales generados, alrededor del 25% constituye material potencialmente reciclable.

A pesar de ser un tema de gran importancia y de responsabilidad compartida, no todos los hogares ponen en práctica la separación de residuos sólidos como parte de su rutina. El elevado nivel de consumo en una era de inmediatez, de lo desechable, de obsolescencia programada, contrasta con que al mismo tiempo los recursos son cada vez más escasos. Y la contaminación de mayor magnitud.

El reciclaje es cultura. Está relacionado con el conocimiento, las creencias, los valores, los prejuicios, los hábitos, el estilo de vida, y finalmente, la forma de desechar lo ‘inútil’.

Este documento presenta una propuesta para incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito, como parte del Proyecto de la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, a través de un plan estratégico de comunicación.

1. CAPÍTULO I : La Gestión de los Residuos Sólidos

La gestión integral de residuos sólidos (GIRS) consiste en abordar la gestión de residuos sólidos (GRS) con una visión amplia, tomando en cuenta a todos los actores que participan en ella, con la selección y aplicación de tecnología adecuada y el establecimiento de una licencia social entre las autoridades municipales encargadas de la GRS y la comunidad. Para alcanzar una GRS efectiva, la GIRS se sostiene sobre un elevado profesionalismo por parte de los gestores de residuos sólidos y el reconocimiento del rol crítico que cumplen con la comunidad, el ecosistema y los empleados (Hoorweg & Bhada-Tata, 2012, pp. 25-26). Constituye un reto a nivel mundial debido a la creciente cantidad de residuos generados y a la cada vez más limitada capacidad de los rellenos sanitarios. El incremento de residuos sólidos generados se debe principalmente al aumento de la población, la concentración en zonas urbanas y el desperdicio de material potencialmente reciclable que no es recuperado.

El 53% de la población mundial total reside en zonas urbanas (United Nations, World Urbanization Prospects, 2014). Generalmente, la gestión de residuos sólidos urbanos es responsabilidad de los gobiernos locales y representa la partida presupuestaria más elevada de la gestión municipal, sobre todo en países en vías de desarrollo (Hoorweg & Bhada-Tata, 2012, p. 1). Existen cuatro aspectos que contribuyen a que el servicio de recolección tenga un costo elevado. En primer lugar, la frecuencia, puesto que debe funcionar todos

los días del año, evitando la acumulación de residuos que se convierten en una fuente de contaminación perjudicial para la población, atraen plagas y enfermedades, y pueden provocar inundaciones. En segundo lugar, la dispersión, debido a que gran parte de los residuos municipales son retirados puerta a puerta. Tercero, el servicio requiere de un alto número de empleados para su funcionamiento. Por último, mientras más sofisticado sea el servicio de recolección, mayor será el costo del mismo.

La recolección constituye únicamente una parte en la gestión de residuos sólidos. Los procesos posteriores también constituyen un costo elevado y requiere un alto nivel de tecnificación para llevar a cabo un tratamiento adecuado y minimizar el impacto ambiental, así como es necesario el espacio de terreno suficiente para su disposición final. De acuerdo a un estudio realizado por el Banco Mundial, los rellenos sanitarios constituyen el 12% del total de emisiones de metano a nivel global y los residuos post-consumo constituyen casi el 5% del total mundial de gases con efecto invernadero GHG (Hoornweg & Bhada-Tata, 2012).

La vida útil de un relleno sanitario depende de la población en el área urbana y la tasa de crecimiento de la misma, el volumen de desechos sólidos recolectados diariamente así como de la densidad de los residuos sólidos (sin compactación, compactados recientemente o una vez estabilizados en el relleno, posterior a la extracción de lixiviados).

El estudio también revela una relación directa entre el estrato económico y los residuos generados, a nivel mundial. A mayor nivel de ingresos, mayor generación de basura, así como un incremento en el consumo de materiales inorgánicos con respecto a los orgánicos. Es decir, que los estratos económicos más altos, consumen una mayor cantidad de productos que generan residuos sólidos, entre ellos, material potencialmente reciclable. El estilo de vida (consumo y disposición de residuos) de una población, tiene un impacto en la vida útil del relleno sanitario en su localidad.

El gráfico a continuación muestra la relación entre consumo y generación de residuos. El incremento se evidencia principalmente en un mayor consumo de papel, un material potencialmente reciclable.

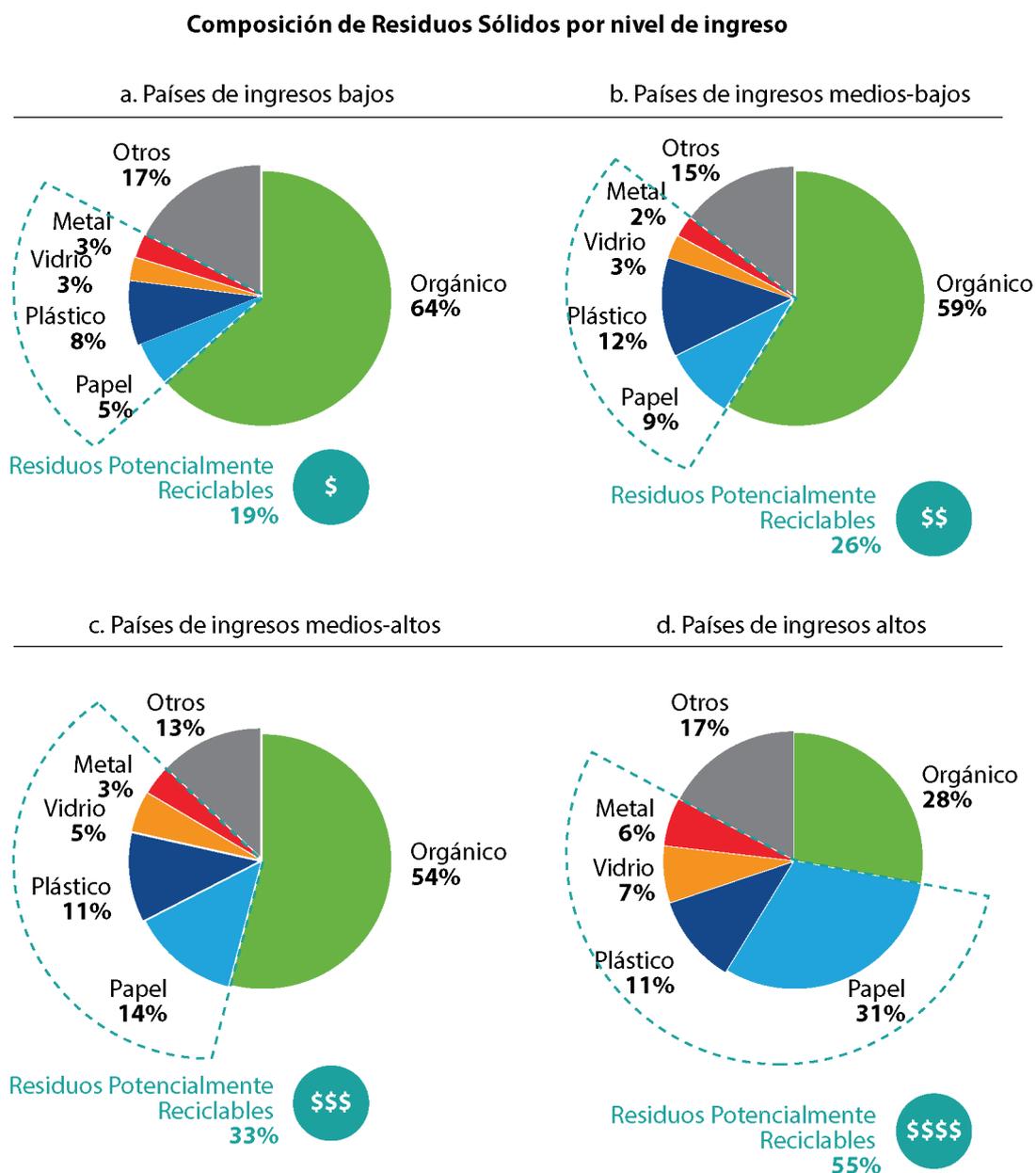


Figura 1. Composición de Residuos Sólidos Mundiales por nivel de ingreso (bajo, medio-bajo, medio-alto, alto)

Adaptado de Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 19

A partir de la misma investigación se estima que la cantidad de residuos sólidos municipales tendrá un incremento de 1.3 billones de toneladas por año al 2012 (1.2 kg/cápita/día), a 2.2 billones de toneladas por año al 2025, equivalente a casi el doble en un periodo de catorce años. De igual manera, se estima un incremento en el costo de \$205.4 billones a \$375.5 billones en la Gestión de Residuos Sólidos.

Para Hoornweg y Bhada-Tata, la participación de la comunidad es esencial para reducir los costos de gestión de residuos, con una cultura de reciclaje, aumenta las posibilidades de planificación de residuos, el traslado a rellenos sanitarios y otros (2012, p. 5). Además, la separación de residuos potencialmente reciclables desde la fuente, aumenta la posibilidad de introducir el material nuevamente en la cadena productiva y su valor en el mercado de reciclaje.

Los residuos domésticos, normalmente están compuestos por residuos no peligrosos como restos de comida, papel, cartón, plásticos, textiles, cuero, restos de poda y jardinería, madera, vidrio, metal, cenizas, residuos especiales (por ejemplo bultos, equipos electrónicos, electrodomésticos, baterías, aceite, llantas), residuos residenciales peligrosos (como pinturas, aerosoles, tanques de gas, residuos que contienen mercurio, aceite automotriz, productos de limpieza) y basura electrónica (como teléfonos celulares, computadores, televisiones) (Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 7).

La prolijidad en la separación de residuos desde la fuente impacta en la cantidad total de material reciclable y la calidad de los materiales secundarios que pueden ser suministrados. Los residuos reciclables recuperados de desechos mezclados, por ejemplo, tienden a estar contaminados, reduciendo las posibilidades de que estos sean comercializados. Sin embargo, la separación desde la fuente y la recolección diferenciada puede añadir costos al proceso de recolección de residuos (Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 14, traducción propia)

En la gestión de residuos sólidos, no es posible deshacerse de los residuos como tal. La disposición final debe procurar minimizar los impactos negativos que puedan afectar al medio ambiente y a los ciudadanos. Para “eliminar” los residuos, existen distintos mecanismos. Uno de ellos es el traslado de desechos recolectados a rellenos sanitarios para su compactación, de la cual posteriormente se puede recuperar energía, o para su incineración, que provoca un alto índice de contaminación en el aire. En otros casos, los desechos son depositados en botaderos a cielo abierto en quebradas o ríos, que es la opción menos deseada, debido a que se convierten en un foco de contaminación de fuentes de agua, aire y suelo.

La gestión de residuos sólidos en definitiva, es un tema social, ambiental, de salud pública y de gestión de recursos.

En la Comunidad Europea por ejemplo, se han planteado metas comunes para enfrentar los retos en la gestión integral de residuos sólidos como las siguientes:

- Reciclar el 65% de residuos municipales al 2030,
- Reciclar el 75% de residuos provenientes de empaques al 2030,
- Reducir a un 10% la cantidad de residuos municipales depositados en rellenos sanitarios,
- Medidas concretas para promover la reutilización de materiales reciclables a nivel industrial,
- Incentivos económicos para productos ambientalmente conscientes en el mercado y apoyar procesos de recuperación y reciclaje de materiales más contaminantes. (European Comission, 2016)

En Estados Unidos, mientras tanto, se evidencian acciones concretas frente a la creciente generación de residuos y los impactos ambientales que conlleva. En el mes de junio de 2016, la ciudad de San Francisco, California, tomó

medidas radicales frente al tratamiento de los envases de poliestireno, muy utilizado por sus características térmicas y bajo costo pero que comúnmente no es reciclable. Otras ciudades se sumaron a la prohibición de este material, sin embargo, la votación en San Francisco es importante debido a que pretende eliminar su uso y comercialización hasta enero del 2017. Para julio del 2017, la fabricación, venta y distribución de envases en poliestireno será ilegal. (Macdonald, 2016) El problema de este material es que tiene un ciclo de vida muy corto debido a su fragilidad. Demora años en descomponerse en los rellenos sanitarios, mientras se deshace fácilmente en los océanos, donde los peces lo confunden con comida, provocando graves impactos ambientales. (The Times Editorial Board, 2016)

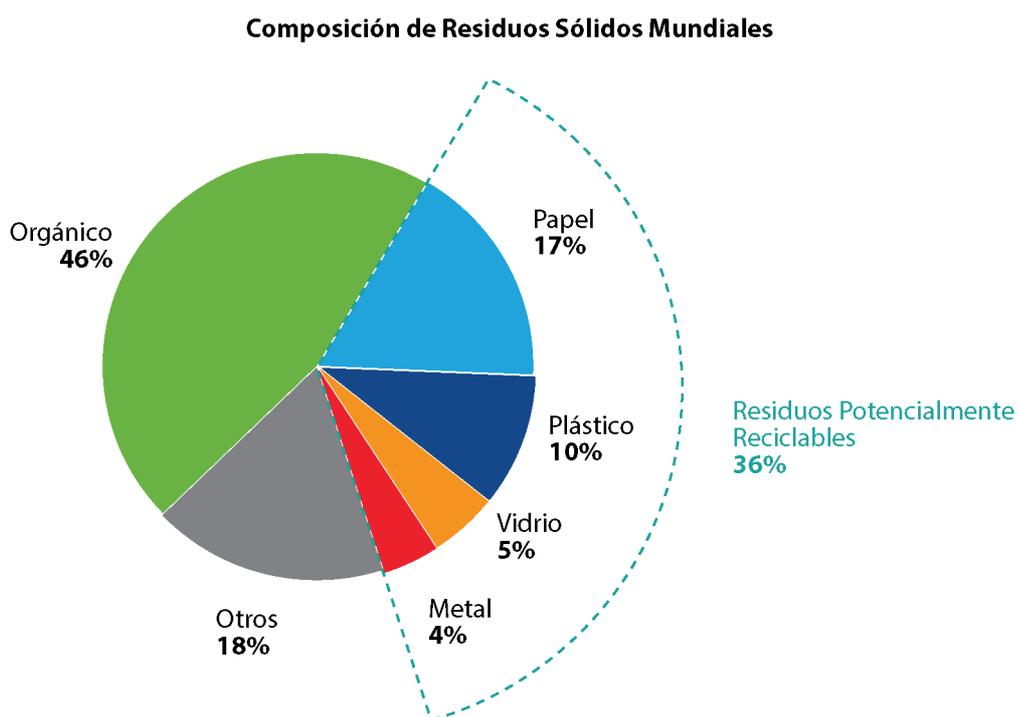


Figura 2. Composición de Residuos Sólidos Mundiales
Adaptado de Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 17

De acuerdo a Hoorneg y Bhada-Tata (2012), los países en vías de desarrollo continúan gastando gran parte de su presupuesto en costos asociados a la recolección de residuos, mientras en países desarrollados se invierte más en costos relacionados a la disposición final de los mismos.

Alrededor del 50% de Residuos Sólidos Municipales generados son residenciales, y su recolección suele ser más costosa debido a que se encuentra ubicada de manera dispersa. A nivel mundial, cerca de la cuarta parte corresponde a material potencialmente reciclable. (Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 3) La composición de residuos sólidos varía de un país a otro y de ciudad a ciudad, dependiendo del nivel promedio de ingresos económicos, el estilo de vida y la cultura de reciclaje.

Los residuos residenciales provienen del consumo diario de alimentos, aseo, vestimenta, medicinas o insumos relacionados a la salud, uso de aparatos electrónicos, y otros. Es decir que provienen de prácticamente todas las actividades que realiza un ser humano y de los envases, envoltorios o embalajes de la mayor parte de productos adquiridos. La generación de residuos se produce el momento en que los consumidores desechan todo aquello que ha dejado de ser útil para ellos y es comúnmente conocido como basura. Los residuos sólidos residenciales están compuestos generalmente de residuos orgánicos (comida, madera y restos de poda), papel y cartón, vidrio, plástico, metal (todos ellos potencialmente reciclables) y otros materiales (cerámica, textiles, cuero, caucho, huesos, cenizas, bultos, entre otros).

En la tabla a continuación se muestra un resumen de la tipificación de residuos sólidos municipales (Urdaneta G. & Sáez, 2014, p. 121-135). Para los municipios, la recopilación de datos precisos de los desechos recolectados presenta un alto grado de dificultad debido a la diversidad de materiales que componen los residuos sólidos. Generalmente se contempla aproximaciones y proyecciones para el cálculo.

Tabla 1.

Tipificación de los residuos sólidos municipales

Tipificación de los residuos sólidos municipales (%) en países seleccionados en vías de desarrollo

	País / Ciudad	Cartón y Papel	Metal	Vidrio	Textiles	Plásticos	Orgánicos y putrescibles	Otros e inertes	Referencia
América Latina y El Caribe	Rep. Dominicana	8	-	-	-	9	75	-	Peralta et al (2011)
	Barbados	20	-	-	-	9	59	12	
	Belice	5	5	5	-	5	60	20	
	Costa Rica	20,7	2,1	2,3	4,1	17,7	49,8	3,3	
	Perú	7,5	2,3	3,4	1,5	4,3	54,5	25,9	
	Caracas**	22,3	2,9	4,5	4,1	11,7	41,3	11,2	OPS (2005)
	Asunción	10,2	1,3	3,5	1,2	4,2	58,2	19,9	
	Ecuador	9,6	0,7	3,7	-	4,5	71,4	-	
	Guatemala	13,9	1,8	3,2	0,9	8,1	63,3	8,8	
	México	20,9	3,1	7,6	4,5	8,4	44	11,5	

Información no disponible ** No se tiene información para toda Venezuela, se toma solamente la ciudad de Caracas. (Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud: División de Salud y Ambiente, 2005), (Peralta, Rosario, & Aurelyn y Vélez, 2011), Hui *et al.* (2006).

Adaptado de Urdaneta G. & Sáez, 2014

El principal problema respecto de los residuos sólidos reside en la percepción que tienen las personas respecto de sus propios residuos, puesto que consideran que el destino final de los mismos, se encuentra en su tacho de basura, donde termina además, su responsabilidad respecto al material adquirido. Sin embargo, es allí, en su lugar de origen, donde los residuos inician su recorrido.

Aquellos materiales de desecho que no son reincorporados en la cadena productiva por medio del reciclaje, generalmente terminan en botaderos, rellenos sanitarios o fuentes de agua. Inician su proceso de descomposición, que puede tardar mucho tiempo y ser contaminante.

A continuación se encuentra algunos desechos residenciales no peligrosos, frecuentemente desechados y que constituyen residuos potencialmente reciclables.

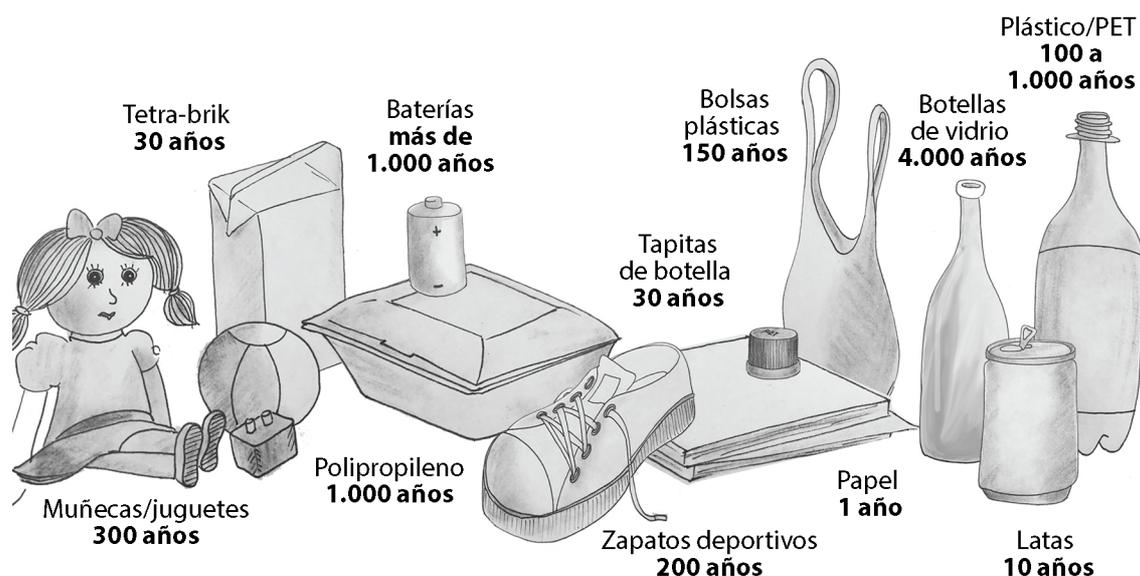


Figura 3. Tiempo de descomposición de algunos desechos residenciales

La manera en que los residuos son desechados, determina su destino final. De hecho, el problema de percepción está vinculado al hábito de desechar en lugar de aprovechar los productos, envases o materiales que ya no necesitan. La cultura de reciclaje empieza por cambiar lo que las personas entienden por basura y la manera en que perciben su relación con los materiales de desecho en el proceso de gestión de residuos sólidos.

En las zonas urbanas, los desechos sólidos residenciales son depositados en la vereda o en contenedores cercanos, y posteriormente, retirados por el servicio de recolección de residuos sólidos, sea este un servicio privado o público. Los recicladores, quienes en su mayoría trabaja de forma independiente e informal, deben adelantarse a los camiones de basura para recuperar la mayor cantidad de residuos sólidos reciclables. Cuando en los hogares no se realiza la separación de residuos, los recicladores se ven obligados a escarbar en la basura. Tanto el municipio como los recicladores trasladan el material recolectado a un centro de acopio para clasificar los residuos y trasladarlos a su destino final.



Figura 4. Servicio de recolección de RS de EMASEO EP en Quito

- a) Servicio mecanizado de contenedores
- b) Servicio de recolección no diferenciada a pie de vereda

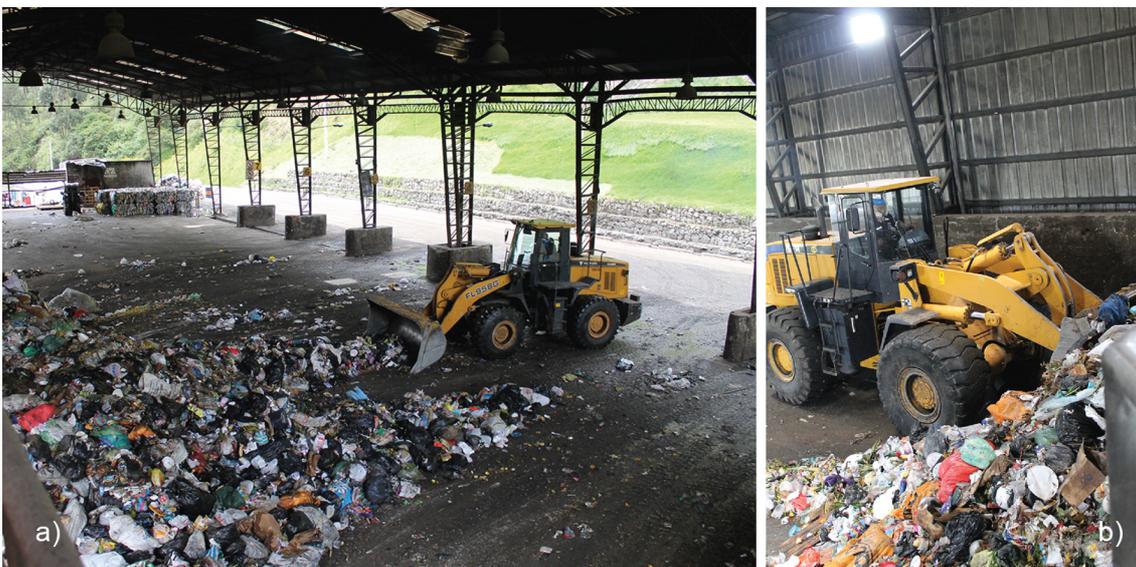


Figura 5. Transferencia de residuos en Quito - EMGIRS

- a) Estación Norte (izquierda)
- b) Estación Sur (derecha)



Figura 6. Relleno Sanitario El Inga

- a) Compactación de residuos sólidos
- b) Extracción de lixiviados
- c) Planta de tratamiento
- d) Almacenamiento biogás

En el caso de los Municipios, cuando los residuos sólidos son trasladados a un relleno sanitario, toneladas de basura son depositadas y acumuladas por capas. Al compactar, se asienta el material y posteriormente se extraen y tratan los lixiviados que se generan, producto de la descomposición de la materia. En Quito, se extrae biogás, que supone un procedimiento costoso y altamente técnico pero que permite aprovechar en parte los residuos generados. Los rellenos sanitarios traen consigo problemas ambientales, contaminando el suelo y el aire, y pueden inclusive afectar fuentes de agua debido a filtraciones. Residuos como el plástico, vidrio, chatarra y otros materiales tardan muchos años en descomponerse. Los terrenos alrededor de los rellenos sanitarios pierden valor, y una vez que hayan llegado al límite de su capacidad total, es un espacio inutilizable por muchos años más. Los rellenos sanitarios requieren

de un alto consumo de energía para trasladar, compactar y tratar los desechos sólidos, así como de otros recursos, tales como el terreno que ocupan y otros. (European Comission, 2016)

En los países en desarrollo, la mayor parte de residuos sólidos reciclables son recolectados por recicladores informales, el mercado no está regulado y existen una gran cantidad de intermediarios así como grandes fluctuaciones en los precios de los RSR. En cambio, en los países más desarrollados, existe un nivel de tecnificación más elevado y el nivel de selección es mayor. (Hoornweg & Bhada-Tata, 2012, p. 5)

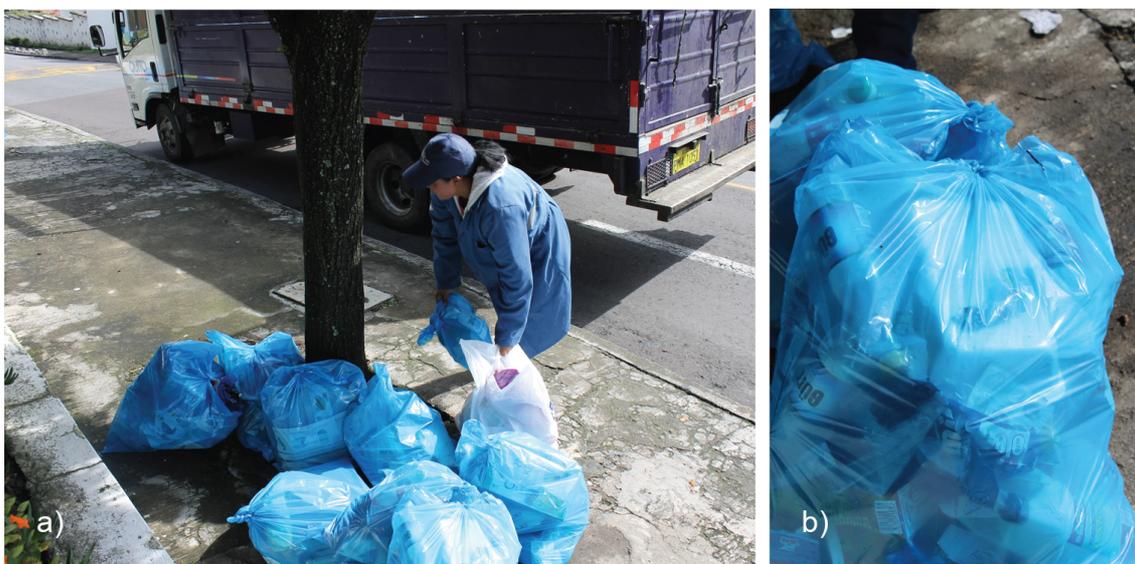


Figura 7. Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda

- a) Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda en Barrio Quito Tennis
- b) Funda plástica de EMASEO EP con material potencialmente reciclable



Figura 8. Centro de Educación y Gestión Ambiental, Administración Zonal La Delicia

- a) Instalaciones
- b) Selección por tipo de material
- c) Cartón embalado para venta
- d) Botellas PET embaladas para venta
- e) Recicladores trabajando al regreso de la recolección

El material recuperado por los recicladores es clasificado para su posterior venta, revalorización y reincorporación del material en la cadena productiva. La venta generalmente se realiza directamente a distintas industrias o reduciendo el número de intermediarios en el proceso. El precio de los residuos sólidos reciclables dependen en gran parte del tipo de material y sus condiciones, por ejemplo que esté limpio, caso contrario no se aprovecha su potencial para ser reciclado. “El 2.2% de los residuos municipales es formalmente recuperado y reciclado”, y “el 90% de los materiales reciclados para uso industrial son recogidos por recolectores informales” (IRR, 2015).

Se debe tomar en cuenta que, a diferencia de los servicios de recolección que brinda el Municipio, los recicladores normalmente se movilizan a pie y logran recuperar la cantidad de material que puedan trasladar en costales al hombro, cajas o coches con ruedas. Para llevar el material a sus hogares, o a centros de acopio en el caso de los recicladores asociados, deben contratar el servicio de transporte, un costo importante para el desarrollo de su actividad. Por esta razón los recicladores más vulnerables, se ven obligados a vender el material directamente en la calle a intermediarios que se movilizan por la ciudad en búsqueda de recicladores y al precio más bajo del mercado. Los recicladores asociados tienen mayores posibilidades de obtener maquinaria que les permite compactar los residuos clasificados, acumular mayor cantidad de toneladas y vender el material a un mejor precio directamente a las industrias interesadas.

La Gestión de Residuos Sólidos incluye el proceso de recolección, clasificación, almacenamiento, transporte, tratamiento, recuperación y disposición final. Por otro lado, al hablar de Gestión Integrada de Residuos Sólidos, se trata de procesos sostenibles e inclusivos que tomen en cuenta tanto a todos los actores que participan o inciden en la GRS. La cadena de reciclaje o revalorización de los Residuos Sólidos Reciclables es una parte fundamental dentro de este proceso.

La revalorización de residuos sólidos reciclables tiene un impacto positivo a nivel ambiental, económico y social, y representa un beneficio para los municipios, las empresas y toda la población. Sin embargo, y a pesar de la importancia que tiene la cadena de reciclaje, la cultura de reciclaje es aun débil. El Director superior del Departamento de Práctica Mundiales de Desarrollo Social, Urbano, Rural y Resiliencia del Grupo Banco Mundial, Ede Ijjasz-Vasquez, lo resume claramente “No se trata únicamente de soluciones técnicas. Existen impactos climáticos, de salud y de seguridad, al igual que consideraciones sociales importantes; desde la inclusión de recicladores informales, hasta el cambio en los patrones de conducta, de tal manera que la gente y la sociedad se motiven a reducir y reciclar los residuos” (Banco

Mundial, 2016). La cultura de reciclaje está vinculada al desarrollo de los países.

En la misma manera en que existe un problema de percepción con respecto a los residuos sólidos y un desconocimiento sobre los procesos necesarios para la disposición final de RS, ocurre lo mismo con respecto a la cadena de reciclaje. Se cree que los recicladores constituyen el primer eslabón, sin tomar en cuenta el rol y responsabilidad que tienen los ciudadanos como *generadores* en la fuente de origen de los desechos. La cadena de reciclaje inicia con prácticas ambientalmente conscientes, y en general, ampliamente difundidas como Reduce, Reusa y Recicla. Sin embargo se encuentra desconectada de los procesos posteriores, es decir que la relación del consumidor con los desechos sólidos que él mismo genera termina en el tacho de basura, indistintamente si practica la separación de residuos o no. Una vez que los residuos sólidos salen del hogar, desaparecen de la mente de los ciudadanos.

La ciudadanía se encuentra desvinculada con respecto a la Gestión de Residuos Sólidos, los recursos que requiere y sus implicaciones. Se desconoce también la labor y beneficios que se derivan del trabajo realizado por los recicladores desde el punto de vista económico, tanto para las empresas como los gobiernos locales, y para el medio ambiental. Se desconoce los riesgos que enfrentan los recicladores y sus necesidades, así como la manera adecuada de separar los residuos para garantizar las condiciones del material potencialmente reciclable.

Algunos factores inciden en la cultura del reciclaje, por un lado, la desinformación, desmotivación, falta de conciencia y la invisibilización de los impactos sociales, económicos y medio ambientales, producto de no reciclar los desechos sólidos. Puede inclusive, que se perciba como una moda o un estilo de vida a elegir, en lugar de ser considerado una necesidad inminente de reducir la cantidad de desechos generados, impulsar un consumo más

consciente, optimizar procesos de producción y asumir la responsabilidad de minimizar el impacto en el planeta.

La sostenibilidad de la cadena de valor del reciclaje, y la formalización de un mayor número de recicladores dependen en gran medida de la participación activa y comprometida de los consumidores dentro de la Gestión Integral de Residuos Sólidos y, para ello, se requiere lograr cambios en el nivel de conocimiento, las percepciones, hábitos y finalmente en el comportamiento de las personas. Para fortalecer la cultura del reciclaje es necesario informar, concienciar e incentivar a la población respecto del Reciclaje Inclusivo, la cadena de reciclaje y los recicladores.

1.1 Un sector en desarrollo

El reciclaje es un sector en desarrollo debido a cuatro causas principales (IRR, 2013):

En primer lugar, el incremento en la cantidad de residuos sólidos generados frente a una capacidad limitada de los rellenos sanitarios, que requiere una reducción en el volumen de material recopilado. En América Latina y el Caribe, se estima que cada habitante genera un promedio de 1.1 kg de desechos por día. Es la tercera región que más desechos genera, con 160 millones de toneladas por año, que constituyen el 12% a nivel mundial, después de los países que conforman la OCDE (44%) y Asia Oriental y el Pacífico (21%) (Hoorweg & Bhada-Tata, 2012, p. 9).

En segundo lugar, existen avances importantes a nivel gubernamental en toda la región respecto de la Gestión Integral de Residuos Sólidos, mediante políticas, leyes y regulaciones bajo estrategias y objetivos nacionales y locales. Muchas de ellas reconocen la importancia de la cadena de reciclaje y el aporte de los recicladores en beneficio de la sociedad, el medio ambiente, las industrias y gobiernos. Adicionalmente se evidencian avances en cuanto a la

capacidad de organización de recicladores y el diálogo entre dichas organizaciones y las autoridades gubernamentales.

La tercera causa, relacionada al ámbito empresarial, se refiere a la creciente escasez de materias primas y la necesidad de optimizar procesos en busca de la sostenibilidad. La demanda de materiales reciclables es cada vez mayor, debido a que bajan los costos de producción con respecto a la transformación de materia prima virgen. Se estima que el mercado de metales reciclados es de 400 millones de toneladas anuales, mientras el de papel y cartón asciende a 175 millones de toneladas por año (Hoorweg & Bhada-Tata, 2012, p. 27). De acuerdo a datos de la Universidad de Massachusetts, en promedio, al utilizar materiales reciclados se requiere 17 veces menor cantidad de energía que al utilizar materia prima virgen (University of Massachusetts, Amherst, 2006).

Por último, frente al desempleo y las crisis económicas en la región, un mayor número de personas busca sustento económico a través de esta actividad. Se estima que aproximadamente cuatro millones de personas (IRR, 2013) se dedican a la recolección, separación y comercialización de material reciclable como sustento económico en América Latina y el Caribe. El porcentaje de recicladores que se encuentran organizados, que reciben un sueldo fijo y se encuentran afiliados al seguro de asistencia social, es aún muy bajo. En la región, existen 1.000 organizaciones que agrupan recicladores, y pese a que recopilan un porcentaje importante de RSR, se estima que reciben apenas el 5% del valor generado en la cadena productiva del reciclaje.

Desde el punto de vista social, los recicladores son una población vulnerable, expuestos permanentemente a un alto nivel de riesgo por las condiciones laborales y sufren discriminación por parte de la población. Debido a que los desechos generados en empresas y domicilios no se encuentran correctamente separados ni limpios, las condiciones de trabajo los hacen vulnerables a muchos riesgos y a una baja remuneración por su trabajo. “Aunque estos trabajadores forman la base de la cadena de valor de la industria del reciclaje,

recuperando entre 50% y 90% de los materiales reciclables utilizados en la industria o exportados de la región, sólo reciben un estimado del 5% de las ganancias.” (IRR, 2015). Se los conoce como recicladores, cartoneros, minadores.

De acuerdo a datos recopilados por la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, solo en América Latina se producen 370 mil toneladas de residuos sólidos; es decir que aproximadamente 92.500 toneladas corresponde a material potencialmente reciclable.

Desde el punto de vista ambiental, existen Residuos Sólidos Reciclables (RSR) que tardan muchos años en descomponerse como el vidrio o la chatarra. Otros son contaminantes para el suelo y fuentes de agua, originando como consecuencia enfermedades y daños irreparables que afectan tanto a los animales como a los seres humanos, como las pilas, baterías o algunos tipos de plásticos. Este último, y otros menos contaminantes, tienen la posibilidad de ser reutilizados como materia prima para la fabricación de nuevos productos, si son adecuadamente recuperados.

En el caso del aluminio por ejemplo, el costo de fabricación a partir de materiales vírgenes es mucho mayor que al utilizar material reciclado, al igual que el consumo de energía y el nivel de contaminación. El ahorro de energía en la fabricación de latas de aluminio es significativo y puede llegar hasta el 90-95% si se utiliza material reciclado. En el caso del vidrio, el ahorro varía entre un 35-50%, con la ventaja que el material puede ser reciclado una infinidad de veces sin perder sus cualidades. (University of Massachusetts, Amherst, 2006)

En conclusión, el reciclaje trae consigo beneficios económicos para las empresas obteniendo materias primas más baratas, y para los recicladores como sustento y actividad económica. La separación de residuos constituye una mejora importante en las condiciones en las cuales trabajan. El reciclaje además genera un ahorro para los municipios debido a que parte de los

Residuos Sólidos generados no son trasladados ni procesados en los rellenos sanitarios, extendiendo la vida útil de los mismos.

Dentro de este proceso o cadena de reciclaje, participan los Gobiernos, las empresas, los recicladores y la sociedad civil, que serán descritos más adelante. En los últimos años, se ha creado una mayor conciencia respecto al medio ambiente, la generación de basura, el reciclaje y los recicladores. Sin embargo, el porcentaje de material potencialmente reciclable desperdiciado es aún elevado y las condiciones de trabajo de los recicladores requieren de mayor compromiso de todos los actores. A través del reciclaje inclusivo se pretende alinear las acciones de las partes involucradas en la cadena de valor y la Gestión de Residuos Sólidos Reciclables. La articulación de los ejes normativos, organizativos, comunicacionales y de responsabilidad social ciudadana permitirán minimizar el impacto ambiental por la generación de basura, obtener mayores beneficios económicos para los Gobiernos y las empresas, así como beneficios sociales para todas las personas que buscan un sustento diario mediante esta actividad, como prestadores de servicios en el aseo de las ciudades, sin mayor reconocimiento de su labor.

Tomando en cuentas estas condiciones, en el año 2011 nace la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR) con el objetivo de mejorar las condiciones de los recicladores en la Región, apoyar su incorporación al mercado formal del reciclaje y fomentar políticas públicas inclusivas. La IRR está conformada por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y la División de Agua y Saneamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Coca-Cola América Latina, Fundación Avina, la Red Latinoamericana de Recicladores (Red-LACRE) y PepsiCo Latinoamérica.

1.2 El contexto nacional

En el Ecuador se han tomado algunas medidas que, desde lo legislativo, favorecen el reciclaje inclusivo y que promueven un impacto social, económico y ambiental.

De acuerdo a la Red Nacional de Recicladores del Ecuador (RENAREC), existen 20.000 recicladores a nivel nacional que brindan servicio a 221 Municipios en el país. Actualmente la Red agrupa a 1.500 recicladores asociados a través de 40 organizaciones a nivel nacional, equivalente al 7.5% del total de recicladores que trabajan en el país. (RENAREC, 2015)

El 83% corresponde a una población económica activa y, su trabajo constituye un ahorro para los Municipios a nivel nacional de \$2.000,000 (dos millones de dólares) anuales en la recolección de RSR. Del total de desechos sólidos generados, aproximadamente el 25% constituye material potencialmente reciclable; actualmente se recupera apenas el 24% de éste. (Guerra, 2016)

En Ecuador se procesa vidrio, papel, cartón, plásticos y chatarra y se conoce que el 50% de material de reciclaje es recuperado manualmente por los recicladores. Esto quiere decir que se ven obligados a separar el material potencialmente reciclable (RSR) de la basura común, para su sustento diario. A nivel nacional, el 38% de los hogares separa sus residuos. De acuerdo a datos del Ministerio de Ambiente del Ecuador, MAE y el Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos, PNGIDS, en el país se genera 4,1 millones de toneladas métricas al año de residuos sólidos urbanos, gestionados por los 221 Municipios Autónomos Descentralizados Municipales, GADM. Es decir que aproximadamente un millón de toneladas métricas al año corresponde a material potencialmente reciclable. El 48% de RS se generan en las cuatro ciudades principales: Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta (IRR, 2015, p. 11).

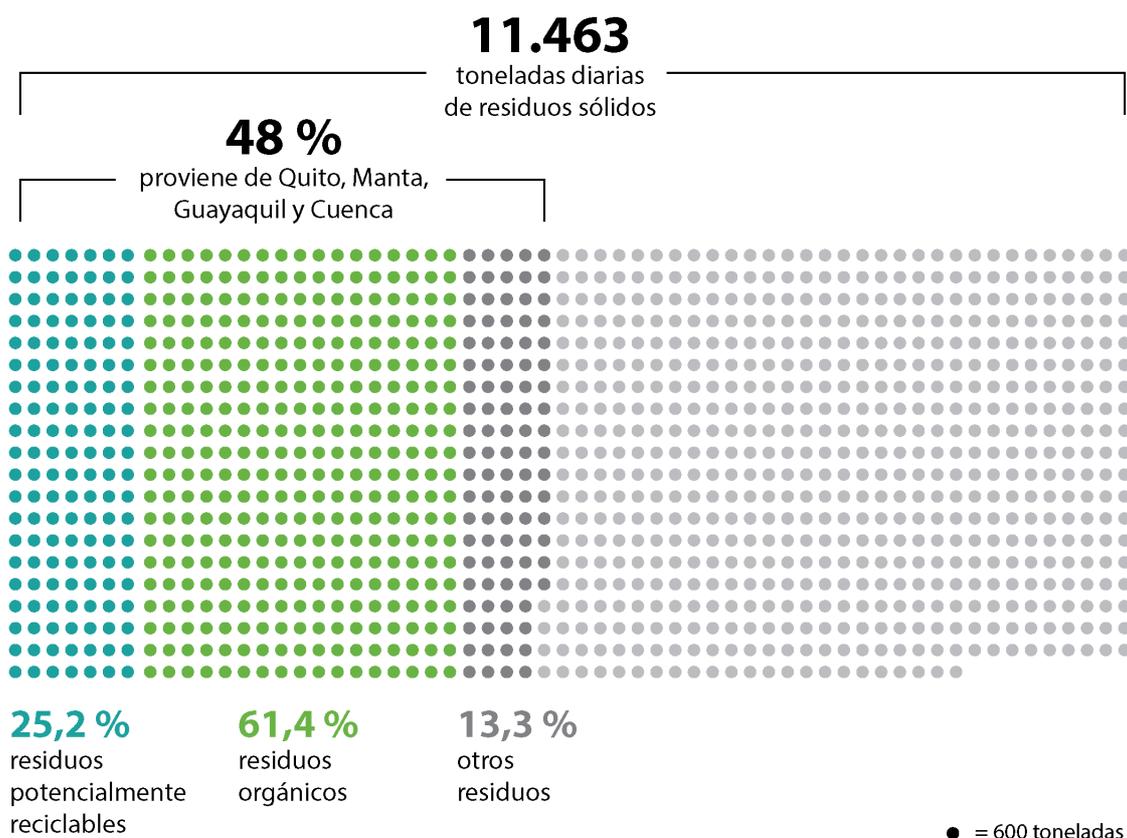


Figura 9. Generación y composición de desechos sólidos en el Ecuador

Adaptado de IRR, 2015, p. 31-32

En el año 2008, el Gobierno Central establece como competencia exclusiva de los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales (GADs) la aplicación de una Gestión Integral de Residuos Sólidos como parte del servicio que prestan.

El Plan del Buen Vivir, 2013-2017, plantea promover “patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia” (IRR, 2015, p. 18) a fin de reducir el uso de material innecesario, fomentar la reutilización y optimizar el reciclaje y clasificación en la fuente.

En el 2015, dentro del Texto Unificado de Legislación Secundaria, Medio Ambiente, Libro VI-TULAS- “Establece la obligatoriedad del generador de residuos sólidos no peligrosos de realizar procesos de separación en la fuente” (IRR, 2015, p. 19). Esta normativa es sumamente importante resaltar para este proyecto y sirvió como precedente a la Ordenanza 332 en el Distrito Metropolitano de Quito, que establece la obligatoriedad que tienen los ciudadanos de separar sus residuos sólidos en la ciudad, aún cuando no exista un servicio del municipio disponible en su zona.

La ordenanza es un reconocimiento al valor que aporta el trabajo que realizan los recicladores, así como la responsabilidad ambiental y económica que tiene la ciudadanía en la gestión integral de residuos sólidos y la responsabilidad social de mejorar las condiciones laborales de los recicladores mediante la separación.

Este marco normativo demuestra un avance importante hacia la Gestión Integral de Residuos Sólidos, asignando responsabilidades respecto de los Residuos Sólidos (RS) y la Gestión de Residuos Sólidos Reciclables (GRSR), incorporando a los ciudadanos en el proceso, un elemento indispensable para el aprovechamiento de materiales potencialmente reciclables.

La Tabla 2 muestra un resumen del marco normativo en el Ecuador, recopilado por el estudio de la IRR. Algunas líneas están resaltadas para facilitar la lectura.

El estudio de la Iniciativa Regional incluye dentro de sus conclusiones que, pese a tener un marco legal y el servicio de recolección diferenciada, no se ha logrado aún el debido cumplimiento ni control del mismo.

Tabla 2.**Marco legal y normativo a nivel nacional y local****Gobierno Nacional****Ley de Gestión Ambiental, 1999**

- La Ley de Gestión Ambiental establece como uno de los principios el reciclaje y la reutilización de desechos, así como también, establece como facultad de la Autoridad Ambiental Nacional el controlar la verificación de cumplimiento de normas de calidad ambiental, en donde se incluye lo referente a desechos.

Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017

- Establece la **promoción de patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes** con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta, estableciendo como estrategia el optimizar el reciclaje y la clasificación de residuos en la fuente, así como el disminuir el uso de embalajes innecesarios, fomentando su reutilización.

Texto Unificado de Legislación Secundaria, Medio Ambiente, Libro VI –TULAS-, 2015

- **Establece la obligatoriedad del generador de residuos sólidos no peligrosos de realizar procesos de separación en la fuente.**

Políticas Ambientales

- Política de Buenas Prácticas Ambientales en Entidades Públicas, 2010. Se establece la obligatoriedad para la clasificación en la fuente de papel/cartón, plástico, metal, vidrio, desechos orgánicos y desechos peligrosos.
- Políticas Generales para la Gestión Integral de Plásticos en el Ecuador, 2014. Se establecen los lineamientos para la producción del sector de plástico mediante el fomento de producción más limpia, eficiencia energética, responsabilidad social, bajo el principio de prevención y responsabilidad extendida. Se promueve la reutilización, reciclaje y la gestión en el post consumo de plásticos.
- Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado, 2011. Se crea el Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Retornables con la finalidad de disminuir la contaminación ambiental y estimular el proceso de reciclaje. La tarifa establecida para este impuesto por cada botella plástica gravada es de dos centavos de dólar de los Estados Unidos de América del Norte, valor que se devuelve en su totalidad a quien recolecte, entregue y retorne las botellas.

Gobierno Local**Quito, Ordenanza 332****Gestión Integral de Residuos**

- **Establece la obligatoriedad de la diferenciación de residuos sólidos por parte del generador en residuos orgánicos, residuos reciclables, y no aprovechables.**
- Establece los lineamientos para el reciclaje de residuos sólidos inorgánicos: aluminio, papel / cartón, plásticos, vidrio.
- Establece que **aún cuando la municipalidad no provea el servicio de recolección diferenciada, el generador está obligado a realizar la separación en la fuente** si existen gestores ambientales autorizados que presten el servicio en la zona.
- **Promueve la creación de condiciones adecuadas para que recicladores laboren en un ambiente laboral sano.**

Economía Popular y Solidaria

- **Reconoce la actividad de recicladores como una actividad fundamental y de relevancia para la GIRS** y por ende establece programas y proyectos que propendan a la inclusión económica y social de recicladores.

Otro dato importante de este estudio es que, en el Ecuador, “los domicilios aportan con el 70% de los residuos del país” (IRR, 2015, p. 33) que contrasta con el promedio mundial del 50%.

Esto demuestra la importancia de centrar las estrategias de comunicación para incentivar la cultura de reciclaje desde los hogares.

1.3 El contexto local en el Distrito Metropolitano de Quito

Existen distintos mecanismos de recolección de los desechos sólidos residenciales. En el Distrito Metropolitano de Quito, DMQ los más comunes para la recolección de desechos generales, sin segregación de RSR, son el servicio puerta a puerta o no mecanizada (234 rutas) y la recolección mecanizada desde contenedores (4.520 contenedores en la ciudad hasta fines del 2016, de acuerdo a datos de EMASEO EP).

La recolección diferenciada de material potencialmente reciclable está disponible por medio del Servicio de Recolección Selectiva - a pie de vereda y Puntos Limpios, ubicados en lugares de mayor congregación (centros comerciales y otros) y únicamente disponible en ciertos sectores de la ciudad.

Los desechos sólidos recopilados por el Municipio son trasladados a dos centros de transferencia, la Estación de Transferencia norte, ubicada en Zámbriza y la Estación de Transferencia Sur en la Av. Simón Bolívar, en el sector de San Martín. En la Estación Norte se permite el acceso a recicladores para que recuperan manualmente el material potencialmente reciclable, aunque gran parte se encuentra contaminada y por ello no es posible reincorporarlo a la cadena de valor, mientras en la Estación de Transferencia Sur no se permite la entrada de recicladores a escarbar la basura.

Se calcula el peso de las toneladas de RS recolectados y posteriormente, los residuos son trasladados al Relleno Sanitario del Inga para su tratamiento y

disposición final. Los desechos se recubren con una geo membrana que impide la filtración de líquidos lixiviados y biogás al suelo natural, minimizando los niveles de contaminación. En el Relleno Sanitario del Inga se depositan y compactan diariamente capas de desechos sólidos urbanos provenientes de todo el DMQ.

Los rellenos sanitarios tienen efectos negativos en el medio ambiente debido a las emisiones que se producen como resultado de la descomposición de los desechos y posible filtraciones al suelo, fuentes de agua y aire. Además constituyen un foco de infección para afectaciones respiratorias, proliferación de plagas como ratas que afectan a los barrios cercanos al relleno, donde normalmente habitan personas con bajos recursos, debido a que el valor predial tiende a ser menor por los motivos expuestos anteriormente.

Se conoce que el Relleno Sanitario del Inga recibe cerca de 2.000 toneladas diarias de basura (EMASEO, EP, s.f.) y ha estado en funcionamiento desde el año 2003. En el año 2015 se anunció que el Relleno se encontraba al 80% y llegando a su límite de capacidad, lo que implicaría que el Municipio deberá ubicar un nuevo lugar para la disposición final de los desechos sólidos urbanos en aproximadamente 5 años. (Guarachi, 2015)

El manejo y gestión de residuos sólidos en la ciudad se realiza de manera más técnica desde hace algunos años que se implementó el Programa Nacional de Gestión de Residuos Sólidos, en abril del 2010. (MAE, 2010)

El Municipio creó a partir del 2013, los Centros de Educación y Gestión Ambiental, donde los recicladores clasifican y almacenan los residuos recolectados mediante el Servicio de Recolección Selectiva – a pie de vereda. Los recicladores que forman parte de los CEGAM retiran las fundas de residuos diferenciados de las veredas y puntos limpios.

Los adultos mayores que trabajan en los CEGAM tienen la posibilidad de dedicarse a la clasificación, de tal manera evitar o minimizar el esfuerzo que normalmente deben realizar al caminar y cargar peso. El trabajo de recolección la realizan los adultos más jóvenes, y las ganancias se dividen por igual a todos los miembros del centro. Luego se compacta y embala el material que se encuentra en condiciones de ser comercializado y se procede a la venta directa del mismo.

Se hace evidente cómo la separación de residuos desde la fuente implica una mejora en las condiciones del trabajo de los recicladores. En el caso de aquellos recicladores que trabajan en un CEGAM, tienen la ayuda del Municipio para disponer de un medio de transporte y un espacio para el almacenamiento. La realidad es distinta para aquellos recicladores que deben recolectar el material a pie, contratar transporte por su cuenta para trasladar los residuos recuperados a sus domicilios, clasificar y posteriormente vender el material, generalmente a intermediarios. Este es el caso del 99% de recicladores en Quito. (Guerra, 2016)

Mediante la Ordenanza Metropolitana 332, aprobada el 11 de noviembre del 2010, en la Sección III, Artículo 89, se reconoce la actividad que realizan los recicladores como “fundamental y de gran relevancia dentro del sistema de gestión integral de residuos sólidos” (Secretaría del Ambiente, 2010, p. 34) así como la creación de los Centros de Educación y Gestión Ambiental (CEGAM), con el apoyo del Municipio de Quito, para coordinar, entre otras actividades, las organizaciones de Gestores ambientales calificados de Menor Escala (GME).

De acuerdo a los datos recopilados hasta agosto del 2015, 86 ex minadores se han incorporado como Gestores Ambientales a través de los CEGAM (desde el 2013), lo que equivale al 2.53% del total de recicladores estimado en la ciudad de Quito: 63 a través de los Centros de Educación y Gestión Ambiental (CEGAM) y 22 mediante el servicio de Recolección Selectiva – A pie de

vereda, calificados como Gestores de Menor Escala (GME) (Núñez, Coordinador de Gestión Socio Ambiental de EMASEO EP, 2015).

Su incorporación como Gestores Ambientales les ha permitido acceder a un salario digno, afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social –IESS- y mejores condiciones de trabajo, contribuyendo a una mejor calidad de vida para ellos y sus familias.

De acuerdo a datos de la RENAREC, en Quito trabajan alrededor de 3.400 recicladores, de los cuales más del 70% son mujeres, en su mayoría, jefes de hogar. Menos del 10% forma parte de una asociación que les permite trabajar de manera organizada, recibir un sueldo y afiliación al IESS.

La Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito, EMASEO EP, implementó en el 2013 el servicio de Recolección Selectiva – A pie de vereda en el barrio Quito Tennis como proyecto piloto, y desde entonces, se han recuperado 333.56 toneladas (t) de Residuos Sólidos Reciclables (RSR), a junio del 2015. El servicio se ha extendido a quince barrios residenciales de la ciudad a septiembre del 2016.

En el reporte consolidado, se evidencia que el volumen total de toneladas recuperadas en Quito se ha duplicado en cuatro años, de 110.15 toneladas en el 2013 hasta 222.28 toneladas en lo que va del 2016. Sin embargo, también se evidencia que existe una tendencia recurrente a recuperar, en promedio, una menor cantidad de RSR por barrio, con el paso del tiempo. En los barrios Quito Tennis y Balcones del Norte, al entrar en el tercer año de servicio, se evidencia una disminución de material recuperado, lo que puede constituir una amenaza a la sostenibilidad del proyecto en el largo plazo y constituye una barrera para incorporar nuevos gestores al mismo.

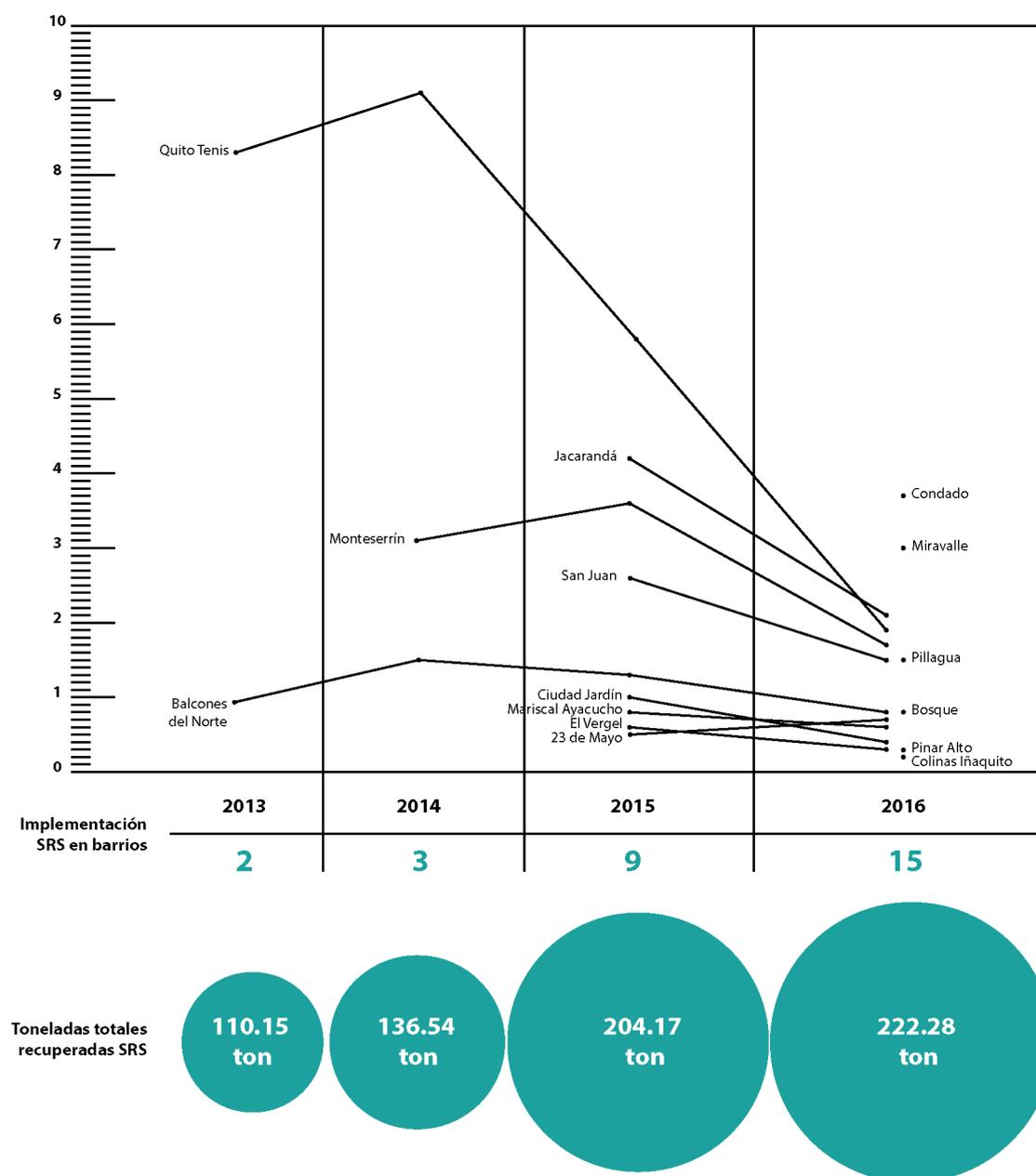


Figura 10. Recuperación de RSR mediante el servicio de Recolección Selectiva en barrios de Quito desde 2013 a 2016

Tomado de EMASEO EP, 2016

Cabe aclarar que en la primera fase de implementación del servicio, se entregaban de manera gratuita y por un tiempo limitado, fundas celestes con el logotipo de EMASEO EP que servían expresamente para diferenciar el material reciclable de la basura común. En la segunda fase de implementación, desde el 2016, no se entregan fundas en los barrios donde se implementa el servicio con el fin de que la ciudadanía no se acostumbre a separar los residuos únicamente si recibe dichas fundas como parte del servicio.

En la administración anterior, EMASEO EP creó el Programa 4R's (Rechaza, Reduce, Reúsa, Recicla) a través del cual se pretendía facilitar y crear conciencia respecto a la recolección de Residuos Sólidos Reciclables (RSR) utilizando distintos mecanismos, entre ellos, Puntos Limpios, recolección de RSR de los distintos centros comerciales en la ciudad y el servicio de Recolección Selectiva – A pie de vereda en barrios residenciales. El objetivo de 4R's es: “minimizar el impacto ambiental del Relleno Sanitario "El Inga", mediante el máximo aprovechamiento de los residuos sólidos reciclables, involucrando a la comunidad y empoderando a los Gestores de Menor Escala (ex minadores)” (EMASEO EP, 2013). Además, de acuerdo al Ing. Pablo Zapata, funcionario de la Administración Zonal La Delicia, el Proyecto Recolección Selectiva e Inclusión Social es una iniciativa que busca Valorizar los Residuos Sólidos Reciclables, y forma parte del proyecto 4R's, el cual no se encuentra vigente en el sitio web de la empresa desde su reestructuración a mediados de este año por el cambio de administración. Los mecanismos de recolección persisten.

En Quito, existen otros proyectos independientes como la iniciativa ciudadana RECI VECI, inaugurada el 16 de marzo de 2016 en el Parque de la Carolina, y que cuenta con el apoyo de la IRR. Otros proyectos en menor escala como por ejemplo la campaña del Mall El Jardín, que habilitó lugares específicos para depositar residuos reciclables, o de entidades educativas como la Fundación Colegio Americano de Quito junto a la Fundación Hermano Miguel, entre otras, que promueven la separación de RSR y la participación activa y comprometida

de la ciudadanía. Debido a la importancia que tiene el rol del ciudadano desde el origen de generación de desechos sólidos, se busca separar los residuos desde la fuente para un trabajo más digno y una mejora en las condiciones de la actividad económica y la vida de los recicladores.

1.4 La realidad invisible de los recicladores

Los recicladores o gestores ambientales en menor escala (GME) se dedican a recuperar material potencialmente reciclable de los desechos sólidos, principalmente aquellos generados en los hogares. Escarban en la basura sin ningún tipo de protección (guantes, gafas, mascarillas, botas, etc.) y trasladan el material, en muchos casos, cargado al hombro, a los distintos centros de acopio. El material que logran vender es su sustento diario. Enfrentan a una serie de riesgos por las condiciones actuales del trabajo, algunos de ellos descritos a continuación:

1. Riesgos físicos: Condiciones de trabajo deplorables, trabajo a la intemperie, largas jornadas de trabajo durante el día y la noche. Recolección sin equipo de protección (olores fuertes, objetos cortopunzantes, otros) ni equipo para el traslado de material. Aquellos que no están organizados, se enfrentan además a niveles de remuneración muy baja, un ritmo extenuante de trabajo, sin pausa, ni días de descanso para poder sobrevivir.
2. Riesgos mecánicos: Elevado esfuerzo físico para la carga y traslado de material recuperado, y largas distancias por recorrer hasta los centros de acopio. Postura prolongada de pie, agachados o en cuclillas.
3. Riesgos químicos: Presencia de elementos tóxicos o sustancias químicas en la basura que pueden afectar a los recicladores por medio de vías respiratorias, al ingerir alimentos contaminados, a través de heridas abiertas o contacto con la piel.

4. Riesgos biológicos: Desarrollo de bacterias, hongos o virus, y presencia animales que puedan transmitir enfermedades a los recicladores.
5. Riesgos psicosociales: Estas alteraciones ocurren a consecuencia de las condiciones y ambiente de trabajo donde laboran. Tiempos extendidos (muchas veces desde la niñez) bajo altos niveles de estrés y ansiedad por los peligros que enfrentan. Agotamiento y la necesidad de adelantarse o competir con camiones recolectores de basura y otros recicladores por recuperar más material. Mafias, discriminación, inseguridad, pobreza y efectos nocivos para la salud. Carga física, emocional y mental derivado de los anteriores.

La incorporación de un mayor número de minadores como Gestores Ambientales está directamente relacionada a la cantidad de Residuos Sólidos Reciclables (RSR) que se recuperen. Según Iván Núñez, Coordinador de Gestión Socio Ambiental de EMASEO EP, se requiere 2 toneladas mensuales de material reciclable recuperado para poder incorporar un nuevo gestor ambiental (2015). Para lograrlo, se requiere promover una cultura de reciclaje desde los hogares y la voluntad de informarse para lograr un cambio en sus hábitos y separar correctamente los residuos sólidos generados.

El estudio realizado por la Iniciativa Regional concluye que el 61,68% de los hogares en el Ecuador no separa sus residuos. En zonas urbanas el 35,09% de los hogares indica que el no tener contenedores para el reciclaje o centros de acopio cercanos, es la principal razón para no separar los residuos, mientras un 20,34 no tiene interés por hacerlo. En zonas rurales las conclusiones son similares, con un 31,17% debido a la falta de contenedores, y un 27,55% indica que se debe al desconocimiento sobre cómo separar los residuos sólidos (INEC, 2014).

El estudio “La Basura Sirve” realizado por OXFAM, en las ciudades de Lago Agrio y Cuenca en Ecuador, en el 2008, así como en otras ciudades de América Latina, recalca que uno de los ejes fundamentales para la Gestión Integral de Residuos Sólidos es la participación de los ciudadanos a través de la educación y sensibilización con respecto a la cadena del reciclaje, sus actores, impacto y rol que deben cumplir. Es necesario estimular comportamientos encaminados hacia prácticas sostenibles mediante la reducción, reutilización en el consumo, la recuperación de la mayor cantidad de RSR por medio de la separación desde la fuente y el incremento en el volumen de materiales reciclados (Ceccarelli, 2013, p. 18).

La sostenibilidad económica, social y ambiental será posible con un cambio en la cultura de los ciudadanos y una manera distinta a la actual de concebir el reciclaje, el trabajo que realizan los recicladores y la responsabilidad de cada uno con respecto a los desechos que genera cada individuo.

La información presentada demuestra que la comercialización de RSR a un precio justo y la buena gestión de la cadena de reciclaje es una práctica necesaria y viable que ha probado tener impactos positivos para la sociedad a nivel ambiental, social y económico. En la ciudad de Quito se necesita impulsar hábitos para la construcción de una cultura de reciclaje que beneficia a la sociedad entera, tomando en cuenta un grupo de la población altamente vulnerable que ha venido realizando este trabajo durante muchos años sin ningún reconocimiento. El proyecto busca generar un modelo de negocio inclusivo que permita incorporar a sectores de la población de ingresos más bajos, empoderando a sus integrantes, quienes a su vez brindan un servicio indispensable para el buen funcionamiento de la ciudad. La comunicación directa con la ciudadanía es fundamental para lograr que sean parte del proyecto como generadores de residuos sólidos reciclables desde la fuente de origen. Sin el involucramiento de los hogares en la ciudad, no será posible el aprovechamiento de gran parte de los RSR ni será posible dignificar el trabajo e ingresos de nuevos Gestores Ambientales.

En primer lugar, es necesario generar una imagen positiva de los Recicladores como Gestores Ambientales y el reconocimiento de su labor como un servicio público en beneficio de la sociedad entera y el medio ambiente, por parte de los ciudadanos.

En segundo lugar, se requiere incentivar el interés respecto de los RSR, identificar la percepción que tienen los ciudadanos acerca de la cadena de reciclaje, fomentar cambios en los hábitos de las personas para finalmente empoderar la cultura de reciclaje en la ciudad.

Por otro lado se requiere dar una mayor visibilidad a los recicladores y la GIRS en general. En el libro de Joan Costa, el autor menciona las sinergias entre acción y comunicación, y hay dos que cabe destacar para el caso. En primer lugar, que los hechos no pueden propagarse sin comunicación. Es decir, la realidad de los recicladores está ahí, ellos lo viven, la conocen y dentro de su círculo inmediato está presente. Sin comunicación, estos hechos no llegan a la ciudadanía, factor determinante para alcanzar los objetivos planteados.

En segundo lugar, la comunicación confiere sentido y significación a los hechos, “modula las percepciones y configura una opinión común” (Costa, 2012, p. 56) la comunicación es fundamental para hacer visible la situación actual de los recicladores, modular las percepciones de los ciudadanos, formar una opinión común y movilizar hacia una acción deseada.

Modelos como el de la iniciativa ciudadana RECI VECI promueve el compromiso de los ciudadanos en tres aspectos:

- Compromiso de los ciudadanos a separar su basura en el hogar.
- Identificar a los recicladores de su barrio (muchos han brindado este servicio de manera invisible durante 10, 20 y 30 años).
- Entregar los residuos potencialmente reciclables (vidrio, papel, cartón, plásticos y chatarra) a los recicladores para garantizar su

adecuada recolección y que no se mezclen con el resto de desechos sólidos generados.

Este modelo de iniciativas promueve un acercamiento entre la ciudadanía y los recicladores como un eje fundamental para este proyecto. “Justamente, una de las creaciones fundamentales de los humanos son las organizaciones sociales. Ellas conllevan vínculos psicológicos, culturales, económicos, políticos, etc. que son los efectos de una física de la comunicación: las relaciones, las interacciones.” (Costa, 2015, p. 8) Mediante estrategias de comunicación se puede lograr un acercamiento entre recicladores y ciudadanos para fortalecer ese vínculo tan necesario para el éxito de este proyecto.

Además, junto a la premisa *Comunicación es acción y acción es comunicación*, Costa destaca el poder de la comunicación inclusive en procesos de transformación y adaptación de conductas. “La comunicación es una fuerza activa de energía débil, pero capaz de desencadenar efectos de gran potencia, incluso física, material.” (Costa, 2015, p. 10).

Los medios de comunicación son fundamentales para la formación de la opinión pública y la atención de la ciudadanía frente a este proyecto. El proyecto demanda cambios de percepción y de hábitos por parte de los ciudadanos. Requiere de un alto nivel de concienciación respecto del rol, la responsabilidad, el compromiso y una participación activa de todos los habitantes en la ciudad.

Marcelo Manucci afirma que las organizaciones tienen la necesidad de interactuar con la comunidad a fin de mantener la estructura viva. Este proyecto depende de la participación y relacionamiento continuo con la comunidad para ser sostenible en el tiempo, donde la relación con los medios es el vínculo que los une. Afirma que “la figura del Director de Comunicaciones como un gerente de comportamientos, está relacionada con su responsabilidad para desarrollar y gestionar los vínculos” (Manucci, 2014, p. 44)

Por último, no se puede dejar de lado otros actores importantes involucrados en la cadena de reciclaje. Se necesitan mecanismos para vincular a la ciudadanía, los recicladores, las empresas y los Gobiernos locales y centrales hacia un fin común: el Reciclaje Inclusivo. La ciudadanía, a partir de una participación activa y un compromiso ciudadano con los recicladores y el medio ambiente, puede inclusive exigir la aplicación del marco legal actual y un mayor control de su cumplimiento.

Se concluye que el consumidor constituye el último eslabón de la cadena productiva (como consumidor), y es quien desecha los residuos de aquello que consume (generador de residuos). De la acción de desechar, o de separar, se abre una rama económica, una nueva posibilidad que es el reciclaje, donde el consumidor se convierte en el primer eslabón de la cadena para poder revalorizar estos residuos.

2. CAPÍTULO II: Comunicación y Cultura de Reciclaje

2.1 El conocimiento y su vinculación con la cultura

Sir Edward Burnett Tylor, famoso antropólogo inglés (1832-1917) definió el término cultura en su libro *Primitive Culture* (Cultura Primitiva) de 1871 como “un conjunto complejo que incluye el conocimiento, la creencia, el arte, la moral, la ley, la costumbre y cualquier otro hábito y aptitud que ha adquirido el hombre como miembro de una sociedad [...] es todo lo que se aprende socialmente y que comparten los miembros de una sociedad”. Esta definición contempla dos términos importantes, el primero, que tiene que ver con el aprendizaje, y el segundo que se refiere a una visión compartida en una sociedad.

El aprendizaje se construye a lo largo del tiempo y mediante distintos procesos. En los primeros años de vida, el principal mecanismo de aprendizaje es a

través de la imitación, donde los niños replican aquello que ven de sus padres y su entorno más inmediato. Poco a poco se empiezan a incorporar conceptos que van vinculados al comportamiento y las acciones. Más adelante, los niños aprenden también aquello que es impartido en las escuelas; y, adicionalmente, se ven influenciados por el comportamiento y actitudes de otros niños. A medida que el ser humano crece, empieza a adquirir sus propios conocimientos y su entorno se hace cada vez más amplio. Este proceso constituye la experiencia, la misma que está conformada por valores y creencias asimiladas, así como prejuicios y estereotipos, conceptos, capacidades y conocimientos adquiridos, hábitos, comportamientos, actitudes, prioridades, intereses, motivaciones, expectativas, anhelos que el ser humano construye a lo largo del tiempo.

El conocimiento evoluciona, es un proceso continuo y activo que permanentemente adquiere nuevas capacidades, insumos e información. De acuerdo a Kurt Lewin, el ser humano tiene la capacidad de adaptarse y adoptar comportamientos, hábitos y actitudes de acuerdo a su entorno (The Gale Group, 2015). En este sentido, se puede entender a la cultura como el conocimiento puesto en práctica e influenciado por las normas de conducta de un grupo humano.

La cultura es un conjunto de valores y creencias, que se construye a partir de la información recibida, costumbres y hábitos aplicados diariamente y el nivel de conocimiento que permite la toma de decisiones. La cultura también es dinámica, se transforma, adapta y evoluciona, y debe hacerlo “de manera que sus funciones trabajen en el mejor interés de la sociedad” (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 146).

Se transmite a través de cuatro esferas que rodean a cada individuo: la familia, los centros de educación, los centros de culto y los medios de comunicación. Lazar Kanuk, Schiffman y Wisenbitt, en su libro *Comportamiento del Consumidor* afirman que, “La familia es el principal agente de culturización, es

decir el proceso de transmitir las creencias, los valores y las costumbres culturales fundamentales a los nuevos miembros de la sociedad.” (2010)

La cultura se ve reflejada a través del estilo de vida que llevan las personas en sus hogares y se lo define como “la manera en que uno vive” (Schiffman & Kanuk, 2010). El estilo de vida está relacionado a las actividades realizadas, los intereses, las actitudes, expectativas, sentimientos y el consumo.

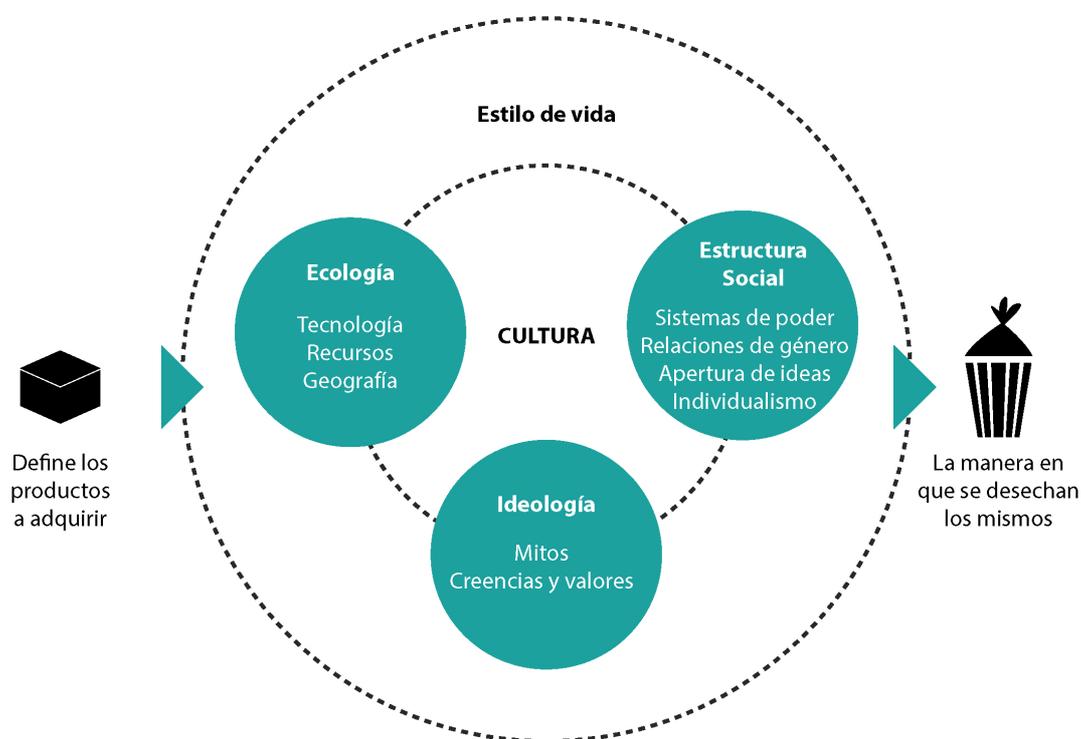


Figura 11. Relación entre consumo, estilo de vida y generación de desechos
Adaptado de Press & Cooper, 2009, p. 23-24

Por otro lado, la generación de desechos también evidencia el nivel de consumo y, por lo tanto, el estilo de vida en los hogares. Los contenidos en el tacho de basura son como una radiografía de lo que se consume, de lo que se desperdicia, de lo que se considera inservible, de lo que se adquiere o prepara en exceso, de lo que no se necesita ni se quiere más. Por esta razón, la familia, como la principal fuente de referencia de un individuo, es fundamental

para un cambio de cultura en la sociedad, la manera de vincularse y percibir los residuos sólidos y el reciclaje.

“A través del consumo se satisfacen necesidades individuales, se construyen identidades y se confirma la pertenencia a un grupo social. Los seres humanos nos definimos cada vez más por nuestro estilo de consumo y valores vitales que expresa (nuestro estilo de vida) en lugar de por nuestro trabajo. La nuestra es una cultura de adquisición, posesión y experiencia consumista.” (Press & Cooper, 2009, p. 23)

Cultura de consumo

Los autores Press y Cooper definen al término cultura como “Patrones característicos de vida social que reflejan valores, creencias y significados compartidos que se expresan en objetos materiales, servicios y actividades preferenciales.” (Press & Cooper, 2009, p. 26) En esta definición existe una vinculación entre la cultura con los patrones de consumo. Hacen referencia a la sociedad moderna que, desde finales del siglo XIX, ha sufrido una aceleración en el consumo de bienes materiales, así como una diversificación en los hábitos del consumo. Debido al surgimiento de la producción en serie, el aumento de medios de comunicación y la capacidad adquisitiva de las masas, cada vez se consume más, los productos tienen ciclos de vida más cortos y la cantidad de material que se desecha es mayor.

Press y Cooper se refieren a la sociedad moderna como una cultura de consumo, donde se “destaca el materialismo de la sociedad moderna y el dominio del consumo como actividad cultural” (2009, p. 218).

Este elevado nivel de consumo ha provocado una acelerada generación de desechos sólidos que resulta cada vez más complejo gestionar. Apenas a cien años de la Revolución Industrial, se hace evidente que el nivel de consumo y el abastecimiento de materias primas no es sostenible al ritmo actual por un

tiempo prolongado. El incentivar una cultura de reciclaje para revalorizar los materiales potencialmente reciclables en lugar de desecharlos, minimizar la carga de desechos sólidos que terminan su ciclo de vida en los rellenos sanitarios y sensibilizar a las personas respecto del impacto ambiental, social y económico que representa la cadena de reciclaje, es fundamental.

La sociedad sin embargo, no es un ente pasivo al cual es posible “inyectarle” valores, hábitos ni cultura. Se trata de un conjunto de individuos, donde cada uno se relaciona y percibe de manera singular, de acuerdo a una combinación de varios factores que influyen su comportamiento.

Existen iniciativas para fomentar el reciclaje en centro educativos, donde muchos niños aprenden y ponen en práctica una conciencia ambiental, el reciclaje y la importancia de separar la basura. Sin embargo, al no ver replicadas dichas prácticas en el hogar, es difícil adquirir cambios verdaderos en los hábitos y una transformación en la cultura. La estructura familiar es indispensable en este proceso.

La sociedad en su conjunto también juega un rol fundamental, pues pese a no existir un acuerdo premeditado, las personas tienden a unirse y reaccionar de manera coherente, direccionada, construyendo una “estrategia cultural”.

Guillermo Bosovsky argumenta cómo los públicos receptores tienen una “contradicción estructural” que se debe tomar en cuenta, sobre todo para la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación. Por un lado, la individualidad de cada persona, su manera de relacionarse con los mensajes y reaccionar frente a ellos, y por otro lado, la tendencia o lógica con la cual grupos humanos perciben o actúan de manera planificada, sin que exista una conciencia real de ello.

“Los públicos receptores no tienen un “plan” que oriente su recepción, pero tienen una “lógica”, una “estrategia”, de la que probablemente ellos

no tienen conciencia. Esta “estrategia” receptiva, aunque es involuntaria y generalmente inconsciente, tiene una enorme fuerza para organizar las actitudes, percepciones, motivaciones y comportamientos de los receptores. La misma fuerza y coherencia que tendría una estrategia perfectamente planificada.” (Bosovsky Favre, 2014, p. 17)

Las personas tienen una tendencia natural a relacionarse con grupos con los cuales el individuo pueda identificarse, relacionarse y encontrar puntos en común. Esto depende sus rasgos o características personales, su experiencia previa, las circunstancias económicas, sociales, culturales, sus miedos, prioridades, y un sinnúmero de factores. Este fenómeno de agrupamiento provoca la formación de microculturas que funcionan igual que un sistema vivo, en permanente interacción con otros sistemas y mediante el intercambio de mensajes.

En Quito, al igual que en muchas otras ciudades, conviven una gran cantidad de microculturas que se interrelacionan entre sí. Todas ellas comparten la ciudad y una cierta cultura, retomando el concepto de Burnett Tylor, donde cultura es todo aquello que comparten los miembros de una sociedad.

En un estudio realizado por el Municipio del DMQ, Diagnóstico Estratégico – Eje Ambiental en el 2013, se obtuvieron los siguientes resultados:

“Pese a las continuas reformas reglamentarias no se ha propiciado una política integradora sobre la gestión de los residuos a nivel metropolitano. Hasta la presente fecha, cada empresa pública [la Empresa Pública Metropolitana de Aseo EMASEO EP, encargada de la recolección, y a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos EMGIRS EP, responsable de la transferencia, transporte y disposición final] gestiona los desechos de manera independiente de acuerdo a sus competencias establecidas en las ordenanzas y estatutos.

Entre los aspectos de repercusión de esta separación de roles en dos empresas, se consideran vigentes los que lista el mencionado estudio:

- No existe una gestión relacionada con la minimización de residuos, ni de responsabilidad extendida del producto.
- A pesar de las alternativas de reciclaje que el Municipio ha brindado a ciertos sectores de la ciudad, no se ha observado el interés ni responsabilidad de la comunidad de separar los residuos en la fuente, ya que actualmente esta buena práctica es voluntaria.
- Se observa también, que para la mayoría de los usuarios, el conocimiento del sistema de aseo, finaliza con la presentación de sus residuos para la recolección, esto es, no conoce el ciclo de manejo de los residuos y conoce parcialmente su rol y responsabilidades en la gestión de RS.
- No existen acciones concretas aplicadas masivamente para propiciar la separación en la fuente de los RS domésticos.” (MDMQ, 2013, pp. 51-52).

Si se considera que, para el objeto de estudio, la ciudad es un conjunto de personas que se relacionan entre sí e intercambian mensajes, que colaboran para alcanzar objetivos comunes (una ciudad más limpia, más segura, entre otros), utilizando recursos determinados (Municipio del DMQ), es posible entender a Quito como una organización donde conviven sus ciudadanos.

“Desde un punto de vista amplio, entendemos por organización cualquier colectivo de personas que colaboran para alcanzar unos objetivos comunes, utilizando unos recursos determinados. Son, pues, estructuras formadas por individuos diversos que intercambian mensajes y se

relacionan entre ellos. Se trata, pues, de construcciones primordialmente comunicativas.” (Morató Bullido, 2015, p. 17)

Cabe mencionar que el servicio de recolección de residuos se financia en parte a través de una tarifa cobrada a los ciudadanos, equivalente a un factor de 0,10 de consumo de energía eléctrica. La tarifa se cobra de acuerdo al barrio (nivel de ingresos económicos) y toma en cuenta a los beneficiarios de la tarifa de dignidad, ciudadanos en la tercera edad, artesanos y otros para descuentos. (MDMQ, 2013) De acuerdo a Geovanna Polo de EMASEO EP, la tarifa actual no contempla los costos relacionados a recolección selectiva de residuos, reciclaje ni de los procesos llevados a cabo por EMGIRS, sino únicamente recolección y barrido de la ciudad.

2.2 Cultura de reciclaje

El término reciclar, según la Real Academia Española de la Lengua, se refiere a “someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar”. En un Seminario Taller sobre la Minimización de Residuos, llevado a cabo en Bogotá en 1995, Germán A. Jaramillo, en su charla sobre Economía de los Desechos, explica como el reciclaje es una actividad natural que se dejó de practicar junto al surgimiento de una cultura de consumo exagerada y que ahora, frente a la necesidad de abaratar costos en la producción, regresa como una alternativa sostenible.

"Desde las momias hasta los desechos radiactivos - incluidos los primeros decretos reales en Francia que penalizaban en 1348 a los ciudadanos que tomaban las calles por servicio - la historia de lo eliminado y de lo eliminable es una crónica de la cultura y la civilización. El Reciclaje no es un invento sino una actividad natural de los humanos, interrumpido hace más o menos cuatro décadas por la explosión de la riqueza y de la energía barata y regresa justamente porque la energía se ha encarecido ... **Nada es basura hasta que se le convierte en tal...** la

expulsión del circuito productivo, y no de carácter ineluctable (es) lo que convierte a los objetos en desechables..." (Jaramillo Villegas, 1995)

Diariamente las personas generan residuos provenientes de sus distintas actividades. Existen distintos tipos de residuos (Rosendo Ramos, 2010, p. 13), sin embargo la mayor parte de ciudadanos son generadores directos de los siguientes residuos:

- Residuos domiciliarios.
- Residuos comerciales, provenientes de establecimientos de cualquier actividad comercial.
- Residuos institucionales, que abarca institucionales gubernamentales, educativas, centros de salud y cárceles.
- Residuos municipales, que provienen de la limpieza de zonas urbanas, calles, parques, playas y otros espacios públicos.

La cultura de reciclaje se refiere, en primer lugar, a tener conciencia de que las actividades diarias que realizan las personas generan residuos, sean éstas actividades básicas (alimentación, salud, aseo, vestimenta), económicas (comerciales o en el lugar de trabajo), educativas o de esparcimiento.

En segundo lugar, conocer el rol que debe cumplir cada persona como generadora de residuos sólidos y las responsabilidades que se deriva del mismo rol. En el caso de Quito, el conocimiento de la Ordenanza 332.

En tercer lugar, la cultura de reciclaje se refiere a separar los residuos sólidos generados como una actividad diaria y poner en práctica conceptos ampliamente difundidos como son las 4Rs: rechazar, reducir, reusar y reciclar. El término 'reciclar' debe ser entendido además como 'separar' los residuos para que ingresen en la cadena de reciclaje.

Por último, la acción de reciclar, o separar, ha dejado de ser una alternativa para convertirse en una necesidad de acción colectiva y compromiso ciudadano inmediato.

La construcción de una cultura de reciclaje se refiere también al reconocimiento del trabajo que realizan los recicladores de base. Entregar residuos sólidos reciclables a un reciclador no es un acto caritativo como ayuda para salir de la pobreza, sino una responsabilidad que tienen todos los ciudadanos de entregar sus residuos sólidos reciclables separados y limpios como responsables de la generación de residuos.

Cultura de reciclaje, en definitiva, debe ser entendida como cultura de separación de los residuos, puesto que de ello depende la eficiencia, la cantidad de material reciclable recuperado y las condiciones de trabajo de los recicladores.

“La labor de reciclaje es eficiente si la recuperación se efectúa desde la fuente de generación. Con ello se gana en calidad y se reducen significativamente los costos del aprovechamiento. La actividad que hoy se cumple en botaderos y calles debe desaparecer para siempre dando paso a la recolección selectiva organizado sobre la base de la participación de las comunidades e incorporando eficientemente a los recuperadores informales.” (Jaramillo Villegas, 1995, p. 11)

Otro aspecto importante sobre la necesidad de contar con una participación activa de los ciudadanos, es la relación que tiene cada individuo con lo que ahora conocemos como basura. Este último siglo se ha caracterizado, entre otras cosas, por la construcción de una cultura desechable donde los productos que se adquieren se convierten en objetos obsoletos cada vez en menor tiempo, y la necesidad de reemplazarlos, cada vez más inmediata. Por ello, la cantidad de residuos que se generan son cada vez mayor, a un ritmo que a largo plazo no es posible sostener.

“Un segundo aspecto se refiere a los ingresos que de esta actividad se derivan. No puede ser el valor económico el principal motivador de su acción. Este - con todo- finalmente no es muy significativo y sólo cuando se efectúa en forma colectiva tiene una importancia real en la financiación de obras comunitarias. La movilización de los ciudadanos deberá por consiguiente jalonarse desde la perspectiva de la responsabilidad ambiental con las futuras generaciones y no como una alternativa para resolver los problemas de pobreza que los aquejan.” (Jaramillo Villegas, 1995, p. 11)

Jaramillo Villegas concluye que el reciclaje es tanto un asunto económico como de supervivencia de los seres humanos.

Reciclaje inclusivo se refiere a la articulación y coordinación entre distintos actores que participan en la cadena de reciclaje y que se describen a continuación:

1. Los recicladores: asociados e informales que laboran en su mayoría en condiciones precarias, marginados de la sociedad y obtienen ingresos promedio por debajo de un salario mínimo vital, algunos de ellos trabajan en las calles y muchos otros recuperan material directamente en botaderos a cielo abierto o rellenos sanitarios.
2. Las empresas o industria: la recuperación de residuos potencialmente reciclables no tiene sentido sin el apoyo e interés de parte de la industria, pues son quienes reincorporan o revalorizan el material en la cadena productiva para optimizar costos. Además son responsables de codificar correctamente los envases, facilitando la clasificación de los mismos.
3. Los ciudadanos: son un actor fundamental puesto que la separación adecuada de residuos desde la fuente de origen garantiza en parte la calidad del material potencialmente reciclable y por lo tanto las posibilidades de

reincorporarlo a la cadena de valor. Adicionalmente, la falta de interés de parte de la ciudadanía tiene un efecto directo en el interés que tendrán los medios de comunicación sobre el tema.

4. Los Gobiernos nacionales y locales: quienes son responsables de establecer políticas y marcos legales que promuevan y faciliten la recuperación de residuos sólidos reciclables así como de gestionar los residuos sólidos de manera integral y con una visión inclusiva del reciclaje.

5. Los medios de comunicación: su rol es fundamental en la creación de una conciencia social y la construcción de una cultura de reciclaje.

Para transmitir la magnitud del impacto que se puede alcanzar como resultado de una cultura de reciclaje, es importante crear conciencia sobre el recorrido que atraviesan los residuos y dar a conocer la cadena de reciclaje así como los actores que participan en ella. En primer lugar, porque la gestión de residuos sólidos municipales generalmente constituyen una partida presupuestaria significativa debido a que el servicio de residuos sólidos debe funcionar todos los días del año. Además, los residuos se encuentran ubicados de manera dispersa, lo cual dificulta su recolección. Por otro lado, la gestión de residuos es un servicio de alguna manera “invisible” para la ciudadanía y por ello no se tiene conciencia de todo lo que implica el proceso. Los ciudadanos depositan sus desechos en un tacho de basura y colocan la funda en la vereda o contenedor más cercano. Ahí termina la relación entre el ciudadano y sus residuos. Sin embargo, esta concepción errónea impide que los ciudadanos visualicen la magnitud del impacto que generan sus residuos ni las consecuencias negativas, producto de no separar los residuos en la fuente. Es común encontrar mensajes que abordan lo social, económico y ambiental de manera aislada. (ver Anexo 1)

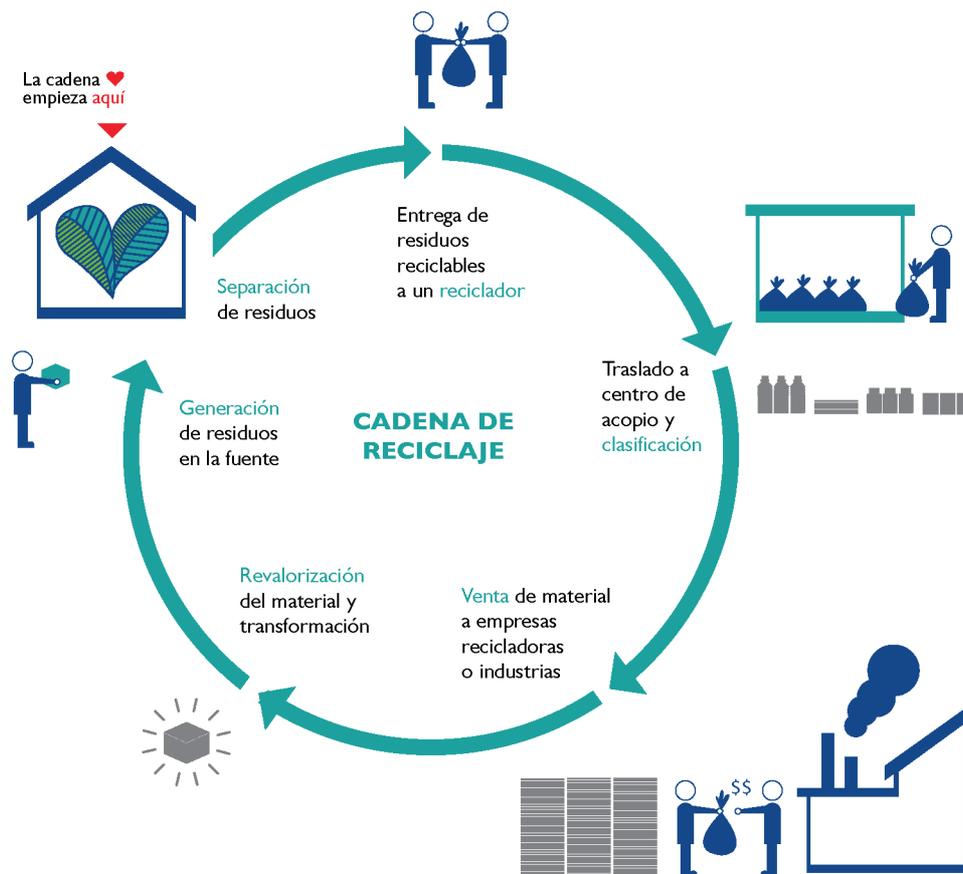


Figura 12. Cadena de reciclaje

Adaptado de IRR, 2015, p. 13

Al construir los mensajes alrededor de la cadena de reciclaje es posible evidenciar los beneficios globalmente. Además, permite visualizar al ciudadano al inicio de la cadena, y por ello, responsable de la separación de residuos en su origen.

2.3 Sobre las funciones de la comunicación

En el Manifiesto de la comunicación, desarrollado por Joan Costa, se definen cuatro dimensiones de la comunicación. La primera como “bien común” que posibilita las relaciones entre unos y otros, es decir que “sin comunicación no hay comunidad ni sociedad, cultura, política ni economía” (Costa, s.f.). La segunda, como “creadora de realidad y sentido” que transmite de uno a otro, información inteligible. La tercera, como “fuerza influyente y transformadora

mediante el lenguaje y la acción” provocando efectos y consecuencias. La cuarta dimensión que implica el fin para el cual se utiliza la comunicación y su intención, por lo que debe mantenerse fiel a su propia naturaleza (bien común). Es decir que es posible identificar la importancia de la comunicación para incentivar la cultura de reciclaje en Quito, de transmitir información que tenga sentido para los ciudadanos, el poder que tiene para provocar acciones y obtener resultados para el bien común.

El proceso de incentivar una cultura de reciclaje en la ciudad de Quito requiere de una estrategia comunicacional que permita:

- Informar a la ciudadanía para generar un mayor nivel de conocimiento.
- Sensibilizar respecto a los impactos sociales, económicos y ambientales que se derivan de una cultura de reciclaje.
- Persuadir a que pequeños grupos humanos se adhieran a un cambio de hábitos y comportamiento con respecto a los desechos sólidos.
- Fomentar el compromiso de los ciudadanos para generar un cambio por medio de la acción individual y colectiva.

El enfoque de las estrategias comunicacionales deben estar dirigidas principalmente a los ciudadanos como portadores y transmisores de la cultura. Existe además una base sobre la cual actuar, como son las leyes, normas y decretos por parte de los Gobiernos que establece la obligatoriedad de separar los residuos, así como la capacidad de asociación que han adquirido los recicladores base en los últimos años.

Harold Lasswell, sociólogo norteamericano en su teoría acerca de las funciones de la comunicación, identificó tres funciones de la comunicación: informar, persuadir y entretener (Morató Bullido, 2015, p. 9).

Para incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito, se requiere tomar en cuenta todas las funciones de la comunicación, aplicado al caso.

La función informativa de la comunicación consiste en a) explicar el proceso y funcionamiento de la Gestión de Residuos Sólidos Reciclables y dar a conocer la cadena de reciclaje; b) describir los roles de los distintos actores y la importancia de la separación desde la fuente; c) definir las condiciones que requiere cada tipo de material al ser desechado para ser reciclado; d) exponer los beneficios sociales, ambientales y económicos, producto de la participación activa de la ciudadanía en la cadena de reciclaje.

En cuanto a la función persuasiva, el proyecto requiere motivar a los ciudadanos a una acción y convencerlos de la necesidad de un cambio en la conducta. Por un lado, se pretende motivar a los ciudadanos a separar adecuadamente los residuos sólidos generados en su hogar para que los recicladores trabajen en mejores condiciones y sea posible reciclar un porcentaje más elevado de Residuos Sólidos Reciclables (RSR). Por otro, se pretende convencer a los habitantes de Quito de la necesidad de cambio en la conducta con respecto a la basura para construir una cultura de reciclaje que permita procesos sostenibles en el largo plazo.

En cuanto a la función de entretenimiento, la comunicación debe llamar la atención y el interés de los ciudadanos, ser atractiva y generar un impacto, puesto que la acción deseada requiere de un esfuerzo de parte del consumidor a cambio de beneficios que no necesariamente serán visibles ni evidentes de manera inmediata.

Morató Bullido (2015) añade una función relacional de la comunicación, aquella que permite mantener el vínculo o una relación entre las personas. En este caso, esta función de la comunicación es fundamental debido a que parte del proceso de transformación de la cultura de reciclaje empieza con el reconocimiento del trabajo que realizan los recicladores, la sensibilización de la ciudadanía con respecto a las condiciones laborales y riesgos a los cuales están expuestos, y los beneficios que brindan a las empresas, al gobierno local, el medio ambiente y los habitantes de la ciudad.

Para alcanzar un cambio de hábitos se requiere pensar en tres lapsos de tiempo: corto, mediano y largo plazo. El primero, para lograr un cambio en la percepción de los ciudadanos respecto a su rol, la basura y el reciclaje en general. A mediano plazo, es necesario incentivar el hábito de separar los residuos y será el elemento que permita el crecimiento y sostenibilidad del reciclaje inclusivo. A largo plazo, se trata de transformar la cultura de reciclaje y su transmisión a generaciones futuras, a través de la cual se podrá convertir a Quito en una ciudad responsable y una gestión adecuada de Residuos Sólidos y Residuos Sólidos Reciclables.

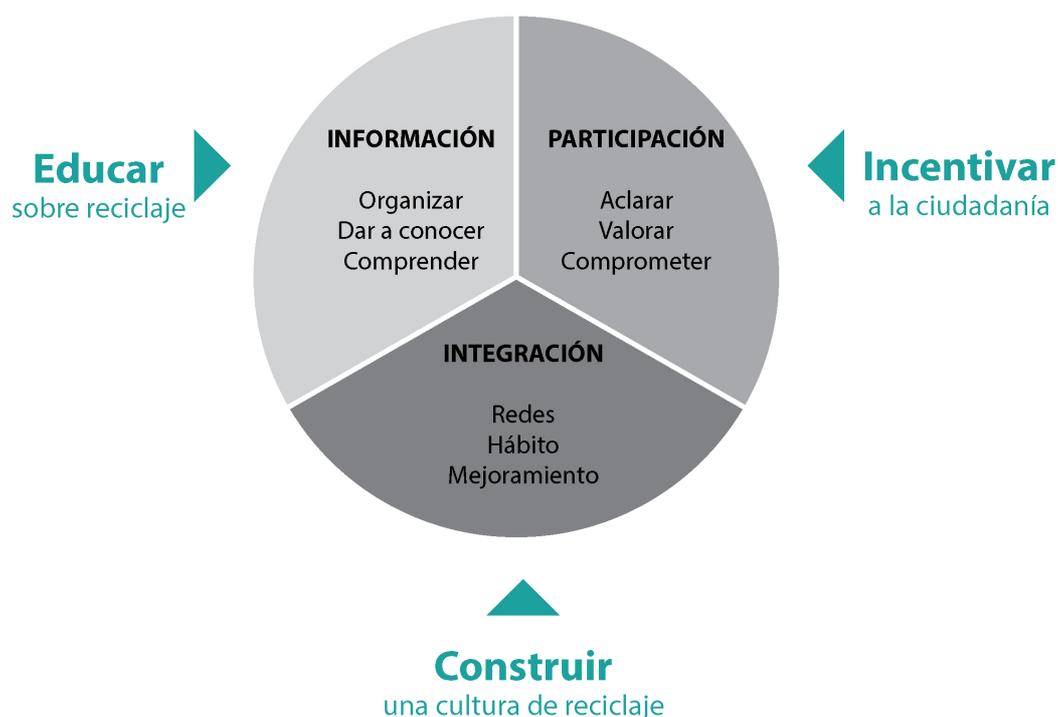


Figura 13. Ciclo estratégico de la comunicación

Adaptado de Fuentes, 2014

“La comunicación es acción y es un proceso. ... busca que los grupos de interés no solo se informen, sino que participen y se integren” (Fuentes, 2014, p. 18). El Ciclo estratégico de Comunicación desarrollado por el Grupo SAF,

está compuesto por tres fases: Información, Participación e Integración. Es decir que la comunicación no puede limitarse a informar a los ciudadanos respecto de los materiales reciclables, el proceso de reciclaje y los beneficios sino a construir una red y procesos que permitan impulsar verdaderos cambios a través de la iniciativa, retroalimentación y relación con los mismos ciudadanos y los recicladores.

A través del PEC se pretende vincular distintos sectores de la sociedad que están estrechamente relacionados a través de la generación y gestión de la basura. A la vez que se construyen estos lazos, se pretende informar, persuadir y motivar a la ciudadanía en el DMQ a separar los RSR desde el origen y provocar efectos positivos a nivel social, económico y ambiental.

La concienciación del rol y la responsabilidad de los ciudadanos como fuente de origen de generación de residuos, resulta fundamental. Sin embargo, lo que se requiere es un cambio en la actitud y la conducta de las personas en el DMQ como actor indispensable en la cadena de gestión de RSR.

“Justamente, una de las creaciones fundamentales de los humanos son las organizaciones sociales. Ellas conllevan vínculos psicológicos, culturales, económicos, políticos, etc. que son los efectos de una física de la comunicación: las relaciones, las interacciones.” (Costa, 2015, p. 8) Mediante estrategias de comunicación se puede lograr un acercamiento entre recicladores y ciudadanos para fortalecer ese vínculo tan necesario para el éxito de este proyecto.

Interés individual versus acción colectiva

Para poder pasar de un conjunto de percepciones individuales a una acción colectiva, es evidente la necesidad de una comunicación estratégica.

“La comunicación se refiere a un tipo específico de patrones: los que se expresan de forma simbólica. Por tanto, la información que no puede traducirse de esta manera no tiene valor comunicativo. Un patrón puede tener valor informativo para una persona, pero si no es posible traducirlo a un código simbólico común, no comunica.” (Fernández, 1991, p. 18)

Las convicciones determinan las opiniones y conductas de las personas y se construyen a través de las percepciones y el conocimiento. Una percepción es el resultado del proceso de selección, organización e interpretación de un estímulo recibido. Este proceso se ve afectado por un componente externo, el estímulo en sí (la coherencia, fuerza y sentido que tenga) y un componente interno, compuesto por los filtros, valores, creencias, nivel de entendimiento e interés de cada individuo. Las percepciones además se construyen en base a la cantidad y calidad de información y datos que se tiene e influye en la respuesta de una persona ante una situación o estímulo.

“La percepción es el proceso mediante el cual los individuos eligen, organizan e interpretan los estímulos recibidos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo. La percepción tiene implicaciones estratégicas para los mercadólogos, ya que los consumidores toman sus decisiones basándose en lo que perciben y no en la realidad objetiva.” (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 185)

Las percepciones son temporales y por ello se pueden modificar. Si la información y datos que tiene una persona se mantienen constantes en el tiempo, da lugar a la construcción de las convicciones, producto también de la experiencia. Todo ello tiene un efecto en el comportamiento, que además se ve influenciado tanto por las necesidades (carencia de algo) y las motivaciones (deseos, anhelos de algo).

A fin de lograr un efecto en el comportamiento de las personas, se requiere proveer de información y datos capaces de cambiar las percepciones de

distintos grupos de personas frente a un tema; en este caso, la percepción que tienen los ciudadanos respecto de la basura, su rol en la cadena de reciclaje y los impactos derivados de una cultura de reciclaje.

Persuasión y herramientas de persuasión

Persuadir implica proveer a las personas con suficiente información convincente con la intención de modificar su forma de pensar o actuar, y finalmente motivar hacia una decisión favorable.

Conocer qué piensa la ciudadanía sobre el reciclaje e identificar las barreras que percibe respecto de la separación de residuos es fundamental para proveer información pertinente y de interés, capaz de generar un cambio. A través de la comunicación es posible construir o modificar las percepciones de los ciudadanos sobre reciclaje, y por tanto, influir en sus hábitos y comportamientos. A largo plazo se convertirán en convicciones capaces de transformar la cultura.

A través de la Dirección de Comunicación Estratégica, una de las funciones del Director de Comunicación es “consolidar o cambiar las percepciones que motiven acciones, a partir de la construcción de significados y repertorios comunes entre la organización y sus públicos” (Fuentes, 2014, p. 3). Se requiere una visión integral de los aspectos institucionales y organizacionales del proyecto, así como de la comunicación de marketing hacia los públicos externos. Para la IRR, la comunicación es un eje vital, donde precisamente la participación activa de la sociedad civil es uno de los pilares del cambio hacia un reciclaje inclusivo. Para consolidar el apoyo de los ciudadanos se requiere gestionar la credibilidad y confianza en la IRR y sobre todo en las asociaciones de recicladores.

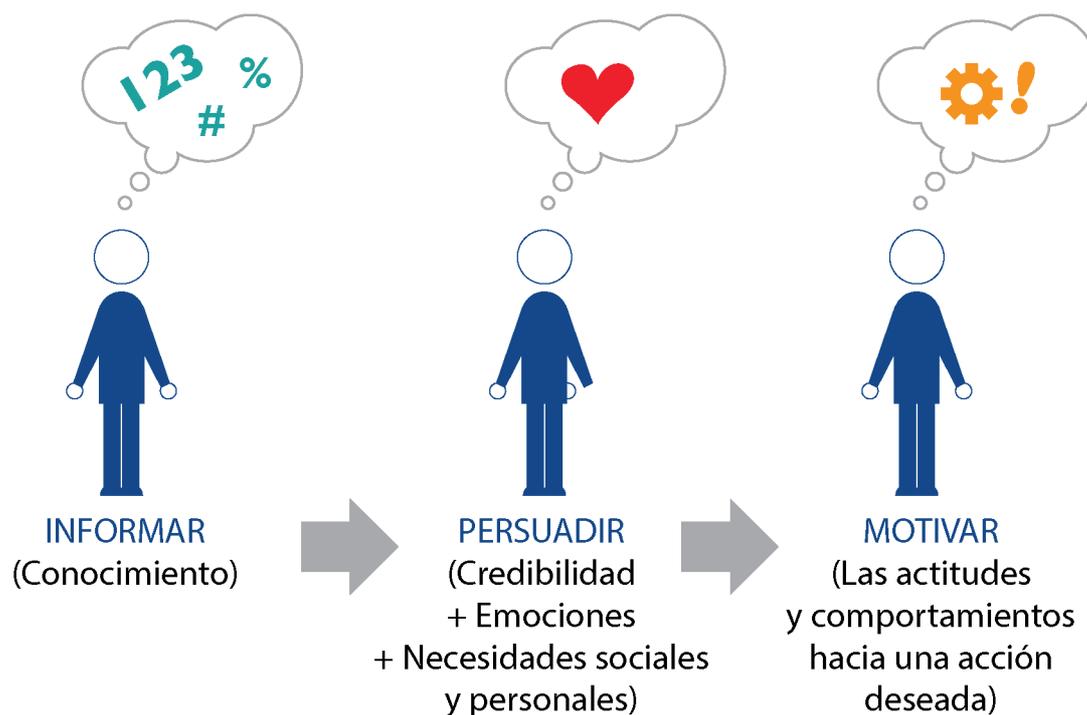


Figura 14. Funciones de la comunicación

La estrategia comunicacional y los mensajes que se construyan deberán estar en sintonía con los deseos y aspiraciones de los ciudadanos a fin de estimular, conducir y motivar cambios en las percepciones, hábitos y conducta de las personas.

“El *lobbying* es un proceso planificado de comunicación persuasiva cuyo fin es influir y predisponer al receptor del mensaje”. (IGAPE, s.f.) Se aspira a que los ciudadanos se adhieran a las propuestas de la IRR y la apoyen mediante la participación activa en la separación de los residuos en la fuente, y el reconocimiento y respaldo a los recicladores en la ciudad. Al hacer uso de estrategias de *lobbying* indirecto se busca que el interés y participación de la ciudadanía sirva como motor que impulse un compromiso mayor con el tema de reciclaje de parte de las industrias y el gobierno local.

Para gestionar la comunicación de marketing es necesario un trabajo integral de las distintas formas de comunicación que incluye publicidad, *merchandising*, patrocinio, promoción, relaciones públicas y marketing relacional. A fin de incentivar una cultura de reciclaje en Quito, se requiere utilizar herramientas de persuasión con el fin de obtener una decisión favorable de parte de la ciudadanía, que se traduce en la separación de residuos en el hogar y el reconocimiento del trabajo que realizan los recicladores, fomentando la entrega directa de material de reciclaje.

La publicidad tiene como objetivos informar o dar a conocer la existencia de un producto o servicio, de manera masiva, con el fin de persuadir hacia una acción determinada. A través de la publicidad es posible alcanzar tres objetivos: informar, influenciar la opinión de los receptores e inducir a una conducta determinada. En este caso particular, dar a conocer la cadena de reciclaje, sus actores y roles e incentivar la separación de residuos en el hogar. Existen varios tipos de comunicación publicitaria en función del contenido, de la naturaleza y número de los anunciantes, de los receptores, el tipo de mensaje, la argumentación que se utiliza, los medios utilizados para difundir y por último la presión o intensidad que transmite el mensaje. (Reinares Lara & Calvo Fernández, 1999, pp. 19-25) Para incentivar la cultura de reciclaje en Quito se requiere de publicidad social, institucional y colectiva (tomando en cuenta los diversos fundadores de la IRR), dirigida a la ciudadanía en general. Su intención es educativa y de concienciación social, utilizando argumentos emocionales y racionales que podrá ser transmitida por distintos medios (televisión, radio, exterior y multimedia).

“La publicidad se puede definir como comunicación colectiva, masiva y pagada, gracias a la cual se pretende informar y persuadir al mercado meta sobre los productos de la empresa, con la finalidad de influir en la actitud y la conducta de los consumidores potenciales y reales.” (Reinares Lara & Calvo Fernández, 1999, p. 18)

Otra herramienta importante es *free press* debido a que el proyecto de la IRR cuenta con recursos limitados y su alcance de carácter social lo convierte en un tema que puede ser aprovechado por ser un tema de interés público.

Para sensibilizar a la ciudadanía, es necesario abordar la cultura de reciclaje desde lo social, lo económico y no únicamente desde lo ambiental. El reciclaje inclusivo toma en cuenta el aspecto social y la situación de los recicladores como prioritario. Para ello puede ser útil hacer uso de técnicas como *Storytelling* para humanizar la cadena de reciclaje, crear vínculos entre ciudadanos y encontrar puntos en común donde las personas se puedan sentirse identificados unos con otros a través de las emociones.

Se puede aprovechar la tendencia natural de las personas a aprender mediante la imitación y el temor a ser excluidas. Construir una cultura de reciclaje requiere lograr cambios en los hábitos de grupos de personas que pueden convertirse en un modelo a seguir para otros - la tendencia a seguir tendencias - y obtener validación social. Tener una cultura de reciclaje ha dejado de ser opcional y la ciudadanía debe ser el motor de este cambio.

Por último, las nuevas tecnologías permiten a las personas crear vínculos y relacionarse a través de distintos medios en torno a un tema de interés común. Incentivar la cultura de reciclaje requiere de la construcción de comunidades interesadas en participar, la identificación de líderes de opinión y el intercambio permanente de información y experiencias para fomentar la separación de residuos en los hogares. Además, el efecto multiplicador que tienen las nuevas tecnologías a un bajo costo, permiten difundir los mensajes rápidamente.

Medios de comunicación y su influencia en la cultura de la sociedad

Los medios de comunicación constituyen uno de los actores fundamentales para la formación de la opinión pública y la atención de la ciudadanía frente a este proyecto. Se requiere de cambios en la percepción y los hábitos de los

ciudadanos. Los medios de comunicación son un reflejo cultural y necesarios para la sensibilización ciudadana respecto de su rol, responsabilidad, su compromiso y una participación activa de todos los habitantes en la ciudad.

Los recicladores son discriminados y excluidos por la sociedad. A través de los medios de comunicación es posible educar a la ciudadanía, disminuir los prejuicios, contar las historias detrás de cada uno de ellos para humanizar su trabajo y visibilizar la importancia del reciclaje en beneficio de todos.

El proyecto requiere posicionar y dar a conocer a la ciudadanía la situación de los recicladores en la ciudad y el impacto social, económico y ambiental que conlleva su actividad. Además requiere empoderar y comprometer a los ciudadanos a responsabilizarse por la separación de los desechos sólidos desde la fuente. Es decir, lograr un *agenda-setting* en las dos fases: sobre ¿qué pensar? Y el ¿qué pensar?

Marcelo Manucci explica que las organizaciones tienen la necesidad de interactuar con la comunidad a fin de mantener la estructura viva. (2014) Este proyecto depende de la participación y relacionamiento continuo con la comunidad para ser sostenible en el tiempo, dónde los medios de comunicación representan un vínculo importante.

Los ciudadanos comprometidos con el reciclaje inclusivo, con convicción y tecnología, tienen la posibilidad de convertirse en líderes de opinión y agentes de cambio en su comunidad. El periodismo ciudadano puede ser útil para que la situación de los recicladores sea más visible así como los esfuerzos que provienen de la ciudadanía, exigiendo cambios sociales por parte de los gobiernos y las empresas. El cambio cultural implica pasar de acciones individuales a acciones colectivas que llamen a su vez la atención de los medios de comunicación.

“Las sociedades que produzcan y comuniquen su conocimiento serán las que tomen control y dominio de esta pequeña aldea llamada tierra.” (Vásquez, 2015, p. 6)

2.4 Hacia el desarrollo sostenible

Acuerdos entre países como los Objetivos del Milenio o Los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas buscan en definitiva el desarrollo sostenible, para lo cual se necesita el equilibrio entre los aspectos ecológicos, sociales y económicos. En 1987, en el documento *Nuestro Futuro Común* de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, conocido como el Informe Brundtland, se define así:

“... aquel tipo de desarrollo que atiende a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de atender a sus propias necesidades”. (WCED, 1987)

El reciclaje es una actividad por medio de la cual se fomenta las prácticas sostenibles para los gobiernos y las empresas. Dentro la cadena de reciclaje, el ciudadano toma un protagonismo importante como fuente de origen en la generación de desechos y, por lo tanto, determinante en el proceso. Hoy en día la opinión pública y la comunidad tiene la posibilidad de exigir de las empresas una mayor conciencia y responsabilidad social con respecto de su entorno, inclusive mediante peticiones a nivel global como [Change.org](https://www.change.org/). Es posible, entonces plantear la necesidad de exigir mayor compromiso y una conciencia social de los mismos consumidores, con respecto a las prácticas relacionadas al manejo de desechos sólidos residenciales.

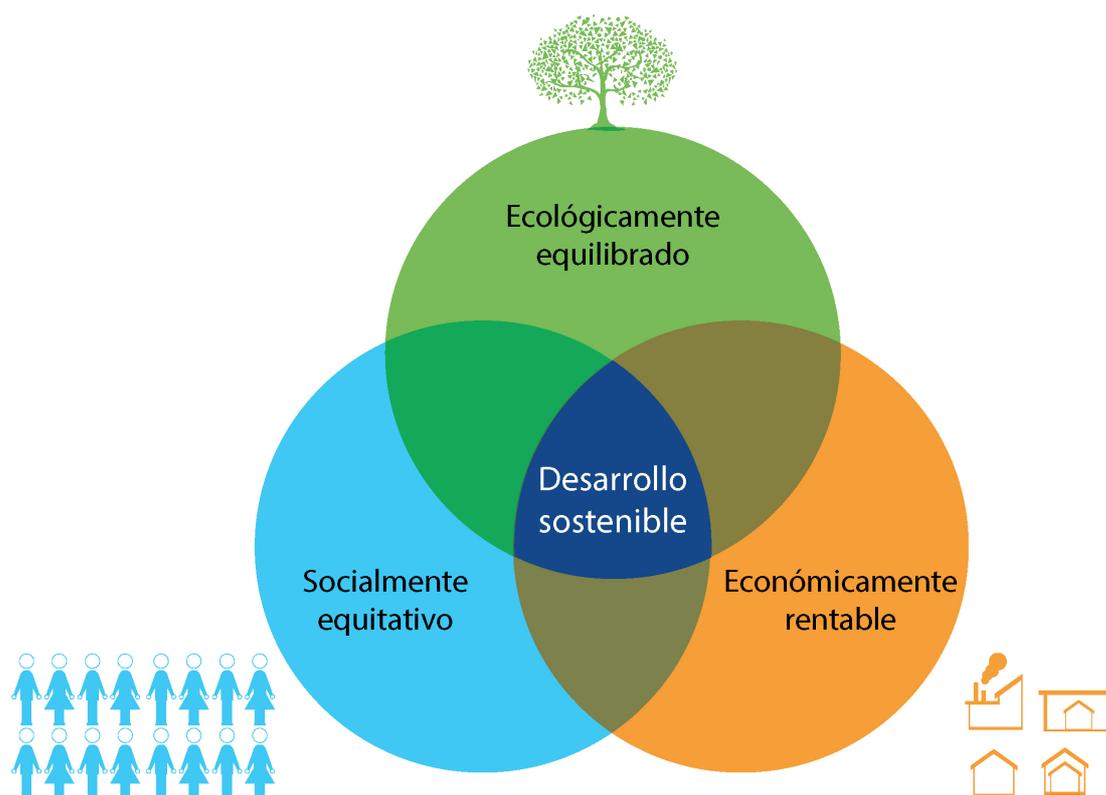


Figura 15. El desarrollo sostenible como intersección de las tres dimensiones
Adaptado de Campbell y Heck, 1998

El reciclaje inclusivo está relacionado con varios temas, vigentes en la agenda actual y que, además, son parte de los Objetivos de Desarrollo del Milenio:

- Aspectos sociales: Enfoque de género, promoviendo la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer; derechos universales e igualdad ante la ley; erradicación el trabajo infantil.
- Aspectos ambientales: Sostenibilidad del medio ambiente; reducción de la contaminación; saturación de rellenos sanitarios; buenas prácticas ambientales como reducir, reusar, reciclar y rechazar.

- Aspectos económicos: Reducción de la pobreza; trabajo digno; ahorro a los municipios.

Italo Pizzolante Negrón afirma que “el camino más corto de la sostenibilidad, sin duda será atender lo social para viabilizar lo económico, lo que permitirá esperar mejores ambientes políticos en beneficio de todos” (2015, p. 3). En Ecuador, se han dado importantes pasos, existe un marco legal y un primer reconocimiento de los recicladores a través de las Asociaciones por parte del Gobierno Central, así como normativas trazadas para los Gobiernos locales. Ahora, es necesaria la participación y compromiso de la ciudadanía como elemento fundamental dentro del proceso en la Gestión de Residuos Sólidos Reciclables y la cadena de reciclaje. A través del Plan de Comunicación se pretende incentivar una cultura de reciclaje que, como dice Pizzolante “hacer bien para hacer el bien” (2015).

3. CAPÍTULO III: La Cultura de Reciclaje en la Ciudad de Quito

3.1 Objetivos de la investigación

El objetivo de la investigación se centró en tres aspectos importantes: hábitos, conocimiento y percepciones del reciclaje.

En primer lugar, se estableció la necesidad de conocer los hábitos de separación de residuos residenciales que tienen los ciudadanos en Quito, tomando en consideración dos tipos de variables:

1. los barrios que tienen y no tienen el servicio de recolección selectiva; y
2. hogares donde conviven o no menores de edad.

El objetivo era identificar si estas variables tienen un efecto en los hábitos de separación de residuos.

En segundo lugar, se estableció la necesidad de identificar el conocimiento que tienen los ciudadanos acerca de la cadena de reciclaje, los actores que participan en ella y los roles que cumplen dentro del proceso.

Por último, se estableció la necesidad de determinar la percepción que tienen los ciudadanos respecto de:

1. los recicladores de base;
2. la información divulgada a través de los medios de comunicación sobre reciclaje; y,
3. la conciencia ambiental que tienen los habitantes de la ciudad de Quito.

3.2 Análisis previo

Para la investigación se recurrió al análisis documental previo, el diálogo y la observación. Posteriormente se elaboró una encuesta y entrevistas que ayuden a profundizar en el tema. Un aspecto importante de la presente investigación fue establecer los criterios de selección de las personas a entrevistar de manera que aporten con información significativa fundamentalmente sobre reciclaje y manejo de desechos.

3.2.1 Análisis documental

Se realizó una revisión de las conclusiones obtenidas en varios estudios realizados a nivel local y nacional con propósito de presentar un diagnóstico global en torno al tema de estudio:

1. “Identificación de las necesidades de la ciudadanía sobre el manejo de residuos, segmentación estratégica y determinación de posicionamiento de EMASEO” (CEDATOS, 2012).

2. “Reciclaje Inclusivo y Recicladores de Base en el Ecuador” (IRR, 2015).

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada uno de ellos.

“Identificación de las necesidades de la ciudadanía sobre el manejo de residuos, segmentación estratégica y determinación de posicionamiento de EMASEO” (CEDATOS, 2012)

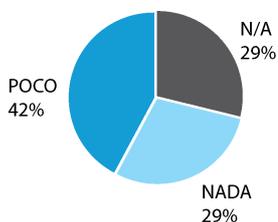
Este estudio se realizó mediante 2400 encuestas, en ocho administraciones zonales del DMQ: Calderón, Manuela Sáenz, Valle de los Chillos, Eloy Alfaro, La Delicia, Eugenio Espejo, Quitumbe y Tumbaco. La población seleccionada fueron “hombres y mujeres; amas de casa y / o jefes de familia, hijos mayores de 16 años que conocen, son responsables o encargados del manejo de los desechos sólidos y residuos en el hogar). El nivel socio económico de los entrevistados se ubicó en los estratos, medio bajo, medio típico y medio alto.” (CEDATOS, 2012, p. 6). Posteriormente se realizaron ocho grupos focales (uno por cada administración zonal) con 7-8 participantes en sesiones de dos horas, para profundizar la investigación. (CEDATOS, 2012, p. 17)

Los principales resultados cuantitativos obtenidos en este estudio, directamente relacionados con la cultura de reciclaje, se resumen a continuación:

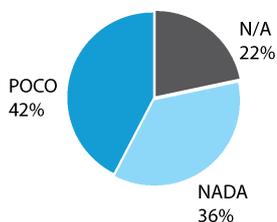
El estudio de CEDATOS indica que en aquellos hogares que respondieron reciclar siempre o a veces (36%), el 54% separa papel, cartón, plásticos, vidrio y recipientes. Los residuos reciclables son entregados de la siguiente manera: el 55% en fundas plásticas en la vereda, seguido del 17% que venden a una recicladora, el 7% lo entregan a un minador, y el 4% depositan en cajas, contenedores y basureros.

Los ciudadanos indican que cuentan con información sobre:

La forma en que se clasifica la basura y los residuos sólidos:



Dónde llevar los residuos sólidos:



Las ventajas de clasificar los residuos sólidos para el planeta:

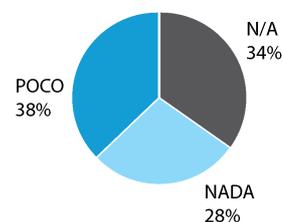


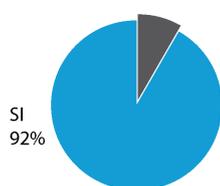
Figura 16. Resultados del estudio de percepción ciudadana para EMASEO Tomado de CEDATOS, 2012

Adicionalmente, el 65% de hogares no conocen en qué recipiente entregar o dejar los residuos sólidos que han separado de la basura común.

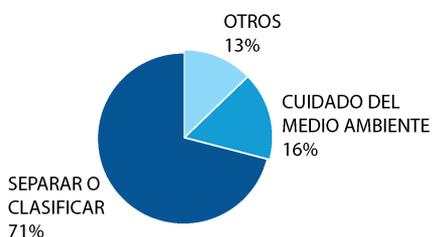
El estudio investigó los motivos por los cuales los hogares no separan los residuos, obteniendo los siguientes resultados:

Los ciudadanos quiteños indican que:

Conocen o han escuchado del término reciclaje:



Asocian el término reciclaje a:



Se ocupan de una forma u otra de reciclar:

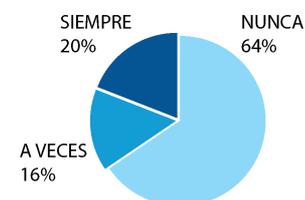


Figura 17. Resultados del estudio de percepción ciudadana para EMASEO Tomado de CEDATOS, 2012

En los sectores de Tumbaco y Quitumbe, opinan que en sus hogares no generan suficientes residuos, mientras en otros como Eugenio Espejo, La Delicia, Manuela Saénz, Valle de Los Chillos y Calderón el motivo se debe a que la empresa pública “no cumple con la clasificación de los residuos” al momento de recolectar el material. Los ciudadanos opinaron que no existen zonas de recolección de residuos reciclables en su zona residencial. El 12% de los hogares indican que no tienen suficiente espacio para realizar la separación de residuos, un 7% que no le interesa separar y un 2% que le representa demasiado esfuerzo hacerlo. (CEDATOS, 2012, pp. 9-11)

Respecto a los resultados cualitativos, en el estudio se obtuvieron los siguientes resultados:

- Los ciudadanos proponen unificar la información acerca de qué desechos separar, dónde entregarlos y los resultados o usos que se dan a los distintos tipos de residuos.
- Colocar recipientes visibles en lugares públicos.
- La necesidad de informar respecto de las normas y exigir a la población el cumplimiento de las mismas.
- También se sugiere “la aplicación de multas, lo suficientemente fuertes como para que las personas tomen conciencia de cuánto afecta a la ciudad no tener concientización del problema de la basura.” (CEDATOS, 2012, p. 18)

“Reciclaje Inclusivo y Recicladores de Base en el Ecuador” (IRR, 2015)

El estudio de línea base elaborado por la IRR del 2014 al 2015, se enfocó en tres dimensiones: normativa, mercado y socioeconómica / organizativa. El estudio tomó como referencia las cuatro principales ciudades donde se genera el 48% de residuos sólidos a nivel nacional, Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta.

Para la dimensión normativa la IRR realizó el levantamiento y análisis de información secundaria, verificando la normativa existente, relacionada a la gestión de residuos sólidos y reciclaje a nivel local y nacional, tomando en cuenta los siguiente documentos: la Constitución de 2008, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, la Ley de Gestión Ambiental, el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), el Texto Unificado de Legislación Secundaria, Medio Ambiente (TULAS) del Libro VI, Título I del Sistema Único de Manejo Ambiental, el Reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento, el Reglamento para la aplicación de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado, Resoluciones y Acuerdos Ministeriales.

Posteriormente se realizó la revisión de ordenanzas y reglamentos correspondientes a cada ciudad, para completar el análisis del marco legal.

Adicionalmente, la IRR realizó entrevistas a profundidad a representantes de distintas instituciones públicas: Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), de la Secretaría de Ambiente de Quito, Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito (EMASEO EP), Puerto Limpio Guayaquil, Comisión de Gestión Ambiental del Municipio de Guayaquil, Empresa Pública Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC EP), Comisión de Gestión Ambiental del Municipio de Cuenca, Coordinación Zonal 6 MIES, Coordinación Zonal 6 MIPRO, Coordinación Zonal 6 MAE, Coordinación Zonal 6 IEPS, Departamento de Ambiente de Manta y Empresa de Aseo Costa Limpia de Manta. (IRR, 2015, p. 12)

La IRR realizó una recopilación y revisión de informes, estudios y proyecciones de mercado elaboradas por instituciones públicas, publicaciones en prensa, estudios académicos y otros, como fuentes secundarias para dimensionar el mercado de reciclaje.

Adicionalmente, tanto para la dimensión de mercado como para la socioeconómica y organizativa, realizó 692 encuestas a los recicladores de base de las cuatro ciudades, de un universo total de 8.865. Realizó entrevistas a profundidad a las principales empresas de reciclaje del país y a los dirigentes y representantes de las asociaciones de recicladores. (IRR, 2015, pp. 13-14)

Del estudio de la IRR se concluyó que existe un avance en cuanto a las políticas públicas que pretenden incentivar una cultura de reciclaje en la ciudad, sobre todo de residuos potencialmente reciclables pero que aún no existe una ley específicamente dirigida al reciclaje y el reconocimiento de los recicladores de base mediante políticas de reciclaje inclusivo.

También se concluyó que no existen aún mecanismos de control y seguimiento que garanticen el cumplimiento de las normativas donde se establece la obligatoriedad de separación de residuos desde la fuente de origen ni de la aplicación de servicios selectivos por parte de los gobiernos locales. Hace falta una mayor socialización de la normativa ambiental y social a los distintos actores que participan: el sector público y privado, organizaciones sociales, recicladores de base y la sociedad civil en general. (IRR, 2015, pp. 27-28)

Concluye además que la ley de impuesto redimible a las botellas PET ha tenido un impacto positivo respecto al volumen recolectado, con un incremento del 333% en el primer año de implementación y del 170% entre el 2012 y 2014. “La oferta de PET ha permitido que la industria de reciclaje invierta en el país y exista un incremento significativo en la demanda del producto.”

Se identificó que existe un alto volumen de generación de residuos en las dos ciudades principales, Quito y Guayaquil, y por lo tanto el mercado de reciclaje en ambas ciudades está creciendo, es dinámico, destacando una participación importante de industrias nacionales.

Se observa una variación en los precios de comercialización en función del volumen, la calidad de los residuos, la distancia y transporte a las plantas de reciclaje. Los esfuerzos que se realicen hacia el reciclaje inclusivo, deben tomar en cuenta estos aspectos.

Se reconoce la importancia del trabajo que realizan los recicladores para el desarrollo de la industria de reciclaje y su contribución al cambio de la matriz productiva en el Ecuador, tomando en cuenta que recolectaron el 51% del total de residuos reciclados en el 2014, en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta. Del total de toneladas de residuos recolectados, el 39% corresponde a papel y cartón, mientras el 18% a botellas PET.

El estudio además evidenció un incremento en el porcentaje de hogares que separan sus residuos entre el 2010 al 2014. El tipo de material que más se recicla es el plástico. (IRR, 2015, pp. 49-50)

De las variables socioeconómicas, identificó que los recicladores de base continúan subsistiendo en “condiciones desfavorables y con alto grado de vulnerabilidad, con ingresos en su mayoría inferiores al salario mínimo vital, contribuyendo para esta situación las relaciones inequitativas en términos de actividades laborales.” (IRR, 2015, p. 63)

El promedio de integrantes por familia de los recicladores de base es de 5 personas, y los ingresos recibidos de la actividad son insuficientes. Se destinan principalmente para alimentación, vivienda y transporte, dejando de lado otras necesidades como la salud, educación y recreación. Por ello muchas veces deben combinar con otras actividades económicas y trabajar en grupos familiares. Tampoco obtienen ingresos suficientes para su afiliación a la seguridad social, a pesar de ser un derecho de los trabajadores garantizado

por el estado y a los riesgos que enfrentan en su actividad laboral. Además no se ha realizado un censo de recicladores a nivel nacional, ni local.

Se concluyó por último que se requiere de un mayor conocimiento sobre el reciclaje inclusivo y una mayor participación por parte de los ciudadanos. (IRR, 2015, p. 66)

3.2.2 Análisis de suficiencia de la IRR

Se realizó un análisis de los canales utilizados por la IRR para difundir información relacionada al Reciclaje Inclusivo y el proyecto en Ecuador:

- Sitio web (<http://reciclajeinclusivo.org/>)
El sitio web es el principal canal de comunicación del proyecto a nivel regional. Se encuentra toda la información referente al proyecto (ejes, objetivos y resultados).
- Twitter (https://twitter.com/IRR_Reciclaje)
- Facebook (<https://www.facebook.com/IniciativaReciclajeInclusivo/>)
- YouTube (<https://www.youtube.com/user/ReciclajeInclusivo>)
A través de estos canales se transmiten datos estadísticos, noticias y avances de los proyectos en las distintas ciudades. Se comparten historias de éxito y noticias del sector como entrevistas, avances a nivel legislativo, campañas y otros, compartidos por otras instituciones (Fundación Avina, RENAREC, Red LACRE, entre otras) que tengan relación con temas de reciclaje. Es frecuente el uso de *spots* e infografías.
- Flickr (<https://www.flickr.com/photos/reciclajeinclusivo>)
Galería contiene principalmente un registro fotográfico de reuniones y talleres de la IRR, con un enfoque hacia el público interno de la Iniciativa.

- Google Groups (<https://plus.google.com/+ReciclajeInclusivoOrg>)
- Slideshare + LinkedIn (<http://es.slideshare.net/ReciclajeInclusivo>)

Se realizó además un análisis a partir de los cuatro tipos de identidad: Identidad simbólica, cultural, conductual y comunicativa. (Morató Bullido, 2015, pp. 19-20)

Identidad simbólica



Logotipo está formado por las siglas IRR, a manera de isotipo, y el nombre del proyecto Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo. Las siglas utilizan una tipografía en mayúsculas, *san serif*, y un aspecto juvenil debido a la paleta cromática utilizada. El color principal es el turquesa y la letra i se destaca por tener en su parte superior, franjas horizontales de color verde claro, rojo, naranja, azul y celeste, usados normalmente para diferenciar los distintos tipos de residuos reciclables como vidrio, PET, metales, papel y cartón, de los orgánicos y peligrosos. El nombre de la Iniciativa se encuentra en color gris 80%, con los puntos de las i en color turquesa. Una versión alternativa del logotipo para ser utilizado sobre un fondo de color (verde claro o gris) se utiliza las letras en color blanco. El logotipo viene siempre acompañado de los logotipos de los socios fundadores de la Iniciativa, generalmente en un solo color (gris o blanco) a excepción de las portadas de publicaciones. Se observa el uso frecuente de iconografía y un estilo alegre, amigable y cercano en todas las producciones audiovisuales. En cuanto a las fotografías utilizadas, se observa generalmente un encuadre de frente, con rostros de recicladores

mirando hacia la cámara o realizando su trabajo, o voceros de la Iniciativa en eventos. Se observa un uso consistente de la identidad simbólica.

Identidad cultural

Los objetivos de la IRR nacen con el fin de “mejorar el acceso de los recicladores al mercado formal de reciclaje en América Latina y el Caribe”. Busca el reconocimiento del trabajo que realizan y fortalecer su capacidad de coordinación a nivel nacional y regional, fomentando el diálogo entre los gobiernos, las empresas y las organizaciones de recicladores. La Iniciativa trabaja bajo cuatro ejes, en 17 países de la región: proyectos estratégicos, colaboración - capacitación, conocimiento - aprendizaje y comunicación.

Busca generar impacto sistémico mejorando la calidad de vida de los recicladores, a través de políticas públicas. La IRR busca “fomentar la integración de los recolectores informales al mercado de reciclaje” (IRR, 2013)

Identidad conductual

La IRR tiene proyectos en 17 países: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Guyana, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y República Dominicana. En Ecuador específicamente, brindó asistencia técnica a la Red Nacional de Recicladores del Ecuador (RENAREC) que cuenta con recicladores de varios municipios incluido Quito, y dio capacitación a 252 recicladores a nivel nacional sobre el desarrollo de acuerdos con gobiernos locales y otros temas. Apoya a la RENAREC en su plan de comunicaciones para un mejor posicionamiento en el país, que dio como resultado la firma de un convenio de cooperación interinstitucional con el MAE, MIES y el Instituto de Economía Popular y Solidaria y la RENAREC, en un evento en Quito que contó la presencia del Presidente de la República, Rafael Correa. Se realizó un estudio de línea base de la cadena de valor del reciclaje en Quito, Cuenca, Guayaquil y Manta. Desde marzo de 2016 inició el desarrollo de planes de inclusión en 7 municipios del país, incluido Quito, debido al cierre

de botaderos. Se tiene contemplado la sistematización de estas experiencias al final del proyecto.

Identidad comunicativa

Las IRR, utiliza un lenguaje sencillo, cálido, sugestivo, conciso y directo en sus comunicaciones. Los contenidos y presentación de datos en sus informes anuales, revistas, boletines y sitios web son de fácil entendimiento, accesibles, claros, inclusivos y tienen un manejo consistente en los distintos canales. Utiliza datos estadísticos con frecuencia para lograr mayor impacto. Se apoya también en recursos gráficos que facilitan visualizar los mismos. Sin embargo no se identifican canales de comunicación específicas para cada país/ciudad.

Previo a la reunión Habitat III, llevado a cabo del 17 al 20 de Octubre en Quito, la IRR realizó un evento paralelo que reunió a líderes recicladores urbanos, autoridades del sector público y empresarial, organizaciones de la sociedad civil y entidades de cooperación. El tema a tratar fue “Reciclaje Inclusivo: Un nuevo paradigma para el manejo sustentable de los desechos sólidos en las ciudades”, donde además, la Iniciativa Regional de Reciclaje Inclusivo compartió resultados y experiencias. Medios de comunicación asistieron al evento, sin haber logrado notas publicadas en prensa de manera significativa y que mencionen directamente a la IRR. A pesar de ello, hay varios videos publicados a través en redes sociales, en los canales de la IRR.

Los canales existentes de la IRR no cuentan con medios específicos para atender a las inquietudes de las ciudades donde tiene proyectos. No realiza capacitaciones para la ciudadanía pero si con los recicladores, principalmente en fortalecimiento de sus capacidades organizativas, fomentando la asociatividad.

3.2.3 Análisis de contenidos y canales de difusión de EMASEO EP, sobre reciclaje

Posteriormente se recopiló y revisó material de difusión de EMASEO EP respecto al Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda y otros mecanismos de recolección, además de un breve análisis de la información disponible en el sitio web de la empresa.

El material de difusión entregado en las capacitaciones que brinda EMASEO EP durante la implementación del Servicio de Recolección Selectiva a Pie de Vereda se refiere a los mecanismos del mismo propiamente. Su enfoque es sensibilizar a la ciudadanía sobre el impacto ambiental.

De la misma manera, a través de su sitio web (<http://www.emaseo.gob.ec/>), tiene información básica sobre el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, limitada a una descripción de las modalidades, los mecanismos y barrios donde está implementado el servicio. Los indicadores de gestión, dónde se muestran los datos históricos de toneladas recuperadas de RSR en los barrios que cuentan con el servicio, no se encuentran publicadas aún en el sitio. El sitio web tiene publicado de manera visible la línea de servicio al cliente 1-800 EMASEO.

A través de sus redes sociales, Facebook, Twitter y YouTube, se comparten noticias y tiene comunicación con la ciudadanía sobre denuncias, sugerencias y recomendaciones generales. El enfoque de los mensajes es el impacto ambiental de los desechos reciclables. La campaña de 4R's (Rechaza, Reduce, Reusa, Recicla) tiene menos visibilidad que en el sitio anterior (modificado en el 2016).

En la franja inferior de la página de inicio del sitio se encuentra el enlace de la campaña ‘Quito a Reciclar’, inaugurada recientemente en el mes de Octubre. Este enlace lleva a una nueva página con información sobre cómo entregar los distintos materiales, información de los centro de acopio y puntos de recolección, y datos relacionados a Educación Ambiental. (<http://www.emaseo.gob.ec/gestion-ambiental/reciclaje/>)

3.2.4 Análisis de la iniciativa ciudadana RECI VECI

Se tomó como referencia la iniciativa RECI VECI y sus canales de difusión. (<http://www.reciveci.ec/>)

RECI VECI se enfoca en la vinculación de los ciudadanos con ciudadanos recicladores. Mediante capacitaciones directas en distintos barrios, esta iniciativa busca educar a la ciudadanía sobre cómo separar adecuadamente los residuos, cómo reconocer a los recicladores del barrio y sensibilizar respecto a la importancia de entregar el material reciclable directamente al reciclador.

RECI VECI además desarrolló una aplicación móvil que permite a los ciudadanos conocer las rutas y horarios e identificar a los recicladores que trabajan en su calle, facilitando la entrega de material. Apoya la asociatividad a través de fundaciones que agrupan a los recicladores, fortaleciendo sus capacidades.

RECI VECI difunde los avances de esta iniciativa a través de las redes sociales Facebook, Twitter y YouTube. Tuvo una presencia importante en Habitat III, Social Good. Su enfoque para incentivar el reciclaje es social y pretende acercar a los residentes del barrio a los recicladores a través de compartir sus historias, anhelos y sueños. Su meta final es modificar la percepción de los ciudadanos para que reconozcan a los recicladores que trabajan en su barrio como su vecino.

3.2.5 Análisis de la RENAREC

Se realizó un breve análisis del sitio web de la Red Nacional de Recicladores del Ecuador, RENAREC y se recopiló información de las entrevistas a la Presidenta de la Red, Laura Guanoluisa (<https://renarec.wordpress.com/>)

Como asociación, los recicladores de base se han planteado los siguientes propósitos:

- Reconocimiento por su trabajo como una actividad digna.
- Reciclaje Inclusivo, que les permita incorporarse a la cadena de gestión de residuos sólidos en cada ciudad y a nivel nacional en el Ecuador.
- Emprendimiento de negocios inclusivos de reciclaje.
- Los mayores retos que enfrentan es conseguir el apoyo de los ciudadanos para mejorar las condiciones de su trabajo, generar mayores ingresos, e incorporar a un mayor número de recicladores con acceso al Seguro Social.

3.3 Investigación

Se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas para medir la percepción de los ciudadanos en torno al reciclaje.

- Técnicas cuantitativas: Se realizaron 400 encuestas cuali-cuantitativa, utilizando dos modalidades, formulario online (39%) y encuestas físicas (61%).
- Técnicas cualitativas: Se realizaron cuatro entrevistas semi-estructuradas a las siguientes personas.

Tabla 3.

Entrevistas realizadas

Nombre del entrevistado	Función	Fecha y lugar de la entrevista
Felipe Toledo	Coordinador Nacional de la IRR en Ecuador y Gerente Programático de Fundación Avina – Ecuador	Jueves 11 de Agosto de 2016, oficinas de Fundación Avina, Av. República de El Salvador 406 y calle Moscú; vía correo electrónico
Geovanna Polo	Gestión Ambiental y Reciclaje, EMASEO EP	Miércoles 24 de Agosto de 2016, Oficinas de EMASEO EP, Av. Mariscal Sucre y Mariana de Jesús
Paula Guerra	Especialista en Gestión Integral de Residuos Sólidos y Reciclaje Inclusivo, Consultora BID-IRR y Co-fundadora de la Iniciativa Ciudadana RECI VECI.	Viernes 26 de Agosto de 2016, vía skype
Segundo Carrillo	Recicladores, Centro de Educación y Gestión Ambiental, La Delicia.	Jueves 13 de Octubre de 2016, barrio la Cristianía 2, Eloy Alfaro y de los Aceitunos (Norte)

Alcance

El alcance de la investigación es de carácter exploratorio y descriptivo. Se propone explorar las barreras o factores que desmotivan a los ciudadanos a separar los desechos en sus hogares. La investigación también tiene un alcance descriptivo que permita especificar los hábitos de los ciudadanos, el nivel de conocimiento que tienen actualmente respecto a la cadena de reciclaje y la percepción sobre los recicladores, su trabajo y la conciencia ciudadana. Se

espera identificar patrones en cuanto a las percepciones y hábitos de los ciudadanos, que facilite la elaboración de estrategias comunicacionales que incentiven la cultura de reciclaje en la ciudad.

Definición de población y muestra

En Quito vive el 15,5% de la población del Ecuador (Barrera Guarderas, 2011). El Distrito Metropolitano de Quito - DMQ, está dividido en ocho administraciones zonales que comprenden 65 parroquias, (32 urbanas y 33 rurales). Para esta investigación se tomó en cuenta las zonas urbanas de estrato medio – medio alto únicamente, debido a que, en promedio, en las zonas rurales y estratos medio bajo - bajo hay un menor consumo de productos desechables, y por lo tanto, se genera una menor cantidad de residuos sólidos reciclables. Se estima que la población del DMQ se acercará los 3 millones de habitantes para el año 2025 y cerca del 69% residirá en la zona urbana.

Para la investigación cuantitativa se determinó el universo de estudio un total de aproximadamente 454.251 habitantes, correspondiente al 17.5% de la población total de la ciudad, 2.597.989 (Proyección de la Población Ecuatoriana, 2010), con un enfoque en las administraciones zonales Manuela Sáenz, Eugenio Espejo y La Delicia. Atendiendo a una tercera parte de la población, porcentaje de heterogeneidad del 50%, margen de error 5% y nivel de confianza del 95%, un total de 400 encuestas.

De los datos de población de la Alcaldía de Quito, se tomó como referencia los habitantes por barrios en tres Administraciones Zonales: Eugenio Espejo, La Delicia y Manuela Sáenz, detallado en la siguiente página, para realizar el cálculo:

Tabla 4.

Población Administraciones Zonales del DMQ

Administración Zonal	Barrios	Población
Eugenio Espejo	Belisario Quevedo	47.752
	Mariscal Sucre	12.976
	Iñaquito	42.822
	Rumipamba	29.054
	Jipijapa	35.561
	Cochapamba	58.004
	Concepción	32.269
	Nayón	15.635
La Delicia	El Condado	89.382
	Carcelén	55.301
Manuela Sáenz	Itchimbía	35.495
Total universo de estudio		454.251

Tomado de Unidad de Estudios, DMPT-MDMQ, 2001

Perfil de la población encuestada

Se seleccionó barrios de nivel medio - medio alto debido a que, como se mencionó en el capítulo 1, se ha demostrado que a mayor nivel de ingresos económicos, mayor es el consumo de productos desechables, y por ello, mayor es la cantidad de residuos sólidos reciclables generados, si se compara con los estratos medio – medio bajo y zonas rurales. (Hoorweg & Bhada-Tata, 2012, p. 11)

Para las encuestas se eligieron barrios de Quito en base a dos criterios: nivel económico promedio medio – medio alto y tipo de servicio de recolección diferenciada de residuos disponible, a fin de poder contrastar las opiniones de acuerdo al lugar de residencia.

- Barrios que tienen el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, que corresponden a la primera fase de implementación del servicio, dónde además se entregó fundas celestes para los residuos separados de forma gratuita a los residentes del barrio (Quito Tenis, Condado, Balcones del Norte, Monteserrín).
- Barrios que no tienen el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda y donde no se han realizado capacitaciones en torno al reciclaje (González Suárez, Bellavista, La Carolina).
- Barrios donde existen otros mecanismos de recolección, tales como puntos limpios y contenedores (Cumbayá, Sangolquí, Granda Centeno, La Granja, La Concepción, Nayón) o que corresponden a la segunda fase de implementación del Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, sin la entrega de fundas celestes para material reciclable (La Floresta, El Bosque, Ñaquito, Pinar Alto, otros).

El enfoque fue recopilar datos sobre todo del manejo de residuos sólidos en el hogar, principalmente personas comprendidas entre los 25-55 años, etapa promedio de formación de familias, como transmisores de cultura a largo plazo.

3.4 Tabulación y síntesis de datos obtenidos

El instrumento de medición de percepción se planteó en la forma de una encuesta que está dividida en cuatro secciones: datos generales, servicio de recolección selectiva y hábitos de reciclaje, cadena de reciclaje y comunicación.

Al inicio del formulario, se solicitó a los encuestados proporcionar datos generales como género, edad, barrio en el que reside, total de miembros que viven en el hogar y las edades de cada uno de ellos.

Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las percepciones de la ciudadanía respecto de la basura y su rol dentro de la cadena de reciclaje para la realización de un Plan Estratégico de Comunicación.

Instrucciones:

- Lea atentamente cada pregunta, analice y conteste.
- De antemano se agradece su colaboración.

Datos Generales



Edad _____ Actividad _____



Barrio en el que reside: _____ Miembros del hogar - Total: _____

Edades: _____

Figura 18. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, datos generales

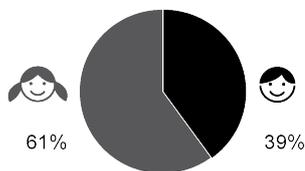
Del total de encuestados, el 61% corresponde a mujeres, mientras el 39% corresponde a hombres. El 70% son personas comprendidas entre las edades de 25 a 55 años de edad, el 16% a menores de 25 años y el 14% a personas de 56 años en adelante.

De los hogares encuestados, en el 49% de ellos residen menores de 18 años, es decir que están en etapa escolar hasta el bachillerato. En el 51% restante, residen personas adultas.

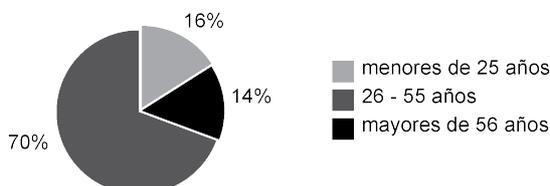
Del total de encuestados, el 33% vive en barrios que tienen el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, donde además EMASEO EP entregó fundas de color celeste para la separación de residuos reciclables de manera gratuita durante el primer periodo posterior a la implementación del servicio. El 12% corresponde a barrios que no tienen el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, y el 55% restante son barrios que tienen distintos mecanismos de recolección, incluso el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, con la diferencia que no se entregó fundas gratuitas a los residentes del barrio durante el primer periodo de implementación del mismo.

Datos generales de los encuestados

Género de personas encuestadas

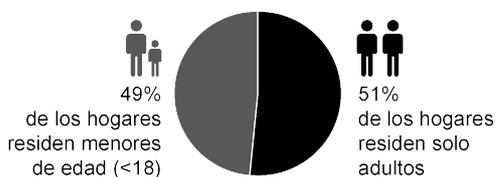


Edades de personas encuestadas



Datos generales de los hogares

Miembros en el hogar



Hogares encuestados por barrio



Figura 19. Resultado de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, datos generales

Posteriormente, en la primera parte de la encuesta propiamente, se preguntó específicamente sobre el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda (SRS), que brinda EMASEO EP para la entrega de materiales reciclables. El enfoque en este servicio se debe a que, de acuerdo a la entrevista con la Ing. Geovana Polo, es el que más éxito tiene debido a la cantidad de toneladas que se recupera, en comparación con el resto de servicios que ofrece EMASEO EP.

Encuesta

1. ¿Conoce qué es el servicio de recolección selectiva? Si No
 Si su respuesta es positiva, explique brevemente: _____
-
2. ¿Está disponible este servicio en su barrio? Si No No conoce

Figura 20. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, Servicio de Recolección Selectiva

A la primera pregunta, *¿Conoce qué es el servicio de recolección selectiva?*, el 60% respondió Si y el 40% No. En los barrios donde se implementó el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda (primera fase) el 86% de los encuestados conocen el servicio, versus el 14% que no lo conoce.

En los barrios donde el Servicio no está disponibles, el 39% conoce del servicio, frente al 61% que no lo conoce.

En los barrios donde existen otros mecanismos o donde se implementó el SRS sin la entrega de fundas gratuitas, el 49% conoce el servicio frente a un 51% que no lo conocen.

A la segunda pregunta de la encuesta, *¿Conoce si está disponible este servicio en su barrio?* se evidencia que en aquellos barrios donde se implementó el SRS a pie de vereda y se entregó las fundas gratuitas a los residentes, existe un mayor conocimiento de la disponibilidad del servicio que en aquellos donde no se entregó las fundas.

Sobre el Servicio de Recolección Selectiva

1. ¿Conoce qué es el servicio de recolección selectiva?



2. ¿Está disponible este servicio en su barrio?

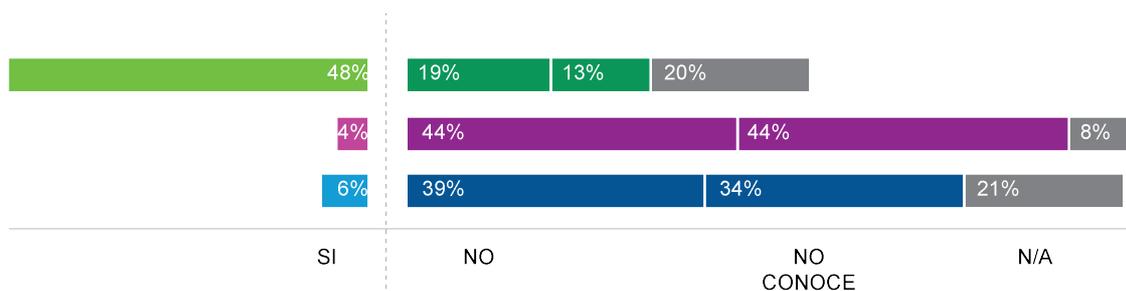


Figura 21. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, Servicio de Recolección Selectiva

Las siguientes preguntas fueron diseñadas para identificar los hábitos de reciclaje. En primer lugar se buscaba identificar el porcentaje de hogares que separan siempre sus residuos y, en el caso de una respuesta negativa, indicar los motivos por lo cuales no lo hacen.

Se preguntó a los encuestados si *en su hogar, ¿separan la basura del material reciclable en tachos distintos?*, con opción múltiple entre las alternativas; siempre, frecuentemente, a veces o nunca.

Del total de encuestados, el 51% respondió separar el material reciclable siempre o frecuentemente y el 49%, a veces o nunca. Al analizar la información separada por barrio, se evidencia que hay una mayor tendencia a separar residuos en aquellos barrios donde hay mecanismos de recolección de reciclables, y mayor aún cuando está disponible el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda.

3. En su hogar, ¿separan la basura del material reciclable en tachos distintos?
- Siempre Frecuentemente A veces Nunca
- Si su respuesta es afirmativa, ¿hace cuánto tiempo empezó a reciclar?
- Años Meses Días Cuántos: _____
4. Si su respuesta en la pregunta anterior es A veces o Nunca, marque la **principal razón** por la cuál no siempre separa la basura:
- No tengo suficiente información sobre qué ni cómo se debe reciclar adecuadamente.
 - Me representa demasiado esfuerzo y resulta complicado reciclar.
 - He observado que el camión de la basura mezcla todas las bolsas indistintamente.
 - No me interesa separar la basura.
 - El reciclaje es una moda pasajera.
 - No sé dónde dejar o a quién entregar el material reciclable.
 - No tengo suficiente espacio en casa para usar distintos tachos de basura.
 - No veo resultados concretos como consecuencia del reciclaje.
5. ¿En su hogar, alguna persona ha recibido capacitación en temas de reciclaje?
- Si No No conoce
- Si su respuesta es Sí, especifique dónde ha recibido capacitación: _____

Figura 22. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, hábitos

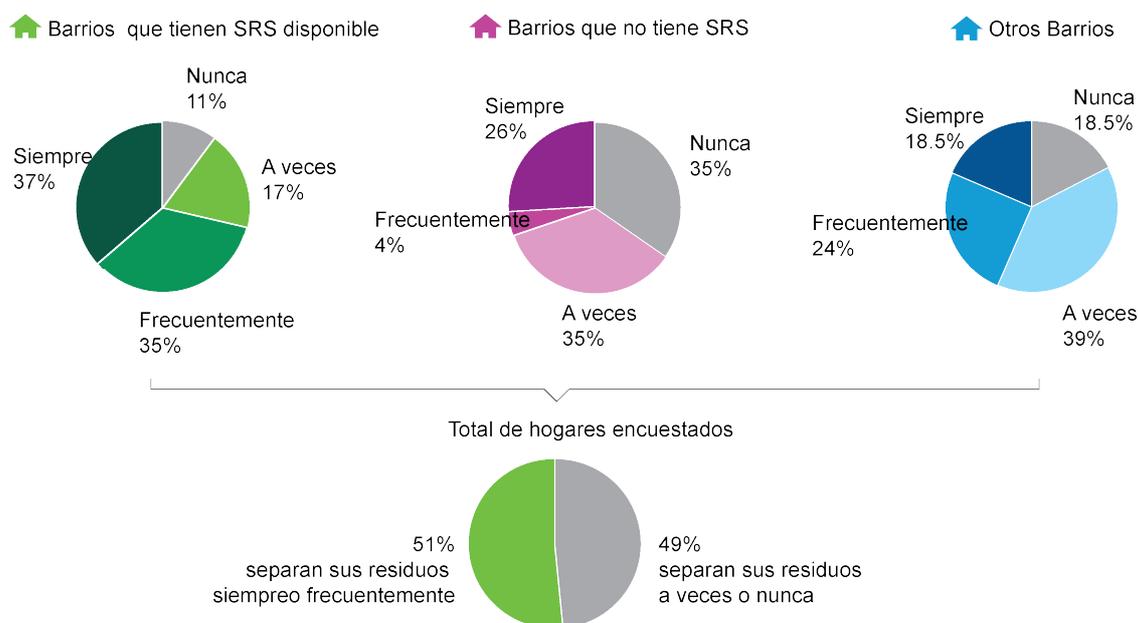
En las encuestas realizadas, la mayoría de personas, a excepción de quienes seleccionaron siempre como respuesta, marcó *la principal razón por la cuál no siempre separa la basura*, seguida de ocho frases para indicar los motivos.

Se destaca en primer lugar “He observado que en el camión de basura mezcla todo aún cuando previamente se haya separado” con el 44%, “No sé dónde dejar o a quién entregar el material reciclable” con el 23%, “No tengo suficiente espacio en casa para usar distintos tachos de basura” con el 12%. Adicionalmente un 8% considera que “No tengo suficiente información sobre qué ni cómo se debe reciclar adecuadamente” y en la misma medida, el 8% respondió “No veo resultados directos como consecuencia del reciclaje”. El 4% respondió que le resulta demasiado complicado reciclar, el 1% no tiene interés

de hacerlo y ningún encuestado considera que el reciclaje es una moda pasajera.

Sobre el Reciclaje

3. En su hogar, ¿separan la basura del material reciclable en tachos distintos?



4. Si su respuesta en la pregunta anterior es A veces o Nunca, marque la principal razón por la cuál no siempre separa la basura:

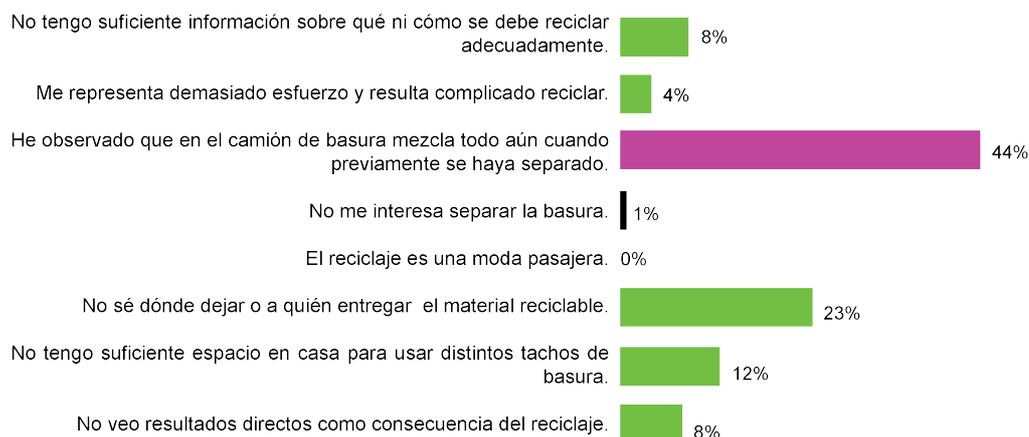


Figura 23. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, hábitos

A la siguiente pregunta, *¿En su hogar, alguna persona ha recibido capacitación en temas de reciclaje?*, el 42% marcó sí, 53% no y 5% no conoce. Cabe

resaltar que del 42% que dio una respuesta positiva a esta pregunta, el 25% respondió haberla recibido a través de las instituciones educativas y el 13% en su lugar de trabajo y un 14% en otros países o por interés propio. El 48% restante no especificó el lugar de la capacitación.

5. ¿En su hogar, alguna persona ha recibido capacitación en temas de reciclaje?

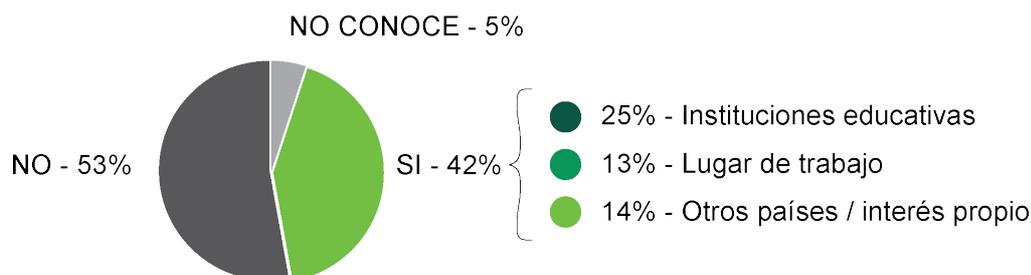


Figura 24. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, hábitos

Para determinar cómo los ciudadanos perciben a los recicladores y el trabajo que realizan, se plantearon cuatro preguntas.

6. ¿Ha visto recicladores en su barrio escurbando en la basura?
- Siempre Frecuentemente A veces Nunca
7. ¿Conoce a los recicladores de su barrio?
- Si No
8. ¿Por qué cree usted que realizan esta actividad? Marque la opción que considera correcta.
- Buscan restos de comida y otros objetos para subsistir.
- Buscan cartón y otros materiales reciclables como sustento económico.
- Separan los residuos sólidos reciclables en beneficio del medio ambiente, los Municipios y la ciudadanía.
9. ¿Cómo percibe usted el trabajo que realizan los recicladores?
- Positivo Negativo Indiferente
- ¿Por qué? _____

Figura 25. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, recicladores

La primera, *¿ha visto recicladores en su barrio escarbando en la basura?*. El 74% respondió afirmativamente: 27% siempre, 26% frecuentemente y el 21% a veces. El 13% respondió nunca y el 13% restante dejó sin responder.

Sobre los Recicladores

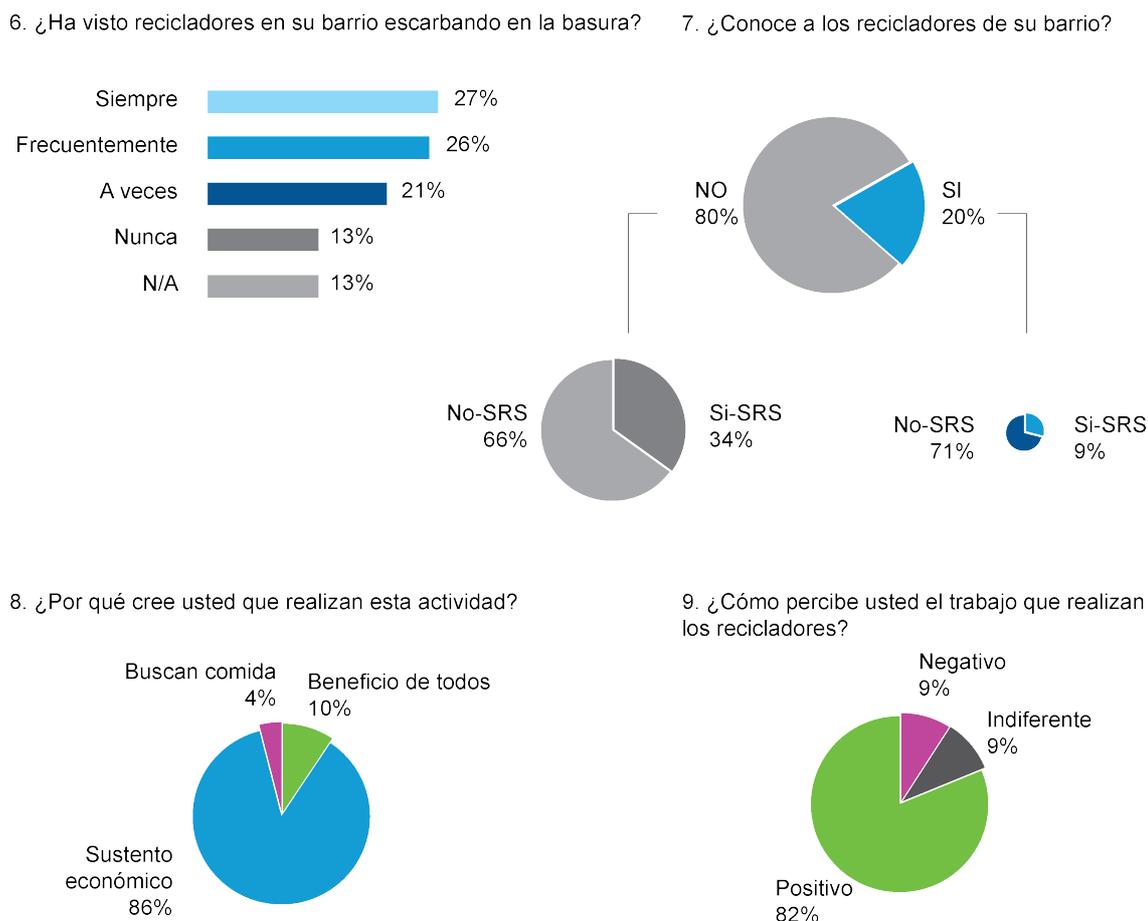


Figura 26. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, recicladores

A la siguiente pregunta, *¿conoce a los recicladores de su barrio?*, el 80% respondió no y el 20% si, sin que influya el barrio en el cual residen.

A la pregunta *¿por qué cree usted que realizan esta actividad?*, un 4% cree que los recicladores buscan comida y otros objetos para subsistir, el 10% cree

que separan los residuos sólidos reciclables en beneficio del medio ambiente, los Municipios y la ciudadanía, y el 86% cree que buscan su sustento económico, a través de la recolección de cartón y otros materiales reciclables.

Para determinar la imagen que tienen los ciudadanos respecto de los recicladores, se preguntó *¿cómo percibe usted el trabajo que realizan los recicladores?* El 82% respondió que percibe su trabajo como positivo, el 9% negativo y el 9% restante es indiferente. Adicionalmente, se pidió a los encuestados que respondan el *¿por qué?* de su respuesta. Aquellos que respondieron como positivo el trabajo que realizan, mencionaron en su mayoría el cuidado del medio ambiente y la posibilidad de una actividad económica que genera ingresos. Aquellos que respondieron negativo, mencionaron los riesgos derivados de la actividad, el desorden que se provoca en las veredas y la necesidad de organizar a los recicladores para que su labor sea positiva.

Para conocer el nivel de conocimiento que tienen los ciudadanos de la cadena de reciclaje, los actores y roles que desempeñan, se formularon cinco preguntas. La primera contiene dos partes, una cuantitativa y otra cualitativa.

10. ¿Conoce usted qué es la Cadena de Reciclaje?
 Sí No
 Si su respuesta es positiva, explique brevemente: _____

11. ¿Quién considera usted es el **principal responsable del manejo** de Residuos Sólidos en Quito?
 Ciudadanos Recicladores Municipio (EMASEO EP)
12. Según su criterio ¿quién es el **principal responsable de la clasificación y separación** de Residuos Sólidos residenciales?
 Consumidores Recicladores Municipio (EMASEO EP)
13. En Quito, ¿quién cree usted **recupera la mayor cantidad** de material reciclable? Marque uno.
 Ciudadanos Recicladores Municipio (EMASEO EP)

Figura 27. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, cadena de reciclaje

Se preguntó *¿conoce usted qué es la Cadena de Reciclaje?*, si la respuesta es positiva se solicitó dar una breve explicación. El 77% de encuestados respondió no y el 23% si. Sin embargo, del total de encuestados que marcaron una respuesta positiva, el 74% respondió de manera incorrecta o incompleta, confundiendo la cadena de reciclaje con las 3Rs (reducir, reusar, reciclar) o dejando de lado el primer eslabón en la cadena: el ciudadano.

Respecto del rol que cumplen los ciudadanos, los recicladores y el Municipio a través de EMASEO EP, como actores de la cadena de reciclaje, se plantearon preguntas que abarcan tres momentos distintos: la gestión de residuos, la clasificación y separación de residuos residenciales y la recuperación de la mayor cantidad de material reciclable.

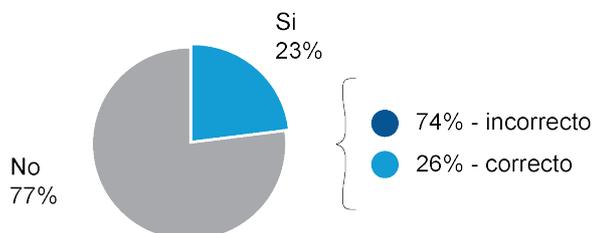
A la pregunta sobre la gestión de residuos, se planteó *¿quién considera usted es el principal responsable del manejo de Residuos Sólidos en Quito?* El 65% considera que es el Municipio el principal responsable del manejo de residuos sólidos en la ciudad, seguido del 30% que cree que son los ciudadanos y un 5% los recicladores.

Respecto a la separación se planteó, *según su criterio ¿quién es el principal responsable de la clasificación y separación de Residuos Sólidos residenciales?* El 76% respondió que son los consumidores, el 12% los recicladores y el 12% restante, el Municipio.

En cuanto a la cantidad de material recolectado se preguntó, *en Quito, ¿quién cree usted recupera la mayor cantidad de material reciclable? Marque uno.* El 78% cree que son los recicladores, el 20% el Municipio y el 2% respondió los ciudadanos.

Sobre la Cadena de Reciclaje y sus actores

10. ¿Conoce usted qué es la Cadena de Reciclaje?



14. ¿Conoce usted que los ciudadanos de Quito pagan un impuesto por la recolección de basura a través de la factura de luz eléctrica?



¿Quién considera usted es responsable del :

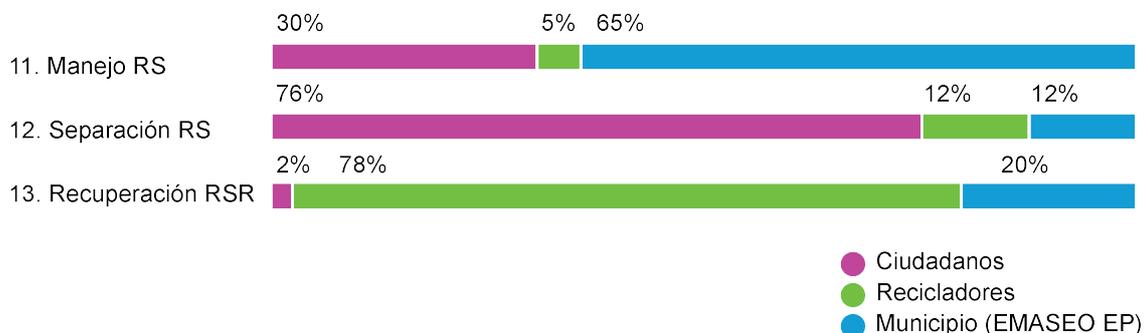


Figura 28. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, cadena de reciclaje

En la última parte de la encuesta, el objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los ciudadanos respecto a la cantidad de información recibida a través de los medios de comunicación y su percepción sobre el nivel de conciencia ciudadana en torno al reciclaje.

A la pregunta *¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación acerca del reciclaje?* El 5% de los encuestados respondió estar muy satisfecho, el 38% algo satisfecho y el 57% respondió estar nada satisfecho con la información recibida, indistintamente del grupo de edad y género al que pertenecen.

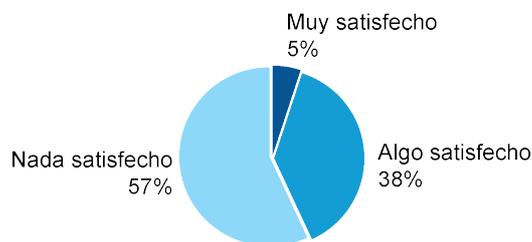
17. ¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación sobre reciclaje?
 Muy satisfecho Algo satisfecho Nada satisfecho
18. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse respecto a temas de reciclaje?
 Medios masivos de comunicación (TV, radio, prensa, publicidad)
 Medios digitales (redes sociales, correo electrónico, SMS)
 Espacios urbanos (señalización, vallas, contenedores, puntos limpios)
 Todos los medios
19. ¿Considera usted que los ciudadanos tienen conciencia de la importancia del reciclaje?
 Si Algo No
20. ¿Cree usted que los niños y jóvenes están siendo educados adecuadamente respecto a la importancia del reciclaje?
 Si Algo No

Figura 29. Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, comunicación

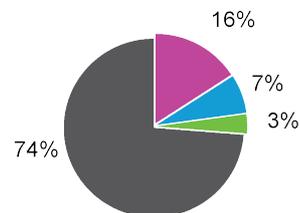
A la siguiente pregunta *¿A través de qué medio le gustaría enterarse respecto a temas de reciclaje?* El 16% del total de encuestados respondió a través de medios masivos (TV, radio, prensa), el 7% a través de medios digitales (redes sociales, correo electrónico, SMS), el 3% a través de espacios urbanos (señalización, vallas, contenedores, puntos limpios) y el 74% respondió a través de todos los medios. Se realizó el desglose por grupos de edad, donde se muestra que en el grupo menores de 25 años tiene mayor peso los medios masivos, frente a los otros grupos de edad. Este resultado es coherente con la investigación realizada para EMASEO EP, por CEDATOS donde se evidencia que en Quito hay un porcentaje elevado de personas que se informan a través de televisión y radio.

Sobre los medios y la conciencia ciudadana en cuanto al Reciclaje

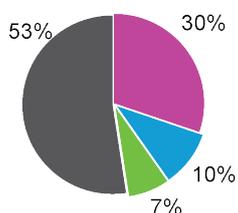
17. ¿Está usted satisfecho con la información recibida en los medios de comunicación acerca del reciclaje?



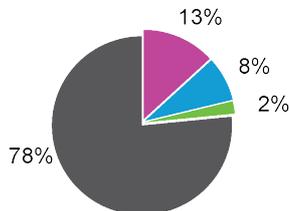
18. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse respecto a temas de reciclaje?



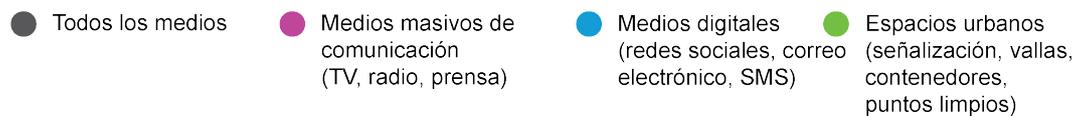
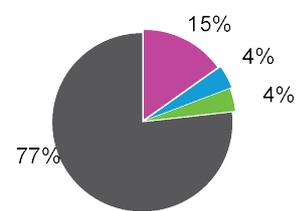
menores de 25 años



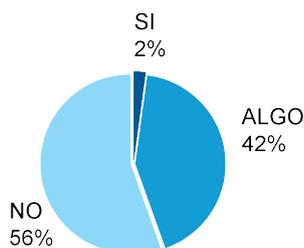
25 - 55 años



mayores de 55 años



19. ¿Considera usted que los ciudadanos tienen conciencia de la importancia del reciclaje?



20. ¿Cree usted que los niños y jóvenes están siendo educados adecuadamente en referencia a la importancia del reciclaje?

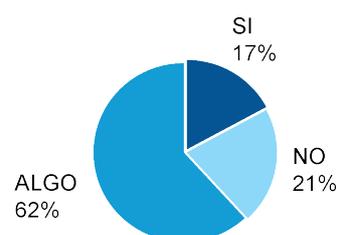


Figura 30. Resultados de la Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje, comunicación

“En el DMQ el 94% de la población acostumbra a ver televisión. Los programas que ven los entrevistados son: noticias 45%, telenovelas 18%, series 10%, programación deportiva 10%, 5% otros.

El 86% acostumbra a escuchar radio. Principalmente siguen programas de música con locución 40%, música sin locución 22%, noticias 22%, programas de opinión 11% y programas deportivos 5%.

El 62% de la población en Quito dice que acostumbra a leer periódicos. El tipo de información que lee en los periódicos son noticias nacionales con 23%, deportes 19% sociales 12%.” (CEDATOS, 2012, p. 15)

Las últimas preguntas hacen referencia a la percepción que tienen los encuestados sobre el nivel de conciencia ciudadana sobre reciclaje.

A la pregunta, *¿Considera usted que los ciudadanos tienen conciencia de la importancia del reciclaje?*, 2% respondió Si, 42% respondió Algo y 56% respondió No. Mientras que a la siguiente pregunta, *¿Cree usted que los niños y jóvenes están siendo educados adecuadamente en referencia a la importancia del reciclaje?*, los resultados indican que 17% considera que Si, 62% que Algo y 21% que No.

Análisis de resultados

Sobre el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda, los resultados de la encuesta muestran que existe mayor conocimiento del Servicio de Recolección Selectiva en aquellos barrios donde se implementó la primera fase del proyecto, asociado a la entrega de fundas de color celeste. Esto es importante porque el conocimiento del servicio y la disponibilidad del mismo puede motivar a mayor número de familias a separar sus residuos. El desconocimiento del servicio, las rutas y horarios de recolección puede provocar que las familias dejen sus fundas de basura junto al material reciclable en la vereda, que posteriormente se mezclará en los camiones de basura convencionales, desmotivando las personas a continuar separando sus residuos. Las fundas de color dieron visibilidad al reciclaje.

Sobre el reciclaje, se puede evidenciar que del total de personas encuestadas, cerca de la mitad no separa sus residuos en el hogar, a pesar de que el 100% de encuestas respondieron que consideran que la cultura de reciclaje es importante. Los motivos por los cuales las personas no separan sus residuos son en primer lugar que han observado que el camión de la basura mezcla las bolsas indistintamente, aun cuando exista material reciclable separado y lavado. Esto quiere decir que las personas deben conocer que los camiones de basura de EMASEO EP no tiene la posibilidad de realizar una recolección selectiva y que los ciudadanos puede optar por distintos mecanismos que garanticen que los residuos que ha separado lleguen a la cadena de reciclaje y no se mezcle con la basura común. Además concienciar que los recicladores que no están asociados a los CEGAM, se ven obligados a buscar los residuos reciclables durante el lapso de tiempo que los residentes dejan sus fundas de basura en la vereda y antes de que llegue el camión recolector.

Esto se confirma con los resultados obtenidos, ya que el 23% de encuestados responde que no saben dónde dejar o a quien entregar el material reciclable. Es decir que es necesario informar a la ciudadanía cómo contactarse con recicladores de base o asociaciones de recicladores si no disponen de otros mecanismos cercanos a su hogar.

Un 12% respondió no tener suficiente espacio en casa para usar distintos tachos de basura. Actualmente en Quito no existe una recolección de residuos reciclables tan especializada que requiera utilizar más de dos tachos de basura. Únicamente se requiere separar la basura común de los residuos reciclables por lo que es necesario facilitar el proceso de separación en la fuente mediante la divulgación de esta información. Esto se refuerza con el 4% de encuestados que responden que les representa demasiado esfuerzo y les resulta complicado reciclar.

Otros motivos son que los encuestados no tienen suficiente información sobre qué ni cómo se debe reciclar adecuadamente (8%). La falta de información se

puede solventar por medio de estrategias de comunicación que faciliten el proceso de separación de residuos en los hogares desde el inicio (qué y cómo separar, cuántos tachos se requiere utilizar y a quién y dónde entregar el material reciclable). Por último, un 8% respondió que no ve los resultados directos como consecuencia del reciclaje, es decir que existe desconocimiento sobre quiénes se benefician y qué resultados genera el reciclaje. Este último, es un dato importante, debido a que en el análisis que se realizó de fuentes secundarias, se identificó que los mensajes no suelen abordar los tres impactos de una cultura de reciclaje: social, económico y ambiental, sino normalmente uno solo. Además, existen pocos datos específicos a la ciudad de Quito, que sean difundidos.

Las encuestas permitieron identificar cuatro aspectos generales importantes. El primero se refiere a que los quiteños tienen interés y consideran que la cultura de reciclaje es importante. Es decir, el incentivar la cultura de reciclaje es pertinente.

Segundo, que los motivos por los cuales los ciudadanos no separan sus residuos se debe en gran parte a falta de información o porque se percibe como complejo. Además, los ciudadanos se encuentran poco o nada satisfechos con la información que brindan los medios de comunicación, respecto del reciclaje. Mediante estrategias de comunicación es posible solventar estos problemas, incentivando la separación de residuos en la fuente.

El tercer aspecto se refiere a que existe desconocimiento de la cadena de reciclaje, y no ve los impactos alcanzados, producto de separar los residuos y del reciclaje inclusivo.

Por último, se evidencia que las instituciones educativas promueven el reciclaje mediante programas educativos y capacitación, sin embargo al no replicar estas prácticas en los hogares, será difícil una verdadera transformación de la cultura de reciclaje en la ciudad. Por ello, las estrategias deben estar dirigidas a

los hogares en la ciudad, con énfasis en aquellos grupos que tienden a generar mayor cantidad de residuos.

Entrevistas a profundidad

A partir de las las entrevistas a profundidad se obtuvieron datos importantes, resumidos a continuación:

En la entrevista a Paula Guerra (Anexo 2), resaltan los siguientes puntos, en base a sus conocimientos sobre aspectos técnicos en la gestión de residuos sólidos y la experiencia adquirida a través de la iniciativa RECI VECI, implementado al momento en dos barrios de Quito.

- Afirma que el desconocimiento que tiene la ciudadanía con todo el proceso en general de la basura y la cadena de reciclaje constituye el obstáculo más grande para concienciar a las personas de la importancia de separar los residuos.
- Considera que es clave trabajar desde un punto de vista macro (tema, económico, social y ambiental de los beneficios para la ciudad y el municipio) y desde un punto de vista micro, conociendo a cada comunidad y creando estrategias que permitan a los ciudadanos reconocer a los recicladores de su barrio para fortalecer el vínculo entre ellos y fomentar la cultura de reciclaje.
- Existen muchos paradigmas en la ciudadanía respecto de los recicladores, que asocian la actividad de los recicladores a personas violentas, alcohólicas y en situación de pobreza extrema. Además hay prejuicios relacionados al racismo, clasismo y género, convirtiendo a los recicladores en personas excluidas y rechazadas por la comunidad. Por ello, considera que es prioritario dar a conocer la vida detrás de cada reciclador, como madres, como proveedores del hogar, y humanizar este grupo frente a la sociedad, y romper la idea de que se trata de un acto caritativo y no de una responsabilidad que tienen todos los ciudadanos.

En la entrevista con Felipe Toledo (Anexo 3), se conoció que no existe un censo completo de recicladores en Quito ni de las asociaciones de recicladores que operan en la ciudad. La RENAREC agrupa cerca de 140 asociaciones pero muchos operan de manera independiente o en grupos familiares, lo que dificulta organizar a todas ellas bajo los mismos parámetros. Sin embargo, se conoce que existen más de 3.400 recicladores en la ciudad que brindan servicio a todo lo largo de la ciudad. Existe la Ordenanza 332, que especifica que en los casos donde no haya el servicio de recolección selectiva, es obligación de los ciudadanos entregar los residuos separados al reciclador; esta ordenanza requiere de mayor difusión y, a futuro, de mecanismos de control que garanticen su cumplimiento.

A través de la entrevista con Geovanna Polo de EMASEO EP (Anexo 4), se conoció que el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda es el mecanismo que mejores resultados ha generado, al compararlo con el volumen recolectado de los Puntos Limpios. Esto se debe al nivel de comodidad de los ciudadanos, que están habituados a dejar las fundas de basura en la vereda, a diferencia de los puntos limpios que requiere que el ciudadano se traslade y transporte sus residuos a un lugar específico. La cobertura del Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda beneficia actualmente a cerca de 250.000 personas y 100 recicladores, que permiten recopilar 200 toneladas por mes.

Informó además que EMASEO EP ha realizado capacitaciones puerta a puerta en el tema de reciclaje, en los barrios donde se implementa el sistema de recolección diferenciada, conjuntamente con la entrega de volantes y a través de sus redes sociales. En la primera fase del proyecto, que incluyó ocho barrios residenciales, se entregó fundas de color celeste de forma gratuita a los ciudadanos durante un tiempo posterior a la implementación del servicio. Sin embargo, en los barrios que corresponden a la segunda fase, no se entregan fundas a los ciudadanos, ya que han observado que en aquellos donde se dejó de entregar fundas de basura gratis, las toneladas de residuos sólidos

reciclables disminuía debido a que los ciudadanos se habituaron a recibir las fundas para reciclar. Considera que las personas, al dejar de recibir las fundas, asumen que el servicio no estaba disponible y dejan de reciclar en lugar de comprar fundas de otro color para continuar con el hábito de separación de residuos.

De la entrevista realizada a varios recicladores en el Centro de Educación y Gestión Ambiental, La Delicia, se conoció el valor promedio que tienen los distintos materiales que recuperan y la forma adecuada en que deben ser entregados, resumidos en la tabla a continuación.

Tabla 5.

Precios promedio de los residuos reciclables en Quito

Tipo de material	Precio promedio en dólares americanos por tonelada (\$/ton)
Botellas PET	\$ 700.00
Plásticos suaves	\$ 300.00
Plásticos duros	\$ 250.00
Papel bond impreso	\$ 300.00
Papel archivo color (tipo revista)	\$ 250.00
Papel periódico	\$ 100.00
Latas y chatarras	\$ 110.00
Cartón	\$ 100.00
Vidrio	\$ 60.00
Tetrapak	\$ 30.00

Además, se conoció cuál es el proceso que llevan a cabo para la clasificación de los residuos y la manera en que organizan el trabajo y dividen tareas. Los recicladores más jóvenes realizan los recorridos de recolección y los que han cumplido la tercera edad se dedican a la clasificación de residuos, disminuyendo en parte el esfuerzo físico que realizan. Todos reciben el mismo nivel de sueldo y aportan para su afiliación al IESS.

3.5 Conclusiones y recomendaciones

El 100% de encuestados respondió que la cultura de reciclaje es importante y, por lo tanto, se trata de un tema de interés para los ciudadanos. Al comparar con los resultados del estudio de CEDATOS para EMASEO EP que concluye que los “La mayor parte de los entrevistados sugiere que se realicen capacitaciones a la ciudadanía para generar conciencia y que se les enseñe sobre el tema de reciclaje.” (CEDATOS, 2012)

Los principales motivos por los cuales los encuestados no separan la basura, pueden resolverse a través de estrategias de comunicación. Los ciudadanos necesitan conocer que los camiones recolectores de basura no pueden clasificar los residuos, quienes realizan este trabajo son los recicladores y por ello es importante entregárselo a ellos. La ciudadanía debe tener conocimiento de la Ordenanza 332 y que, por ahora, no se exige una clasificación especializada por tipo de residuo. Únicamente se solicita separar la basura común de residuos potencialmente reciclables (vidrio, cartón, papel, latas, plásticos duros y suaves, tetrapak), en una misma funda y de preferencia en otro color que la basura común.

Los ciudadanos deben tener suficiente información sobre cómo entregar el material, a fin de garantizar la calidad de los RSR: limpios y secos.

El 60% de encuestados conoce que paga una tarifa por la recolección de residuos a través de la planilla de luz eléctrica, pero debe conocer que no cubre el servicio de recolección selectiva. En este sentido, se debe fomentar la entrega directa de RSR a un reciclador.

Es necesario establecer una definición de basura (servilletas usadas, papel higiénico, toallas sanitarias, cartón con manchas de grasa, restos de comida) que permita a los usuarios diferenciarla de los materiales potencialmente reciclables, que no son.

Adicionalmente, es importante incrementar el conocimiento de los ciudadanos sobre la cadena de reciclaje, la importancia que tiene su participación activa en ella y lo que implica la recolección de residuos en la ciudad.

Un alto porcentaje de encuestados considera que falta conciencia acerca de reciclaje y no están satisfechos con la información que reciben a través de los medios de comunicación.

Los hogares donde viven menores de edad tienen la oportunidad de recibir algún tipo de capacitación sobre reciclaje y separación de residuos en las instituciones educativas. Sin embargo, es necesario incentivar que estas prácticas sean replicadas en el hogar para lograr una verdadera transformación de la cultura.

Un alto porcentaje percibe el trabajo de los recicladores como positivo, sin embargo lo perciben únicamente como una actividad que realizan para subsistir y apenas el 10% considera que constituyen un aporte para la ciudad, las industrias y el municipio. Los quiteños deben conocer los resultados de estos impactos.

Se identificó la importancia que tuvo la entrega de fundas en color celeste de forma gratuita en los barrios donde se implementó el Servicio de Recolección Selectiva a pie de vereda de la primera fase, para dar visibilidad al proyecto y fomentar la participación del barrio.

Recomendaciones

Se recomienda difundir las dificultades y riesgos que enfrentan los recicladores en su día a día, humanizar la actividad y sensibilizar a la ciudadanía para que, mediante el hábito de separar los residuos, se mejore en parte las condiciones laborables de 3.400 recicladores que trabajan en la ciudad.

Dar a conocer resultados directos producto de la cadena de reciclaje para dar a conocer los beneficios obtenidos gracias al trabajo de los recicladores.

Divulgar información que facilite el proceso de separación en la fuente, motive a la ciudadanía hacia una participación más activa, y un mayor entendimiento de la cadena de reciclaje.

Es recomendable hacer una clasificación de los residuos que se reciclan en el país, con claras instrucciones de lavado y entrega del material, número de tachos necesarios e información concisa de mecanismos de entrega del material reciclable, para facilitar el hábito de separación.

Cada barrio tiene sus particularidades a nivel organizativo (comités barriales) y disponibilidad de servicios (servicio de recolección selectiva,

puntos limpios o contenedores). Por ello se recomienda establecer estrategias de comunicación tomando en cuenta estas diferencias, y dar a conocer que los recicladores trabajan en toda la ciudad.

Se recomienda divulgar resultados obtenidos del reciclaje a toda la ciudadanía para lograr un mayor compromiso de hogares que separen sus residuos así como establecer metas conjuntas.

Fomentar el diálogo entre la ciudadanía y los recicladores con el objetivo construir vínculo que a futuro llamen la atención de medios de comunicación y gobierno local.

Se recomienda diseñar estrategias para todos los medios (medios masivos, digitales y espacios urbanos) para llegar a la mayor cantidad de personas en la ciudad.

4. CAPÍTULO IV: Propuesta

4.1 Objetivo General

Incentivar la cultura de reciclaje en Quito, como parte del proyecto de la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR)

4.2 Objetivos Específicos

- Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la

separación de residuos sólidos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en un período de 6 meses.

- Comprometer a la ciudadanía en el cumplimiento de su rol protagónico en la cadena de reciclaje, en un periodo de 9 meses.
- Persuadir a la ciudadanía a convertirse en gestores de imagen de los recicladores, mediante el reconocimiento del valor de su trabajo en la cadena de reciclaje, en un período de 12 meses.
- Socializar la cultura de reciclaje inclusivo obtenida como resultado de la ejecución del presente plan.

4.3 Análisis FODA

Tabla 6.

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Cuenta con la experiencia y estudios previos a nivel nacional y regional sobre reciclaje.	Tienen recursos y tiempo limitado para transformar la cultura del reciclaje.
Tiene experiencias exitosas en otras ciudades en la región.	Limitado número de personas para la implementación del proyecto. No cuentan con suficiente número de voluntarios.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Conformada por empresas de prestigio (BID, Fundación Avina, Fomin, Pepsi Co., Coca Cola, RED LACRE)</p> <p>Cuenta con normativas y marco legal a nivel nacional y local.</p> <p>Tiene presupuesto destinado para acciones de comunicación para el proyecto en Ecuador 2016-2018.</p> <p>Cuentan con experiencia probada en Quito a través del Programa RECI VECI.</p>	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Existe interés por parte de los ciudadanos en el tema de reciclaje.</p> <p>Diversidad de medios de comunicación para construir una cultura de reciclaje.</p> <p>Existen diversos mecanismos que facilitan la entrega de material reciclable por parte de los ciudadanos.</p> <p>Conformación de varias asociaciones de recicladores reconocidas por el Gobierno local.</p> <p>Existencia de la Ordenanza Municipal 332, que establece la obligatoriedad de separar los residuos en la fuente.</p>	<p>Únicamente 15 barrios en Quito tienen a su disposición el servicio de recolección selectiva por parte de EMASEO EP.</p> <p>Falta de continuidad en el Programa de sensibilización 4R's y la implementación del servicio RSR en el resto de la ciudad.</p> <p>La ciudadanía no percibe los beneficios y resultados directos obtenidos de una recolección diferenciada.</p> <p>Falta de recursos de la empresa pública del DMQ, encargado de la recolección de basura.</p> <p>Falta de diálogo para la articulación de acciones conjuntas entre EMASEO EP (gestor de los RS), los recicladores base (RENAREC, otras asociaciones) y la IRR.</p> <p>Barrios con diferentes características, necesidades y mecanismos disponibles de recolección de residuos.</p>

4.4 Mapa de públicos

Tabla 7.

Mapa de públicos

INTERNO	EXTERNO
<p>Consejo Asesor Regional (CAR):</p> <ul style="list-style-type: none"> . Co-inversores . Otros socios . Recicladores <p>Equipo de implementación:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Socios fundadores <ul style="list-style-type: none"> BID FOMIN Coca-Cola Fundación Avina Pepsico RED LACRE . Coordinadora de la iniciativa <ul style="list-style-type: none"> Jane Olley <p>Comité Nacional- Ecuador</p> <p>Equipo Proyecto Ecuador 2016-2018</p> <p>Equipo técnico consultor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Coordinador general <ul style="list-style-type: none"> Asist. administrativo Coord. Social y Organizativa Coord. Económica y Productiva Coord. Normativo y Político Responsable de comunicación y capacitación 	<p>Recicladores</p> <ul style="list-style-type: none"> . Renarec (no vinculados directamente al proyecto) . Asociaciones de recicladores en Quito . Recicladores de base no asociados <p>Gobierno Central</p> <ul style="list-style-type: none"> . Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) . Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) . Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) . Servicio de Rentas Internas (SRI) <p>Gobierno Local, Municipio DMQ</p> <ul style="list-style-type: none"> . Concejo Metropolitano . Alcaldía Metropolitana . Secretaría del Ambiente del DMQ . Dirección Metropolitana de Políticas y Planeamiento Ambiental . Dirección Empresa Pública Metropolitana de Aseo EMASEO EP . Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos EMGIRS EP . Fondo Ambiental . Administraciones Zonales . CEGAM

INTERNO	EXTERNO
<p>Equipo técnico de Recicladores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Dirigente/coordinador general Dirigente/coordinador administrativo financiero Coord./Secretaria de comunicaciones Reciclador apoyo coordinación Dimensión Social y Organizativa Reciclador apoyo coordinación Dimensión Económica y Productiva Reciclador apoyo coordinación Dimensión Normativo – Político Coordinador zona 1 Norte Coordinador zona 2 Centro Coordinador zona 3 Sur <p>Voluntarios del proyecto</p>	<p>Industrias (compra RSR)</p> <ul style="list-style-type: none"> . Cartopapel . Megarecicladores . Reciclar Ecuador . Recimax . Ecuaplastic SC . Otras similares <p>Empresas (fabricantes de fundas)</p> <ul style="list-style-type: none"> . Displast . Sunchodesa . Plastiempaques . Edina . Otras similares <p>Fundaciones y ONGs</p> <p>Medios de Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> . Medios masivos (TV, radio y prensa) . Radio Municipal / Pública . Líderes de opinión <p>Sociedad Civil</p> <ul style="list-style-type: none"> . Familias de recicladores . Comités barriales (seleccionados) . Ciudadanía en general <p>Instituciones Educativas</p> <ul style="list-style-type: none"> . PUCE . UDLA . USFQ . Internacional . Metro . InCine <p>Otras empresas</p>

4.5 Plan Estratégico de Comunicación

El Plan Estratégico de comunicación de Comunicación para incentivar la cultura de reciclaje en Quito tiene un hilo conductor: el *lobbying* indirecto, para transmitir un mensaje fuerte y directo a la ciudadanía, en su núcleo familiar y entorno inmediato.

Tabla 8. Matriz estratégica

4.5.1 Matriz estratégica		
Objetivo General	Objetivos específicos	Estrategias
Incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito, como parte del proyecto de la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR).	OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos sólidos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en un período de 6 meses.	1.1 Establecer una definición de ‘basura’ para que los ciudadanos no perciban los materiales reciclables como desecho.
		1.2 Identificar los materiales potencialmente reciclables y sus requerimientos para una adecuada separación.
		1.3 Determinar los mecanismos o puntos de recolección disponibles en la ciudad.
		1.4 Crear mecanismos que faciliten la separación de residuos desde el origen.
	OE2. Comprometer a la ciudadanía en el cumplimiento de su rol protagónico en la cadena de reciclaje, en el lapso de 9 meses.	2.1 Dar a conocer a los ciudadanos qué es la cadena de reciclaje.
		2.2 Motivar a los ciudadanos para que participen activamente en la separación de los residuos sólidos reciclables en su hogar.
	OE3. Persuadir a la ciudadanía a convertirse en gestores de imagen de los recicladores, mediante el reconocimiento del valor de su trabajo en la cadena de reciclaje, en un período de 12 meses.	3.1 Divulgar sobre los riesgos y limitaciones a los cuales se exponen los recicladores base en su labor diaria.
		3.2 Generar mecanismos de vinculación entre los recicladores base y los ciudadanos en el barrio donde laboran.
	OE4. Socializar la cultura de reciclaje inclusivo obtenida como resultado de la ejecución del presente plan.	4.1 Dar a conocer a la ciudadanía los resultados y beneficios obtenidos del reciclaje.
		4.2 Informar los beneficios generados para el Municipio y la ciudad como resultado del trabajo de los recicladores base.

Tabla 9. Matriz de acciones, Objetivo estratégico 1

4.5.2 Matriz de acciones				
OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en el lapso de 6 meses.				
Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos	
1.1 Establecer una definición de 'basura' para que los ciudadanos no perciban los materiales reciclables como desecho. <i>(continúa en la siguiente página)</i>	1.1.1 FOLLETO (digital e impreso) “No le llames basura” . Elaborar un folleto y una serie de GIFs animados que muestre los materiales reciclables o revalorizables, cómo separar y el valor que tiene en el mercado. Se pretende cambiar la manera en que se percibe el material reciclable, no como basura sino como residuos que tienen un valor. El folleto será distribuido en formato impreso (ver anexo # 5). La versión digital estará disponible en el sitio web de la IRR para descarga, en formato pdf; los GIFs animados serán publicados en redes sociales y a través de dispositivos móviles para llamar la atención y enlazar al documento digital.	<p style="text-align: center;"><i>Directo:</i></p> Consultor DIRCOM-IRR 2 Consultor Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org) 2 Reciclador/a Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org)	Sociedad civil Gobierno Central y Local Medios de Comunicación Socios fundadores	
	1.1.2 EDICIÓN ESPECIAL LIMITADA DE ETIQUETAS de bebidas carbonatadas Coca-Cola / Pepsi “Si no me quieres, recicla” . Mediante un compromiso de Coca-Cola y Pepsico con la IRR, elaborar una edición especial de etiquetas (fajas) para las botellas PET de bebidas carbonatadas de cada marca de manera independiente, que incluya el slogan de la campaña. Las etiquetas tendrán impreso un código QR, enlazado al folleto “No le llames basura”. Se pretende concienciar a los consumidores que pueden decidir convertir a una botella en basura o en material reciclable. Además, a pesar de ser competencia directa, demostrar que en cuanto a reciclaje, ambas empresas están alineadas a través de la Iniciativa. Tiraje para 3 meses. (ver anexo # 6)	<p style="text-align: center;"><i>Directo:</i></p> Consultor DIRCOM-IRR	<p style="text-align: center;"><i>En coordinación con:</i></p> DIRCOM Coca-Cola + DIRCOM PepsiCo Agencia de Publicidad / Dpto Diseño de cada empresa	Sociedad civil Medios de Comunicación Recicladores
	1.1.3 PODCAST IRR “Quito por el Reciclaje Inclusivo” . Creación de un perfil en POD-BEAN para transmitir mensajes noticiosos de Quito y entrevistas a través de la web. POD-BEAN es descargable como app en teléfonos móviles y su contenido se puede compartir a través de redes sociales.	Consultor DIRCOM-IRR	Sociedad civil Medios de Comunicación Recicladores	

<p>(continúa de la página anterior)</p> <p>1.1 Establecer una definición de 'basura' para que los ciudadanos no perciban los materiales reciclables como desecho.</p>	<p>1.1.4 EVENTO presentación de la edición especial limitada de bebidas Coca-Cola y Pepsi. Invitación a la presentación del compromiso Coca-Cola - Pepsi - IRR "Si no me quieres, recicla". Presentación de la importancia de reciclar botellas PET por parte del Coordinador Nacional de la IRR, Felipe Toledo. Intervención de Louis Balat, Gerente General de Coca-Cola y Mónica Contreras, Gerente General Territorio Andino PepsiCo Alimentos PepsiCo, sobre el apoyo de estas dos grandes empresas a la IRR y su compromiso con el medio ambiente y el reciclaje. Intervención de Laura Guanoluiza, Presidenta de la RENAREC, quien expondrá acerca del valor que tiene el PET en el mercado de reciclaje para los recicladores. Se invitará a las autoridades nacionales y locales, entre otros, Walter García, Ministro del Ambiente, Mauricio Rodas, Alcalde de la ciudad de Quito, Alejandro Calisto, Gerente de EMASEO EP. Se contará con la presencia de los principales medios de comunicación para cubrir el evento, a fin de lograr free press. El acto se llevará a cabo en el Centro Cultural Metropolitano. Durante la presentación se distribuirá el folleto "No le llames basura". Las bebidas con etiqueta especial estarán disponibles al público durante 3 meses.</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Contratación externa:</i> Organización de eventos</p>	<p><i>Sociedad civil Gobierno Central y Local Medios de Comunicación Socios fundadores</i></p>
	<p>1.1.5 RUEDA DE PRENSA. Envío de invitaciones y boletín a medios de comunicación para la presentación de la alianza Coca-Cola - Pepsi - IRR "Si no me quieres, recicla". La rueda de prensa estará a cargo del Director del Proyecto y los representantes de los socios fundadores de la IRR.</p>	<p>Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p>	<p><i>Medios de Comunicación</i></p>
	<p>1.1.6 Anuncio Podbean app - IRR. Transmisión de la rueda de prensa a través de la cuenta en Podbean de la IRR "Quito por el Reciclaje Inclusivo" e invitación a la prensa descargar el app en teléfonos móviles.</p>	<p>Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p>	<p><i>Sociedad civil Medios de Comunicación</i></p>

OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en el lapso de 6 meses.

Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
1.2 Identificar los materiales potencialmente reciclables y sus requerimientos para una adecuada separación.	1.2.1 SPOT “Recicla, es fácil”. Diseño de un personaje que represente al ciudadano común, sin revelar su rostro ni género, el objetivo es que podría ser cualquier ciudadano. El mensaje es “Separa tus residuos en 4 pasos: decide, limpia, seca, entrega”. Busca sensibilizar a la ciudadanía respecto de lo fácil que es separar los residuos. Será difundido a través de pantallas gigantes ubicadas en la urbe (Av. Eloy Alfaro, NNUU, América, otras) y en las pantallas digitales de todas las instituciones públicas que atienden trámites ciudadanos (Ministerio el Ambiente, EMASEO EP, SRI, Registro Civil, Municipio, ANT, etc.). En medios digitales, a través del canal YouTube de la IRR (ver anexo # 7). Apoya la difusión del Blog de reciclaje y Chat verde y está vinculado con el flyer informativo que acompaña las fundas plásticas. La transmisión de este spot estará disponible por 4 meses.	<i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR <i>Apoyo de:</i> 2 Consultor Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org) 2 Reciclador/a Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org) <i>Contratación externa:</i> Diseñador gráfico, consultor Productora audiovisual	Sociedad civil
	1.2.2 BLOG DE RECICLAJE. Crear un blog sobre reciclaje en el sitio web de la IRR (reciclajeinclusivo.org). Se asignará una persona encargada de compartir artículos, avances del proyecto, historias de los recicladores, noticias y estadísticas sobre reciclaje de la ciudad. El blog tendrá habilitado un foro abierto que permite la interacción entre ciudadanos interesados en el reciclaje. El enlace para el chat y línea whatsapp será difundido a través de las redes sociales de la IRR (Facebook, Twitter), banner digital para ser compartido vía whatsapp y un botón en el sitio web de la IRR.	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto Persona asignada	Sociedad civil Medios de Comunicación
	1.2.3 CHAT VERDE Crear y habilitar una sección de chat en el blog para realizar consultas online sobre reciclaje: qué, cómo y dónde reciclar; plantear dudas, problemas y sugerencias, tips sobre compostaje y otros temas relacionados. Se habilitará un número celular para consultas via whatsapp. Permitirá interactuar directamente con la persona a cargo del blog/chat/foro verde y con otros ciudadanos interesados. El enlace (link) para el chat y línea whatsapp será difundido a través de las redes sociales de la IRR (Facebook, Twitter), banner digital para ser compartido via whatsapp y un botón en el sitio web de la IRR.	Consultor DIRCOM-IRR Persona asignada	Sociedad civil Recicladores

OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en el lapso de 6 meses.

Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
<p>1.3 Determinar los mecanismos o puntos de recolección disponibles en la ciudad.</p>	<p>1.3.1 BASUREROS “SI SEPARAMOS GANAMOS TODOS”. Colocar basureros de dos componentes, uno para basura común y otro para reciclables (plásticos, vidrio y cartón y papel limpio) en paradas de transporte público. Los basureros deberán ser instalados por el Municipio y contará con el auspicio de empresas privadas. Se busca fomentar el reciclaje en cada barrio. Se deberá establecer una recolección programada de recicladores en cada una de ellas. Las paradas de bus tendrán una gigantografía con mensaje clave “Yo separo, tu separas, él separa, ella separa, ellos separan, todos separamos la basura”, indicaciones, las rutas y horarios de recolección de los recicladores asignados. (ver anexo # 8) En la gigantografía se colocará también el enlace directo al chat verde para denunciar si el material no es recolectado y estará disponible el QRCode para acceder al folleto digital del sitio web de la IRR (A.1.1).</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Consultor Coordinador (Dimensión Soc-Org) Reciclador/a Coordinador (Dimensión Soc-Org)</p> <p><i>En coordinación con:</i> DIRCOM EMASEO EP</p>	<p>Sociedad civil Recicladores</p>
	<p>1.3.2 ENTREVISTA / DIÁLOGO DE RECICLAJE. Coordinar entrevistas con el Coordinador del Comité Nacional Ecuador, Felipe Toledo, con un representante de EMASEO EP y la presidenta de la RENAREC, Laura Guanoluisa para hablar sobre cultura de reciclaje en Quito. Este espacio será difundido a través de Radio Municipal y el público oyente podrá interactuar a través de preguntas. Se creará una serie de cuatro capítulos para tratar temas específicos: I Parte: Separación de basura; II Parte: Recolección de RSR, conoce a los recicladores; III Parte: Vida útil de los rellenos sanitarios; IV Parte: La revalorización de los RSR (con empresas invitadas). El programa tendrá una duración de una hora por tema.</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director/a del Proyecto 3 Consultores Coordinador (3 Dimensiones) 3 Reciclador/a Coordinador (3 Dimensiones)</p>	<p>Sociedad civil Recicladores</p>

OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en el lapso de 6 meses.

Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
1.4 Crear mecanismos que faciliten la separación de residuos desde el origen.	1.4.1 ALIANZA FUNDAS DIFERENCIADAS. Concretar alianzas estratégicas con empresas fabricantes de fundas plásticas, para que incluyan fundas de basura de color azul en el paquete de fundas negras de venta al público. (ver anexo # 9)	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto	Empresas (fabricantes de fundas)
	1.4.2 FLYER INSTRUCTIVO PARA PAQUETES CON FUNDAS DIFERENCIADAS. Diseño y diagramación de un flyer instructivo para incluir en los paquetes con fundas diferenciadas. Se muestran los pasos a seguir para la separación de residuos en la fuente de origen. (ver anexo # 10) El instructivo lleva impreso la dirección URL del Blog de Reciclaje, Chat Verde y Whatsapp para consultas.	Consultor DIRCOM-IRR <i>Contratación externa:</i> Diseñador gráfico, consultor	Sociedad civil
	1.4.3 Material POP y producto en promoción en supermercados en la sección de venta de fundas de basura. Elaborado por los fabricantes de fundas plásticas y colaboración de las principales cadenas de supermercados. Estará disponible el QRCode para acceder al folleto digital del sitio web de la IRR (A.1.1).	Consultor DIRCOM-IRR Dpto. Marketing y Producción de la(s) empresa(s) fabricante(s)	Sociedad civil
	1.4.4 PUBLI-REPORTAJE FUNDAS DIFERENCIADAS. Contratar un Publi-reportaje en TV local para dar a conocer los paquetes de fundas de basura con dos colores diferenciados por parte de la empresa fabricante, con el apoyo de la IRR. Al mismo tiempo se dará a conocer la importancia de entregar los RSR a un reciclador.	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto Vocero de empresa(s) fabricante(s)	Sociedad civil Gobierno Central y Local Socios fundadores

Tabla 10. Matriz de acciones, Objetivo estratégico 2

OE2. Comprometer a la ciudadanía en el cumplimiento de su rol protagónico en la cadena de reciclaje, en el lapso de 9 meses.			
Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
2.1 Dar a conocer a los ciudadanos qué es la cadena de reciclaje.	2.1.1 CAPACITACIÓN CADENA DE RECICLAJE. Capacitación en los barrios respecto a la cadena de reciclaje, los actores, roles y procesos. Esta iniciativa estará a cargo de los Comités Barriales y la contribución de voluntarios (estudiantes universitarios y recicladores de la RENAREC). La invitación se extenderá a las familias residentes del barrio a través de emailing y otros medios digitales disponibles en cada caso. En esta oportunidad se difundirá el de código QR para acceder al Folleto (1.1.1) y el uso de fundas diferenciadas (1.4.1)	<i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR 2 Consultor Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org) 2 Reciclador/a Coordinador (Dim. Eco-Pro y Soc-Org) <i>Apoyo de:</i> RENAREC	Sociedad civil
	2.1.2 CAPACITACIÓN VIRTUAL WEBEX. Habilitar en el sitio web de la IRR, capacitaciones virtuales a través de Webex respecto a la cadena de reciclaje de manera gratuita. Difusión de capacitaciones a través de redes sociales de la IRR y socios fundadores.	<i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Consultor Coordinador (Dim. Soc-Org) Reciclador/a Coordinador (Dim. Soc-Org)	Sociedad civil
	2.1.3 SORTEO PREMIO POR AUSPICIO. Entrega de un premio que se sorteará entre las familias residentes del barrio que asistan a la capacitación (virtual o presencial), mediante auspicios de socios fundadores. El premio consistirá en un fin de semana de vacaciones en familia (4 personas) en la Estación de Biodiversidad Tiputini, USFQ.	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto	Sociedad civil

OE2. Comprometer a la ciudadanía en el cumplimiento de su rol protagónico en la cadena de reciclaje, en el lapso de 9 meses.

Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
<p>2.2 Motivar a los ciudadanos para que participen activamente en la separación de los residuos sólidos reciclables en su hogar.</p>	<p>2.2.1 SPOT PUBLICITARIO “Es Ahora”. Elaboración de un spot para redes sociales con la participación de personajes reconocidos del país. El mensaje a enviar es: todos los días hay personas que deciden cambiar hábitos por su propio bien (dejar de fumar, hacer ejercicio, comer saludable), y el de los demás (no manejar alcoholizado, guardar el celular mientras maneja). Es hora de tomar otra decisión importante: Separa tus residuos en casa y entrégalos a un reciclador. Apoya el reciclaje inclusivo. (ver anexo # 11) Se sugiere la contratación, por ejemplo del escritor Francisco Febres Cordero, la andinista ecuatoriana Carla Pérez, Rossana Queirolo, quien lanzó su libro de nutrición, Robert Burbano, quien tuvo un accidente automovilístico, el Comandante Bomberos de Quito Eber Arroyo. Se utilizará hashtags de los personajes para difundir el spot en redes.</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Contratación externa:</i> Productora audiovisual / Agencia de publicidad</p>	<p>Sociedad civil Medios de Comunicación</p>
	<p>2.2.2 META VERDE DE TON / SEMANA Establecer una meta de toneladas / semana de residuos reciclables recuperados. Se reporta a través de los CEGAM a EMASEO EP y se publica el total de toneladas recuperadas en letreros LED ubicados en peajes y zonas urbanas. La meta lograda será anunciada a través de la Radio Municipal y los letreros LED. La acción estará vigente por seis meses.</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Consultor Coordinador (Dimensión Eco-Pro) Reciclador/a Coordinador (Dimensión Eco-Pro)</p> <p><i>En coordinación con:</i> DIRCOM EMASEO EP</p>	<p>Sociedad civil Medios de Comunicación Recicladores</p>

Tabla 11. Matriz de acciones, Objetivo estratégico 3

OE3. Persuadir a la ciudadanía a convertirse en gestores de imagen de los recicladores, mediante el reconocimiento del valor de su trabajo en la cadena de reciclaje, en un periodo de 12 meses.			
Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
3.1 Divulgar sobre los riesgos y limitaciones a los cuales se exponen los recicladores base en su labor diaria.	3.1.1 VIDEO DOCUMENTAL “No es magia” . Elaboración de un documental sobre el recorrido de la basura y los materiales reciclables, a través de una pasantía con estudiantes de cine de nivel universitario. El documental pretende concienciar a la ciudadanía respecto del todo lo que implica la recolección, disposición final y tratamiento de la basura con énfasis en el impacto de los materiales reciclables sobre el ambiente y las condiciones que atraviesan los recicladores para recuperar la mayor cantidad de material. Este video será difundido en las sesiones de capacitación y disponible en el canal YouTube de la IRR.	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Equipo revisor de contenidos:</i> 3 Consultores Coordinador (3 Dimensiones) 3 Reciclador/a Coordinador (3 Dimensiones)</p> <p><i>Apoyo de:</i> EMASEO EP - EMGIRS</p>	Instituciones educativas Estudiantes Sociedad civil
	3.1.2 CONCURSO DISEÑO Y RECICLAJE . Convocar a un concurso de diseño colaborativo, a través de instituciones académicas, para proponer soluciones a la movilidad y transporte de material recolectado por los recicladores base, poniendo en conocimiento las condiciones de su labor diaria. Grupo interdisciplinario (ingenieros, ambientalistas, diseñadores de productos). Difusión a través de medios de comunicación, afiches (ver anexo # 12), redes sociales, whatsapp (pasa la voz) y comunicación oficial dirigida a las universidades. El diseño ganador será expuesto en el evento de entrega de informe de la IRR-Quito.	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p>	Instituciones educativas Estudiantes Sociedad civil

OE3. Persuadir a la ciudadanía a convertirse en gestores de imagen de los recicladores, mediante el reconocimiento del valor de su trabajo en la cadena de reciclaje, en un período de 12 meses.

Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
<p>3.2 Generar mecanismos de vinculación entre los recicladores base y los ciudadanos en el barrio donde laboran.</p> <p><i>(continúa en la siguiente página)</i></p>	<p>3.2.1 CAMPAÑA “Rostros al servicio de tu ciudad”. Se creará una serie fotográfica de rostros de personas que trabajan en beneficio de la ciudad. Las fotografías impresas como gigantografías, se colocarán en espacio públicos y cada imagen tendrá una ficha técnica con nombre, apellido, edad, actividad económica y sueldo promedio. Se muestra el rostro de policías (UPC), militares, empleados de empresas de servicios públicos como agua, luz, recolectores de basura y recicladores. La única diferencia, es que su trabajo no es reconocido. Busca concienciar que es un trabajo como muchos otros y que beneficia a toda la ciudad. (ver anexo # 13)</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Contratación externa:</i> Fotógrafo</p>	<p>Sociedad civil Gobierno Central y Local Medios de Comunicación</p>
	<p>3.2.2 BOLETÍN / PODCAST “Rostro al servicio de tu ciudad”. Envío de boletín a medios de comunicación para dar a conocer la campaña de “Rostros al servicio de tu ciudad”. Filmación “behind the scenes” de las tomas de retratos, instalación, etc. Publicado en el canal de YouTube de la IRR y difusión a través de redes sociales.</p>	<p>Consultor DIRCOM-IRR</p>	<p>Medios de Comunicación</p>
	<p>3.2.3 DISEÑO LOGO DISTINTIVO “Yo separo mis residuos”. Elaboración de un logotipo distintivo para identificar recicladores y hogares que separan residuos, facilitando la comunicación entre recicladores y ciudadanos. (ver anexo # 14)</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Contratación externa:</i> Diseñador/a gráfico, consultor</p>	<p>Sociedad civil Recicladores</p>

<p><i>(continúa de la página anterior)</i></p>	<p>3.2.4 PROGRAMA DE CARNETIZACIÓN PARA RECICLADORES. Registro y entrega de carnés a recicladores base a través de la RENAREC que los identifique como recicladores de la ciudad. Cumple dos propósitos, levantar información de los recicladores que trabajan en Quito (censo) y es un mecanismo de identificación que permite a los ciudadanos reconocer a los recicladores que están registrados. (ver anexo # 14)</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Apoyo de:</i> RENAREC</p>	<p>Recicladores</p>
<p>3.2 Generar mecanismos de vinculación entre los recicladores base y los ciudadanos en el barrio donde laboran.</p>	<p>3.2.5 ADHESIVOS / FLYERS “Yo separo mis residuos”. Elaboración de adhesivos (stickers)(ver anexo # 14) para ser repartidos en cada barrio y colocar en el exterior de las viviendas que separan los residuos. De esta manera, los recicladores de base conocen qué hogares entregan material reciclable separado, facilitando su trabajo y evitar que escarben en la basura. Las rutas y horarios de recolección estarán publicadas en las paradas de buses y a la entrega de los adhesivos (1.3.1). También estará publicado en el Blog de Reciclaje QRCode.</p>	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Apoyo de:</i> RENAREC</p>	<p>Sociedad civil Recicladores</p>

Tabla 12. Matriz de acciones, Objetivo estratégico 4

OE4. Socializar la cultura de reciclaje inclusivo como resultado de la ejecución del presente plan.			
Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
4.1 Dar a conocer a la ciudadanía los resultados y beneficios obtenidos del reciclaje. <i>(continúa en la siguiente página)</i>	4.1.1 INFORME ANUAL IRR CAPÍTULO QUITO. Elaboración del Informe Anual Ecuador 2016-2017, Capítulo Quito para los socios fundadores, Consejo Regional, autoridades nacionales y locales, co-inversores, empresas asociadas, asociaciones de recicladores y público en general. Disponible en el sitio web con datos específicos y metas del proyecto alcanzadas en la ciudad.	<i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto <i>Equipo revisor de contenidos:</i> 3 Consultores Coordinador (3 Dimensiones) 3 Reciclador/a Coordinador (3 Dimensiones) <i>Contratación externa:</i> Diseñador/a gráfico, consultor	Sociedad civil Gobierno Central y Local Medios de Comunicación Industria (compra RSR) Empresas (fabricantes de fundas) Socios fundadores Recicladores Instituciones educativas
	4.1.2 CÓCTEL ENTREGA DE INFORME IRR-QUITO. Presentación del informe a Autoridades Gubernamentales Nacionales y Locales y medios de comunicación en un evento organizado por la IRR en el Centro Cultural Metropolitano de Quito, a un año del evento “Si no me quieres, recicla” (1.1.3)	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto	Gobierno Central y Local Medios de Comunicación Industria (compra RSR) Empresas (fabricantes de fundas) Socios fundadores
	4.1.3 BOLETÍN INFORME IRR-QUITO Envío de boletín e invitaciones a medios de comunicación a cubrir el evento.	Consultor DIRCOM-IRR	Medios de Comunicación

<p><i>(continúa de la página anterior)</i></p>	<p>4.1.4 PERIÓDICO VERDE Elaboración de un periódico verde para informar a los ciudadanos de todas las noticias sobre reciclaje: implementación del servicio de recolección selectiva en nuevos barrios, historias de recicladores, metas alcanzadas, qué y cómo reciclar, tips de reciclaje, datos sobre el mercado de reciclaje (precio del cartón, oportunidades de negocio), publicidad de empresas que participan en la cadena de reciclaje, otros. Distribución gratuita con el Diario El Metro (únicamente en Quito). Los contenidos del blog, dudas planteadas a través del Chat Verde y eventos planificados de la IRR servirán de insumo para la elaboración del periódico verde. El periódico verde consiste en un fascículo al final del mes, cada dos meses.</p>	<p>Consultor DIRCOM-IRR</p> <p><i>Contratación externa:</i> Diseñador gráfico, consultor</p>	<p>Sociedad civil Medios de Comunicación Industria (compra RSR) Empresas (fabricantes de fundas) Recicladores</p>
--	--	--	---

OE4. Socializar la cultura de reciclaje inclusive como resultado de la ejecución del presente plan.			
Estrategias	Acciones	Responsable	Públicos
4.2 Informar los beneficios generados para el Municipio y la ciudad como resultado del trabajo de los recicladores base	4.2.1 QUITO RECICLA STATS. Pastillas de datos estadísticos - # de gestores ambientales en menor escala incorporados a los CEGAM, # de asociaciones de recicladores conformadas y recicladores registrados en la RENAREC, hogares incorporados al programa "Yo separo mis residuos" (3.2.4 y 3.2.5), ahorro en \$ al municipio por traslado de material reciclable, alivio al Relleno Sanitario del Inga. Datos difundidos a través de Facebook y Twitter. Conforman una sección de datos dentro del Informe Anual del Proyecto de la IRR.	<p><i>Directo:</i> Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto</p> <p><i>Equipo revisor de contenidos:</i> 3 Consultores Coordinador (3 Dimensiones) 3 Reciclador/a Coordinador (3 Dimensiones)</p> <p><i>Contratación externa:</i> Diseñador gráfico, consultor</p>	Sociedad civil Medios de Comunicación Recicladores Instituciones educativas
	4.2.2 TED TALKS. Organización de un evento de dos charlas TED utilizando la técnica de Storytelling, bajo la modalidad TEDx in a Box. El objetivo de la charla es contar historias personales de recicladores y contrastar con estadísticas nacionales y regionales, desde la RENAREC. El mensaje pretende humanizar y sensibilizar a las personas con respecto al trabajo que realizan. Charla de un experto sobre los riesgos que enfrentan las sociedades si no toman el reciclaje en serio. (Referencia http://www.ted.com/talks/mike_biddle ; http://www.ted.com/talks/dianna_cohen_tough_truths_about_plastic_pollution)	Consultor DIRCOM-IRR Director del Proyecto	Sociedad civil Gobierno Central y Local Medios de Comunicación Industria (compra RSR) Empresas (fabricantes de fundas) Socios fundadores Recicladores Instituciones educativas

Tabla 14. Cronograma detallado de cada acción, Objetivo estratégico 1

4.5.4 Cronograma detallado																																																				
Acción	Mes / Semana																																																			
	1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO							
(mes)																																																				
(semana)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.1.1 Folleto “No le llames basura”																																																				
Diseño del folleto																																																				
Impresión 500 ejemplares																																																				
Subir al sitio web																																																				
1.1.2 Edición especial etiquetas “Si no me quieres, recicla”																																																				
Diseño de fajas																																																				
Impresión de fajas																																																				
Publicidad Coca-Cola y Pepsico YouTube																																																				
Producto en percha																																																				
1.1.3 Podcast IRR “Quito por el Reciclaje Inclusivo”																																																				
Suscripción PODBEAN anual																																																				
Creación de perfil																																																				
Preparar contenidos																																																				

(mes)	1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO							
(semana)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.1.4 Evento “Si no me quieres, recicla”																																																				
Organización del evento / contratación proveedores																																																				
Impresión y envío de invitaciones																																																				
Realización del evento																																																				
1.1.5 Rueda de Prensa “Si no me quieres, recicla”																																																				
Envío de invitaciones y boletín de prensa a medios																																																				
1.1.6 Podbean app - IRR																																																				
Anuncio de cuenta PODBEAN e invitación a medios a utilizarla como fuente de información																																																				

Acción	Mes / Semana																																																			
	(mes)				1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO			
	(semana)				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.2.1 Spot “Recicla, es fácil”																																																				
Diseño y producción del spot																																																				
Transmisión de spot																																																				
1.2.2 Blog de Reciclaje																																																				
Implementación blog en sitio web																																																				
Contratación / asignación de persona encargada																																																				
Preparar contenidos																																																				
1.2.3 Chat verde																																																				
Implementación chat en sitio web																																																				
Habilitar whatsapp vinculado a chat verde																																																				
Inicia funcionamiento																																																				

(mes)	1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO															
(semana)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
1.3.1 Basureros “Si separamos, ganamos todos”																																																												
Negociación con Municipio y selección de basureros																																																												
Búsqueda de auspicios empresa privada																																																												
Coordinación de personal asignado y rutas																																																												
Diseño e impresión de gigantografías																																																												
Implementación en paradas de buses																																																												
1.3.2 Entrevista/Diálogo de Reciclaje 102.9																																																												
Invitación y coordinación de expertos invitados																																																												
Contratación Radio Municipal 102.9																																																												
Difusión del programa																																																												
Transmisión Cap.1																																																												
Transmisión Cap. 2																																																												
Transmisión Cap. 3																																																												
Transmisión Cap. 4																																																												

Acción	Mes / Semana																																																			
	(mes)				1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO			
	(semana)				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1.4.1 Alianza Fundas diferenciadas																																																				
Negociación con empresas fabricantes																																																				
Fabricación de línea de fundas diferenciadas																																																				
Producto en percha																																																				
1.4.2 Flyer instructivo para fundas diferenciadas																																																				
Diseño y diagramación del flyer																																																				
Envío a empresas aliadas para impresión																																																				
1.4.3 POP y promoción fundas diferenciadas																																																				
Diseño de material POP para lanzamiento de fundas																																																				
Colocar en supermercados																																																				

(mes)	1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO											
(semana)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1.4.4 Publi-reportaje fundas diferenciadas																																																								
Contratación de publi-reportaje en canal de TV																																																								
Preparar contenidos																																																								
Publi-reportaje 1ra transmisión																																																								
Publi-reportaje 2da transmisión																																																								
Publi-reportaje 3ra transmisión																																																								
Publi-reportaje 4ta transmisión																																																								

Tabla 15. Cronograma detallado de cada acción, Objetivo estratégico 2

Acción	Mes / Semana																																																											
	(mes)				1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO											
	(semana)				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
2.1.1 Capacitación Cadena de Reciclaje																																																												
Contacto con Comités Barriales / Adm.; envío de comunicaciones																																																												
Planificación de calendario de capacitación																																																												
Capacitación 30 min / meta 3 barrios por semana / 16 semanas																																																												
2.1.2 Capacitación virtual Webex																																																												
Creación campaña online de capacitación virtual																																																												
Difusión de campaña a través de redes sociales																																																												
Publicación de calendario de capacitación																																																												
Capacitación virtual 30 min / 12 sesiones / 1 semanal																																																												

Tabla 16. Cronograma detallado de cada acción, Objetivo estratégico 3

Acción	Mes / Semana																																																			
	(mes)				1RO				2DO				3RO				4TO				5TO				6TO				7MO				8VO				9NO				10MO				11VO				12VO			
	(semana)				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
3.1.1 Video “No es magia”																																																				
Envío comunicación de pasantía a universidades																																																				
Selección pasantes																																																				
Elaboración documental																																																				
Difusión documental en redes sociales																																																				
Transmisión en sesiones capacitación																																																				
3.1.2 Concurso diseño y reciclaje																																																				
Convocatoria a universidades																																																				
Diseño e impresión de afiches																																																				
Selección de jurado calificador e invitación																																																				
Publicación de concurso en prensa																																																				
Difusión de concurso en redes sociales																																																				
Recepción de propuestas																																																				

Tabla 18. Presupuesto detallado de cada acción, Objetivo estratégico 1

4.5.5 Matriz de presupuesto						
E1.1 Establecer una definición de ‘basura’ para que los ciudadanos no perciban los materiales reciclables como desecho.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
1.1.1 FOLLETO “No le llames basura”.	Folleto impreso (formato A4, 12 pág. incluido portadas, papel ecológico); PDF descargable	500	\$ 1,40	\$ 700,00	Impreso y digital	Proyecto
1.1.2 EDICIÓN ESP. Coca-Cola / Pepsi “Si no me quieres, recicla”.	Fajas plásticas impresas. Tiraje para 3 meses de ventas.	(de acuerdo a la producción de cada empresa)	n/a	n/a	Impreso	Coca-Cola PepsiCo
1.1.3 PODCAST IRR “Quito por el Reciclaje Inclusivo”.	Plan Unlimited Audio (anual).	1	\$ 108,00	\$ 108,00	Virtual	Proyecto
1.1.4 EVENTO presentación de la edición especial limitada de bebidas Coca-Cola y Pepsi.	Evento diurno para 250 personas (Alquiler Centro Cultural Metropolitano; equipos de audio, electrónicos y proyector pantalla; podio y tarima 6x6 m; alquiler de sillas (aproximadamente 180 personas), servicio y catering.	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	Evento institucional	Proyecto
1.1.5 RUEDA DE PRENSA.	Invitaciones (formato 21x10 cm, impreso en acetato, troquelado en forma de botella). Boletines de prensa.	250	\$ 1,38	\$ 345,00	Impreso y digital	Proyecto
1.1.6 Anuncio Podbean app - IRR.	Transmisión en PODCAST IRR y anuncio durante Rueda de Prensa.	-	n/a	n/a	Anuncio verbal Digital	Proyecto
Subtotal				\$ 6.153,00		

E1.2 Identificar los materiales potencialmente reciclables y sus requerimientos para una adecuada separación.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
1.2.1 SPOT “Recicla, es fácil”.	Diseño de personaje, storyboard, producción y edición del spot. Transmisión spot en medios públicos.	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	Virtual	Proyecto
1.2.2 BLOG DE RECICLAJE.	Implementación Blog. Contenidos y mantenimiento del Blog (un año).	1	\$ 450,00	\$ 450,00	Virtual	Proyecto
1.2.3 CHAT VERDE.	Atención y seguimiento del chat (un año).	1	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	Virtual	Proyecto
Subtotal				\$ 12.550,00		
E1.3 Determinar los mecanismos o puntos de recolección disponibles en la ciudad.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
1.3.1 BASUREROS “SI SEPARAMOS GANAMOS TODOS”.	Impresión de una gigantografía (cada parada). Adquisición e instalación de basureros (uno para basura común, otro para RSR).	100	\$ 40,00 (por 6 m2) \$ 60,00	\$ 10.000,00	Intervención urbana	Auspicio
1.3.2 ENTREVISTA / DIÁLOGO DE RECICLAJE.	Radio Municipal 102.9 fm - 720 am 4 Capítulos, 30 minutos cada uno Programa De Vuelta (17h00-19h00).	4	\$ 0,00	\$ 0,00	Radio pública	Proyecto
Subtotal				\$ 0,00		

E1.4 Crear mecanismos que faciliten la separación de residuos desde el origen.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
1.4.1 ALIANZA FUNDAS DIFERENCIADAS.	Fabricación de fundas de basura (5 un. negras para basura común, 5 un. azules con logotipos impresos para RSR). Producto en percha de venta al público.	(de acuerdo a la producción de cada empresa)	n/a	n/a	Producto en percha	Empresas fabricantes
1.4.2 FLYER INSTRUCTIVO FUNDAS DIFERENCIADAS.	Impresión hoja volante A5 impreso un lado papel bond.	100 000	\$ 0,01	\$ 1.000,00	Impreso	Proyecto
1.4.3 Material POP y producto en promoción en supermercados en la sección de venta de fundas de basura.	Material POP (de la marca fabricante). Locales: 20 Supermaxi; 20 Supermercados Santa María; 36 Almacenes Tía; 4 Mi Comisariato; 27 Oki Doki; Tiendas y otros análisis de distribución.	200	n/a	n/a	Impreso	Empresas fabricantes
1.4.4 PUBLI-REPORTAJE FUNDAS DIFERENCIADAS.	ECUAVISA (4 sábados al mes en horario 10h30, 30 minutos cada transmisión).	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	TV	Proyecto
		Subtotal		\$ 31.000,00		

Tabla 18. Presupuesto detallado de cada acción, Objetivo estratégico 2

E2.1 Dar a conocer a los ciudadanos qué es la cadena de reciclaje.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
2.1.1 CAPACITACIÓN CADENA DE RECICLAJE.	Presencial, por barrio (4 meses / 3 barrios por semana, total 38 sesiones). Convocatoria mediante comités barriales (email, comunicaciones, otro). Equipo audiovisual; sillas (si se requiere); refrigerio.	38	\$ 250,00	\$9.600,00	Capacitación presencial	Proyecto
2.1.2 CAPACITACIÓN VIRTUAL WEBEX.	Webex - Plan mensual 25 personas por session (3 meses / 1 semanal, total 12 sesiones). Convocatoria a través de redes sociales.	3	\$ 49,00	\$ 147,00	Capacitación virtual	Proyecto
2.1.3 SORTEO PREMIO POR AUSPICIO.	Sorteo de 2 paquetes vacacionales (uno presencial, otro virtual) para asistentes a sesiones de capacitación. Paquete incluye un fin de semana de vacaciones en familia (4 personas) en la Estación de Biodiversidad Tiputini, USFQ.	2	n/a	n/a	Digital	Auspicio canje
Subtotal				\$ 9.747,00		

E2.2 Motivar a los ciudadanos para que participen activamente en la separación de los residuos sólidos reciclables en su hogar.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
2.2.1 SPOT PUBLICITARIO "Es Ahora".	Filmación, edición y producción Spot publicitario.	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	Digital	Proyecto
2.2.2 META VERDE DE TON / SEMANA	Reporte de ton / semana recuperado de cada CEGAM. Difusión de ton / semana recuperado vs. meta propuesta en letreros LED ubicados en peajes y zonas urbanas.	6	n/a	n/a	Digital	Municipio EMASEO EP CEGAM
		Subtotal		\$ 12.000,00		

Tabla 19. Presupuesto detallado de cada acción, Objetivo estratégico 3

E3.1 Divulgar sobre los riesgos y limitaciones a los cuales se exponen los recicladores base en su labor diaria.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
3.1.1 VIDEO DOCUMENTAL “No es magia”.	Presupuesto asignado para elaboración, edición y posproducción de video documental. Estudiantes seleccionados asignados por universidades e institutos.	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	Digital	Proyecto
3.1.2 CONCURSO DISEÑO Y RECICLAJE.	Difusión del concurso público (comunicaciones oficiales dirigido a universidades; redes sociales IRR; Radio pública; anuncio Prensa Periódico Verde, adjunto a Diario El Metro). Afiches (A2 impreso full color tiro en papel couche mate).	1 000	\$ 1,00	\$ 1.000,00	Impreso y digital	Proyecto
	Capital semilla para premio de Concurso de Diseño y Reciclaje.	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	Premio	BID
		Subtotal		\$ 5.000,0		

E3.2 Generar mecanismos de vinculación entre los recicladores base y los ciudadanos en el barrio donde laboran.

Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamien- to
3.2.1 CAMPAÑA "Rostros al servicio de tu ciudad".	10 Sesiones fotográficas de retratos (15 bar- rios, mínimo 5 personas en cada uno: UPC, EEQ, EMASEO EP, EMMOP, Reciclador/a). Diseño de afiches.	15	\$ 50,00	\$ 750,00	Sesión fotográfica	Proyecto
	Impresión de artes, instalación en espacios urbanos (total 10 afiches por barrio).	150	\$ 1,80	\$ 270,00	Impreso, intervención urbana	Proyecto
3.2.2 BOLETÍN / POD- CAST "Rostro al servicio de tu ciudad".	Envío de boletín digital a medios de comu- nicación.	50	n/a	n/a	Digital	Proyecto
	Registro audiovisual de la Campaña (<i>Be- hind the scenes</i>).	1	\$ 300,00	\$ 300,00	Digital	Proyecto
3.2.3 DISEÑO LOGO DISTINTIVO "Yo separo mis residuos".	Elaboración de un logotipo distintivo. Diseño de aplicaciones (carné, formulario de inscripción digital, adhesivo, flyer).	1	\$ 500,00	\$ 500,00	Digital	Proyecto
3.2.4 PROGRAMA DE CARNETIZACIÓN PARA RECICLADORES.	Capacitación a personal en RENAREC para recepción de inscripciones.	2	\$ 160,00	\$ 160,00	Presencial one-to-one	Proyecto
	Impresión de carnés.	340 (min 10% recicladores en Quito)	\$ 1,40	\$ 476,00	Impreso PVC	Proyecto
3.2.5 ADHESIVOS/ FLYERS "Yo separo mis residuos".	Impresión de adhesivos y flyers. Entrega de adhesivos en las sesiones de capacitación	3 000	\$ 1,50	\$ 4.500,00	Impreso	Proyecto
Subtotal				\$ 6.956,00		

Tabla 20. Presupuesto detallado de cada acción, Objetivo estratégico 4

E4.1 Dar a conocer a la ciudadanía los resultados y beneficios obtenidos del reciclaje.						
Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
4.1.1 INFORME ANUAL IRR CAPÍTULO QUITO.	Diseño y diagramación Informe Anual Ecuador 2016-2017, Capítulo Quito. Formato A4, impreso full color en papel ecológico, engomado.	250	\$ 25,00	\$ 6.250,00	Impreso y digital	Proyecto
4.1.2 CÓCTEL ENTREGA DE INFORME IRR-QUITO.	Evento nocturno para 250 personas (alquiler Centro Cultural Metropolitano; equipos de audio, electrónicos y proyector pantalla; iluminación; podio y tarima 6x6 m; alquiler de sillas (aproximadamente 180 personas); servicio y catering con bebidas alcohólicas; mesas de cóctel, mantelería, cristalería y menaje servicio.	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	Evento institucional	Proyecto
4.1.3 BOLETÍN INFORME IRR-QUITO	Invitaciones (formato 21x10 cm, impreso full color, papel ecológico). Boletines de prensa.	250	\$ 1,38	\$ 345,00	Impreso y digital	Proyecto
4.1.4 PERIÓDICO VERDE - Diario El Metro	Diseño, diagramación y elaboración de contenidos para un periódico verde con noticias sobre reciclaje. Un paquete de 6 ediciones (4 páginas 26x29.7 cm impreso un color, tiraje 22,000 ejemplares para distribución exclusiva en Quito).	1	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	Impreso	Proyecto
Subtotal				\$ 24.595,00		

E4.2 Informar los beneficios generados para el Municipio y la ciudad como resultado del trabajo de los recicladores base.

Acciones	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Medio	Financiamiento
4.2.1 QUITO RECICLA STATS	Pastillas de datos estadísticos difundidos a través de Facebook y Twitter. Conforman una sección de datos dentro del Informe Anual del Proyecto de la IRR.	260	(Inc. costo 1.2.2 - 1.2.3)	-	Digital	Proyecto
4.2.2 TED TALKS	Organización de un evento de dos charlas TED utilizando la técnica de Storytelling, bajo la modalidad TEDx in a Box.	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	Evento público	Proyecto (60%) Auspicios (40%)
Subtotal				\$ 9.000,00		

Tabla 21. Presupuesto total del Plan de Comunicación propuesto

Resumen de presupuesto total		
OE1. Mejorar los hábitos, conocimiento y cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento del material reciclable para dar inicio a la separación de residuos sólidos desde la fuente y su posterior recolección diferenciada, en un período de 6 meses.	E1.1	6.153,00
	E1.2	12.550,00
	E1.3	0,00
	E1.4	31.000,00
OE2. Comprometer a la ciudadanía en el cumplimiento de su rol protagónico en la cadena de reciclaje, en el lapso de 9 meses.	E2.1	9.747,00
	E2.2	12.000,00
OE3. Persuadir a la ciudadanía a convertirse en gestores de imagen de los recicladores, mediante el reconocimiento del valor de su trabajo en la cadena de reciclaje, en un período de 12 meses.	E3.1	5.000,00
	E3.2	6.956,00
OE4. Socializar la cultura de reciclaje inclusivo obtenida como resultado de la ejecución del presente plan.	E4.1	24.595,00
	E4.2	9.000,00
	Subtotal	117.001,00
	5% imprevistos	6.000,00
	Total	123.001,00

Tabla 22. Indicadores y método de evaluación para las acciones, Objetivo estratégico 1

4.5.6 Matriz de evaluación		
Acciones	Indicador	Método
1.1.1 FOLLETO “No le llames basura”.	# de folletos impresos vs. # de folletos entregados # de accesos al documento en el sitio web vs. # de descargas del folleto	Reporte de inventario. Reporte Google Analytics.
1.1.2 EDICIÓN ESPECIAL LIMITADA DE ETIQUETAS “Si no me quieres, recicla”.	# de etiquetas editadas. # de etiquetas distribuidas	Reporte de inventario.
1.1.3 PODCAST IRR “Quito por el Reciclaje Inclusivo”.	# de suscriptores + # total de feed hits (escuchan desde otras plataformas) de la cuenta PODBEAN	Reporte PODBEAN Statistics.
1.1.4 EVENTO presentación de la edición especial limitada de bebidas Coca-Cola y Pepsi.	# de personas invitadas vs. # de asistentes al evento	Formulario de asistentes (firmado al ingresar al evento y previo a recibir el Folleto “No le llames basura”).
1.1.5 RUEDA DE PRENSA.	# de boletines enviados vs. # de notas de prensa publicadas	Clipping de noticias.
1.1.6 Anuncio Podbean APP - IRR.	# de anuncios creados vs. # de anuncios publicados	Conteo.

Acciones	Indicador	Método
1.2.1 SPOT "Recicla, es fácil".	# total de transmisiones x canal de transmisión # de visualizaciones del video en redes sociales vs. # de veces compartido	Reporte con sumatoria de transmisiones (Instituciones públicas + pantallas urbanas). Reporte YouTube Analytics.
1.2.2 BLOG DE RECICLAJE.	# de comentarios recopilados	Conteo.
1.2.3 CHAT VERDE.	# de registros o usuarios	Conteo.
1.3.1 BASUREROS "SI SEPARAMOS GANAMOS TODOS".	# de basureros instalados vs. # de basureros funcionales (contienen residuos separados y recolección oportuna de residuos)	Observación aleatoria de paradas de bus (cronograma).
1.3.2 ENTREVISTA / DIÁLOGO DE RECICLAJE.	# de entrevistas programadas vs. # de entrevistas realizadas	Conteo.
1.4.1 ALIANZA FUNDAS DIFERENCIADAS.	% de incremento de ventas de paquetes con fundas diferenciadas vs. paquetes de fundas negras	Curva de ventas antes y después del lanzamiento del producto
1.4.2 FLYER INSTRUCTIVO FUNDAS DIFERENCIADAS.		
1.4.3 Material POP y promoción		
1.4.4 PUBLI-REPORTAJE FUNDAS DIFERENCIADAS.		

Tabla 23. Indicadores y método de evaluación para las acciones, Objetivo estratégico 2

Acciones	Indicador	Método
2.1.1 CAPACITACIÓN CADENA DE RECICLAJE.	# de invitaciones enviados vs. # de personas que asisten	Formulario de asistentes (firmado al ingresar, previo a la entrega de adhesivos y para participar en el sorteo).
2.1.2 CAPACITACIÓN VIRTUAL WEBEX.	# de cupos disponibles vs. # de participantes en la capacitación	Formulario de asistencia (enviado por mail durante la capacitación para confirmar asistencia y para participar en el sorteo).
2.1.3 SORTEO PREMIO POR AUSPICIO.	# de asistentes que asisten e la capacitación vs. # de premios entregados	Firma de recepción de premios.
2.2.1 SPOT PUBLICITARIO “Es Ahora”.	# de visualizacionesdel video vs. # de veces compartido	YouTube and Twitter Analytics, Facebook Statistics.
2.2.2 META VERDE DE TON / SEMANA	% de incremento de toneladas por semana recuperada	Indicadores de gestión EMASEO EP. Acercamiento a la meta.

Tabla 24. Indicadores y método de evaluación para las acciones, Objetivo estratégico 3

Acciones	Indicador	Método
3.1.1 VIDEO DOCUMENTAL “No es magia”.	# de sesiones de capacitación vs. # de veces que se transmite el vídeo	Conteo.
3.1.2 CONCURSO DISEÑO Y RECICLAJE.	# de grupos interdisciplinarios inscritos vs. # de propuestas recibidas	Informe escrito. Resultado del concurso.
3.2.1 CAMPAÑA “Rostros al servicio de tu ciudad”.	# de fotografías captadas vs. # de fotografías difundidas	Conteo.
3.2.2 BOLETÍN / PODCAST “Rostro al servicio de tu ciudad”.	# de boletines enviados vs. # de notas de prensa publicadas	Clipping de noticias.
3.2.3 DISEÑO LOGO DISTINTIVO “Yo separo mis residuos”.	# de distintivos impresos vs. # de distintivos entregados	Firma de recepción de distintivos.
3.2.4 PROGRAMA DE CARNETIZACIÓN PARA RECICLADORES.	# de recicladores registrados vs. # de recicladores estimados que trabajan en la ciudad	Informe escrito. Formularios llenos = Carnés entregados.
3.2.5 ADHESIVOS / FLYERS “Yo separo mis residuos”.	% de incremento de toneladas por mes recuperada	Indicadores de gestión EMASEO EP.

Tabla 25. Indicadores y método de evaluación para las acciones, Objetivo estratégico 4

Acciones	Indicador	Método
4.1.1 INFORME ANUAL IRR CAPÍTULO QUITO.	# de ejemplares impresos vs. # de ejemplares entregados	Reporte de inventario.
4.1.2 CÓCTEL ENTREGA DE INFORME IRR-QUITO.	# de personas invitadas vs. # de asistentes al evento	Formulario de asistentes (firmado al ingresar al evento y previo a recibir el Folleto “Informe Anual IRR, Capítulo Quito”).
4.1.3 BOLETÍN INFORME IRR-QUITO	# de boletines enviados vs. # de notas de prensa publicadas	Clipping de noticias.
4.1.4 PERIÓDICO VERDE - Diario El Metro		
4.2.1 QUITO RECICLA STATS	# de pastillas publicadas vs. # de pastillas compartidas (Facebook) + retweets (Twitter)	Reporte Facebook Statistics + Twitter Analytics.
4.2.2 TED TALKS	# de cupos disponibles vs. # de asistentes	Formulario de asistentes (firmado al ingresar al evento).

5. CAPÍTULO V : Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

La construcción de una cultura de reciclaje no se trata de una alternativa sino de una responsabilidad compartida entre todos los miembros de una comunidad, incluyendo el gobierno local, los gestores de residuos, los recicladores, la industria y los ciudadanos.

El Plan de Comunicación podrá incentivar una cultura de reciclaje en la ciudad de Quito al proveer información que permita aplicar fácilmente los pasos necesarios mínimos para la separación de residuos en la fuente. Permitirá adicionalmente, apoyar a los recicladores en el reconocimiento de su labor por parte de la ciudadanía, mediante estrategias y acciones alineadas con los objetivos planteados para el proyecto de la IRR, en la ciudad de Quito.

La vinculación entre todos los actores de la cadena de reciclaje, su compromiso y participación activa son necesarias para alcanzar el reciclaje inclusivo.

El reciclaje constituye una parte importante en la Gestión Integral de Residuos Sólidos y es un tema tanto social como ambiental, de salud pública y de gestión de recursos.

La utilización de argumentos racionales y emocionales ayudarán a persuadir a la ciudadanía a modificar sus hábitos en el hogar al momento de desechar sus residuos sólidos.

La difusión de los resultados obtenidos como consecuencia del reciclaje podrán motivar a la ciudadanía hacia una concienciación del impacto social, económico y ambiental que conlleva una cultura de reciclaje.

La transformación hacia una cultura de reciclaje es posible si el hábito se origina desde el hogar y se cultiva a lo largo del tiempo a través de instituciones educativas y otros espacios de uso colectivo.

En Quito, la clasificación de residuos sólidos reciclables aún no cuenta con un nivel de especialización elevado, lo que facilita a los ciudadanos la separación de residuos en el hogar, requiriendo únicamente dos tachos distintos. A medida que se logre incrementar el volumen de RSR recuperados y la incorporación de un mayor porcentaje de recicladores al mercado formal de reciclaje, será posible llegar a un mayor nivel de especialización en cuanto a la recolección diferenciada de los residuos.

Recomendaciones

Continuar fortaleciendo el vínculo entre los socios fundadores de la Iniciativa y su compromiso de apoyar el proyecto para el reciclaje inclusivo.

Establecer vínculos directos con EMASEO EP como empresa responsable de la recolección de residuos en la ciudad, y la RENAREC, como asociación organizada que representa los intereses de los recicladores a nivel local y nacional.

Difundir la Ordenanza Municipal 332 que establece la obligatoriedad de los ciudadanos de separar sus residuos en la fuente y entregárselo a un reciclador, aún cuando no esté disponible el servicio de recolección selectiva por parte de la empresa pública.

Concienciar a los ciudadanos respecto de los beneficios que brindan los recicladores a EMASEO EP y la autoridad local, la ciudadanía y el medio ambiente. Además, la entrega de material reciclable separado y limpio a un reciclador constituye el sustento económico para toda una familia, mejores condiciones laborales y un aumento en las posibilidades de revalorizar los RSR.

REFERENCIAS

- Ángel Vega, J. L. (2004). *La responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. Madrid: Tesis, Universidad Politécnica de Madrid.
- Banco Mundial. (2016). *Noticias Artículos Basura Cero - Los residuos sólidos en el epicentro del Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 02 de septiembre de 2016 de: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/03/03/waste-not-want-not---solid-waste-at-the-heart-of-sustainable-development>
- Barrera Guarderas, A. (2011). *Plan de Desarrollo 2012-2022*. Recuperado el 16 de Junio de 2016 de: http://www.emaseo.gob.ec/documentos/lotaip_2012/s/plan_de_desarrollo_2012_2014.pdf
- Bosovsky Favre, G. (2014). Investigación estratégica y auditoría de imagen global. *Documento base, Master DirCom, UDLA*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ceccarelli, G. (2013). *La Basura Sirve. Una experiencia de cooperación entre territorios para la cohesión social en America Latina*. Recuperado el 31 de mayo de 2016 de: http://www.oxfamitalia.org/wpcontent/uploads/2013/10/LaBasuraSirve_@.pdf
- CEDATOS. (2012). *Identificación de las necesidades de la ciudadanía sobre el manejo de residuos, segmentación estratégica y determinación de posicionamiento de EMASEO*. EMASEO EP, Gerencia General EMASEO. Quito: CEDATOS.
- Costa, J. (2012). *El DirCom hoy. Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. (3ra ed.). Barcelona, España: Joan Costa Institute.
- Costa, J. (2015). *El Paradigma del DirCom. El nuevo Mapa del Mundo de la Comunicación y el management estratégico global*. Barcelona: Joan Costa Institute.

- Costa, J. (2014). La empresa, un sistema vivo. *Documento base, Master DirCom, UDLA* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Costa, J. (s.f.). *Manifiesto*. Recuperado el 15 de agosto de 2015 de: <http://www.joancostainstitute.com/manifiesto.html>
- EMASEO EP. (2013). *Proyecto 4R's*. Recuperado el 15 de julio de 2015 de: <http://www.emaseo.gob.ec/>
- EMASEO, EP. (s.f.). *Cifras*. Recuperado el 03 de noviembre de 2016 de: <http://www.emaseo.gob.ec/servicios-de-gente-para-gente/cifras/>
- European Comission. (2016). *Review of Waste Policy and Legislation*. Recuperado el 21 de septiembre de 2016 de: http://ec.europa.eu/environment/waste/target_review.htm
- Fuentes, S. (2014). Comunicación de Marketing de productos y servicios. *Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, UDLA* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Fuentes, S. (2014). La Comunicación de Marketing de producto / servicio. *Documento base, Tema 4 "Formas de Gestión de la comunicación de Marketing", Maestría DirCom, UDLA* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guarachi, É. (2015). *Actualidad*. Recuperado el 23 de agosto de 2015 de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-basura-rellenos-ingenieria-sanidad.html>
- Hoornweg, D., & Bhada-Tata, P. (2012). *What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management*. Recuperado el 12 de junio de 2016 de: http://siteresources.worldbank.org/INTURBANDEVELOPMENT/Resourceresources/3363871334852610766/What_a_Waste2012_Final.pdf
- INEC. (2014). *Información Ambiental en Hogares 2014*. Recuperado el 13 de febrero de 2016 de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Principales_Resultados_Ambienta_Hogares_2014.pdf

- INEC (2010). *Proyección de la Población Ecuatoriana*, p. a.-2. Recuperado el 16 de Junio de 2016 de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- IRR. (2013). *Caracterización del Sector Informal del Reciclaje en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 06 de mayo de 2016, de Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo: <http://reciclajeinclusivo.org/estudios/>
- IRR. (2015). *Estudios Reciclaje Inclusivo y Recicladores de base en Ecuador*. Recuperado el 06 de mayo de 2016 de: <http://reciclajeinclusivo.org/wp-content/uploads/2016/04/Reciclaje-Inlcusivo-y-Recicladores-de-base-en-EC.pdf>
- IRR. (2013). *YouTube*. (IRR, Productor, & IRR) Recuperado el 10 de marzo de 2016, de Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo: <https://www.youtube.com/watch?v=KymvZzrdWWQ>
- Jaramillo Villegas, G. A. (1993). Nada ni nadie sea desecho. La cultura de reciclaje. *Contaminación Ambiental*, 14 (26), 5-17.
- Jaramillo Villegas, G. A. (1995). *SEMINARIO TALLER SOBRE MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS, ACERCA DEL RECICLAJE O LA ECONOMÍA DE LOS DESECHOS*. Obtenido de Biblioteca Virtual de Desarrollo Sostenible y Salud Ambiental, Organización Panamericana de la Salud: <http://www.bvsde.paho.org/acrobat/reciclaaj.pdf>
- Macdonald, F. (2016). *Science Alert*. Recuperado el 22 de septiembre de 2016, de San Francisco just banned all polystyrene products in the city: <http://www.sciencealert.com/san-francisco-just-banned-all-styrofoam-products-in-the-city>
- MAE. (2010). *Ministerio de Ambiente*. Recuperado el 23 de febrero de 2016 de: <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Manucci, M. (2014). UDLA_MD4_texto_2014 Módulo Estrategia, táctica y acción. *Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*, UDLA. Quito, Pichincha, Ecuador.

- MDMQ. (2013). *Diagnóstico ambiente “Proceso de Actualización de los Planes Metropolitanos de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito, Situación Ambiental en el DMQ.”* Recuperado el 25 de agosto de 2015 de: <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wpcontent/uploads/documentos/pdf/diagnosticoambient e.pdf>
- Morató Bullido, J. (2015). *Asignatura - El plan estratégico de comunicación*. Quito: DirCom, UDLA.
- Pizzolante Negrón, I. (2015). Adecuarse al nuevo entorno empresarial o asumir el desafío de modelarlo. *Ética, Gobierno Corporativo y Compromiso Social, DirCom UDLA* . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Press, M., & Cooper, R. (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. (M. J. Rivas, Trad.) Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili .
- Reinares Lara, P., & Calvo Fernández, S. (1999). *Gestión de la comunicación comercial*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- RENAREC. (2015). *Noticias Recicladores de base recuperan el 51% del material reciclado en Ecuador*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de: <https://renarec.wordpress.com/>
- Rodríguez Santoyo, A. R. (2012). *Antología Comportamiento del Consumidor*. n/a: n/a.
- Rosendo Ramos, D. (2010). *El reciclaje en la sociedad actual: Contenidos básicos en la Educación Secundaria Obligatoria en la área de las Ciencias Sociales*. Sevilla, España: WANCEULEN EDUCACIÓN.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor* (10ma ed.). México: Prentice Hall.

- Secretaría del Ambiente. (2010). *Normativas, Ordenanza Municipal 332*. Recuperado el 16 de agosto de 2015 de: http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/images/Secretaria_Ambiente/Documentos/calidad_ambiental/normativas/ord_332_sis_gest_int.pdf
- The Gale Group. (2015). *A Study Guide for Psychologists and Their Theories for Students: KURT LEWIN*. Farmington Hills, Michigan, USA: Gale Cengage Learning.
- The Times Editorial Board. (2016). *Opinion Editorials Polystyrene is killing our coasts. California needs to turn off the trash tap on foam takeout containers*. Recuperado el 22 de septiembre de 2016 de: <http://www.latimes.com/opinion/editorials/la-ed-polystyrene-bans-20160713-snap-story.html>
- Unidad de Estudios, DMPT-MDMQ. (2001). *Indicadores, "Proyección de la Población del Distrito Metropolitano de Quito por quince años según Areas."* (Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda - MDMQ) Recuperado el 16 de junio de 2016 de: http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/proyeccion_zonal.htm
- United Nations, World Urbanization Prospects. (2014). *Data Catalog World Development Indicators Tables 3.12*. Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://wdi.worldbank.org/table/3.12>
- University of Massachusetts, Amherst. (2006). *Environmental benefits of recycling*, Office of Waste Management. Recuperado el 14 de junio de 2016 de: http://www.umass.edu/recycle/recycling_benefits.shtml
- Urdaneta G., J. A., & Sáez, A. (2014). *Manejo de residuos sólidos en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 12 de julio de 2016 de: <http://www.redalyc.org/pdf/737/73737091009.pdf>
- Vásquez, M. (2015). *Comunicación en la gestión de crisis. Documento base, Maestría DirCom UDLA*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- WCED. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Recuperado el 26 de mayo de 2016 de: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

ANEXOS

Anexo 1 : Muestra de mensajes sobre reciclaje



Anexo 2 : Transcripción de entrevista a profundidad, Paula Guerra

Entrevista a profundidad

Paula Guerra

**Especialista en Gestión Integral de Residuos Sólidos y Reciclaje Inclusivo,
Consultora BID-IRR y Co-fundadora de la Iniciativa Ciudadana RECI VECI**

Viernes 26 de Agosto de 2016

Vía Skype

Ana María: Muchas gracias por atenderme la entrevista. Quisiera que me comenten un poco sobre tu experiencia en cuanto a las estrategias de comunicación que han usado en la Iniciativa Ciudadana RECI VECI y la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo.

Paula: Es un tema de apropiación... A pesar que uno cree que los estratos económicos altos, medio-altos, va a ser más fácil llegar, no necesariamente es más fácil. Porque hay muchísimas restricciones, hay muchísimo racismo, hay muchísimo clasismo, y se tiene que estudiar bien a la gente a la cual quieres llegar con la información para que en verdad le llegues en el menor tiempo posible. Ponte, las estrategias van cambiando de lugar en lugar. Ahorita en el tema de La Floresta con RECI VECI ha sido volver a empezar casi, porque se tuvo que volver a hacer toda una identificación de actores, estuvieron ahí los estudiantes de la Cato [Pontificia Universidad Católica], hicimos un Convenio con los estudiantes de la Cato y de la Politécnica. Los estudiantes de la Cato de comunicación son los que hicieron todo el mapeo de actores y las estrategias de comunicación ligada a la gente de La Floresta. Porque están los residentes, que han estado ahí 40 años y que no quieren saber nada de nada, no quieren que La Floresta sea una Mariscal y están cerrados a absolutamente todo, pero tienes a los que han

invertidos es restaurantes, en espacios, y tienes a los artistas. Entonces ha sido como tratar de encajar en cada uno de esos grupos con estrategias diferentes. Y es estudiar, hay que estudiar a esa comunidad porque sino no se puede llegar con un mismo discurso a todos para un tema de cambios de hábitos y peor, que se den el tiempo de reconocer al reciclador.

A: Claro

P: Es muy complejo.

A: Justamente una de las preguntas que te quiero hacer es, cuál es uno de los obstáculos más grandes que han encontrado como parte de la Iniciativa o de RECI VECI en cuanto a comunicación y así poder incorporar más gente a este tipo de iniciativas ciudadanas.

P: El obstáculo más grande es el desconocimiento del sector de la basura. La gente casi nunca sabe qué es lo que pasa después de que dejas tu funda de basura afuera de tu casa. Y simplemente es un tema que no ha sido topado sobre la mesa ni ... en nuestra época en el colegio, por ejemplo. Los guaguas ahora como que ya tienen el reciclaje en el colegio, y tienen como una conciencia ambiental un poco mayor, pero digamos en general, en la población, el tema de la basura y residuos, es el servicio básico menos satisfecho y de menos importancia por parte de los municipios. Entonces primero llega el servicio de energía eléctrica, luego te llega el de agua potable y luego el servicio de recolección. Y se mantiene en eso, en el servicio de recolección. Entonces, esto de saber dónde se deposita tu basura, nunca ha sido cuestionado. Puede ser en la quebrada, puede ser en río, en el terreno baldío, en el botadero a cielo abierto o en el relleno sanitario, o sea, primero se trata de ese desconocimiento de qué es lo que pasa con la basura.

Después viene el tema de racismo y del clasismo. El reciclador, la recicladora es como..., si estuviéramos en la India, como la casta social más baja de todos. Es la persona que está en la basura, usualmente tienes el paradigma de que son alcohólicos, que son drogadictos, de que son ladrones, de que son personas violentas, etc. Hay como una estigmatización a este proceso, y obviamente, en el peor caso escenario es que tú seas indígena y adicionalmente reciclador. Es lo más excluyente que hemos podido identificar y, ponte en el caso de Ambato ha sido eso. Los recicladores indígenas que se sienten completamente excluidos de la sociedad, absolutamente, son los que menos satisfacción tienen por el trabajo que realizan, en comparación de los recicladores a nivel de país.

En el tema de comunicación, como te digo, es el desconocimiento técnico de qué es lo que pasa después con la basura y en el tema de que estás trabajando con comunidades vulnerables, entonces existe siempre un proceso de exclusión, ya sea por racismo, por clasismo o simplemente porque la gente no le interesa conocer al respecto.

En términos de lo que yo creo que motiva a la gente, esto es un tema personal, es... no es el tema ambiental. No es: "recicla porque es bueno para el ambiente". A la gente le vale un rábano el ambiente. La gente piensa que plantando un árbol, caminando ciertas horas en lugar de usar el carro, ya está haciendo suficiente, pero hay algo con que tú le anclas; con el tema de que son mujeres, que son madres y que son personas que necesitan ese dinero para poder solventar la educación de sus hijos. Cambia. Cambia completamente, porque es un tema humano que está atrás. Más para mujeres que para hombres. Cuando tienes un reciclador hombre, la gente no le para mucha bola. Pero cuando tienes una recicladora mujer, que tiene hijos, no sé, la gente se humaniza un poco más y se interesa un poco más. En el caso de Quito, por ejemplo, específicamente donde el 70% son mujeres, hay muchísima más aceptación de la ciudadanía de poder conocer y de entregarle el material, el saber que atrás hay una persona. Pero

ponte, en el caso de la costa, donde es al revés, el 60%, 70% son hombres, existe como un tema de “el hombre es el que va a tomar, es el que se va a emborrachar, no va a llevar el dinero a la casa”, también es un tema de género, no?

Pero yo creo, a parte de los temas que te comento, uno de los plus es el poder contar la historia atrás, y para poder contar la historia atrás, que es lo que hemos utilizado hasta ahora en RECI VECI, no sólo decir que atrás hay un reciclador, sino a atrás contar la historia del reciclador. Atrás está la Paula Guerra que tiene 35 años, que tacacatacata... que va 15 años reciclando en tu zona. Es tu vecina, que está en tu barrio. Eso, dar un poquito más de historia, creo yo, que ha sido el lado más positivo en términos de comunicación y por eso creo que ha sido, en términos comunicacionales, bastante buena en términos de cómo hemos llegado a la gente sin tener los recursos y sin tener el tiempo suficiente. Contando la historia más personal del reciclador que está en tu barrio. Y ponerle ese tema como el vecino. Porque al fin y al cabo esa persona ha sido siempre la vecina. Sólo que no te has dado cuenta.

A: En las encuestas que hice, el 100% contesta que el reciclaje es importante, que tener una cultura de reciclaje es importante. Pero claro, no se refleja en la participación, “que lo haga alguien más”, no es “yo me hago responsable, ni yo me voy a hacer cargo del tema”. Pero sí consideran que es importante.

El 90% piensa que es positivo el trabajo de los recicladores, lo cual me pareció bastante alto el porcentaje, muy bueno. Pero lo perciben como un tema de que ayudan al ambiente y que es un sustento económico, pero no ven el beneficio ni a la ciudad ni a los municipios. Ven como que es gente que no tiene otra alternativa, es como el trabajo más bajo que hay, como lo último que puedes hacer. En ese sentido me parece que hay bastante por hacer en comunicación.

P: Exacto. Exacto. Es como que existe todavía el tema de que tú le estás ayudando al reciclador. No que el reciclador te está dando a ti, para que tengas un mejor servicio, y ayuda al municipio y al medio ambiente. Pero eso se cambia... eso se da también porque estamos en una sociedad donde siempre han habido peones, donde hay el tema de que el más pobre tiene que servir a los que más tienen, entonces es el tema de “hay que ayudarle al reciclador”. ¡No es el tema de hay que ayudarle al reciclador! Es reconocerle y mejorar sus condiciones de trabajo porque es tu responsabilidad, te está dando un servicio. Pero eso es uno de los grandes retos.

A: Ahora, una de las preguntas que hice en la encuesta, es ¿cómo definen basura? Porque yo creo que las personas, en el momento en que desechan material, están tomando la decisión de qué es basura y qué es reciclable. Y claro, todos contestan: desecho, lo que no es útil, no que ya no le sirve a uno. ¿Cómo crees tú que deben entender los ciudadanos qué es la basura?

P: Es una muy buena pregunta. Verás, lo que yo siempre les digo, le escuché a uno de los basurólogos colombianos que son unas máquinas, que se murió... él siempre decía, tú responsabilidad, para que tú siempre sepas qué estás generando, fíjate siempre lo que botas en tu tacho de la basura. O sea, hoy abres el tacho de tu basura y vas a ver qué es lo que estas botando. Para que te des cuenta que estás cocinando demás y preparando más comida de la que puedes comer. No solamente estás botando plata [dinero] sino unos residuos que estás produciendo demás y estás botando eso toda la semana. Porque estás cocinando más arroz, más lo que sea, de lo que tú puedes comer. Y ese es el tema, el tema de la apropiación, de darte el tiempo de fijarte lo que tú estás dejando en tu funda de basura. Porque tu solo coges lo que esté en tu mano y le pones en tu funda de basura, y nunca más vuelves a fijarte en tu funda de basura, y le cierras, y le pones ya sea en el cuarto de acopio del edificio o en la vereda frente a tu casa.

A: Y desaparece...

P: Y eso es en el mejor de los casos, porque sino es la persona que te ayuda con los quehaceres domésticos de tu casa, la que lleva ese tema de residuos. La basura es obviamente parte de nuestro día a día y hay que darle ese tiempo de pensar qué es lo que estamos botando, qué es lo que estás botando todos los días en el tacho de basura y cómo puedes reducir.

Y la segunda, es que la basura es la radiografía de tu vida, la radiografía de la ciudad. O sea, en la funda de basura tu ves cómo manejas tu vida y ves cómo maneja la sociedad. Porque es básicamente ... es tu *modus operandi*, tus hábitos están puestos en la basura. O sea, tu basura te define, cómo eres y quién eres.

No sé,... cómo explicar a la gente qué es la basura? Verás, hay un sociólogo que es profesor de la [Católica] que se llama, ... me olvidé el nombre ahorita. Es esposo de Natalia Fierro. Él ha estudiando los hábitos que nosotros tenemos de botar la basura en la calle. Por qué botamos la basura en la calle como sociedad. Y él decía que dentro, en términos de memoria, que nuestras células tienen todavía memoria desde la agricultura. Recién en los años 40 hay una migración de la zona rural a la zona urbana, digamos significativamente. En la zona rural, tu produces muchos residuos orgánicos y los pones directamente en la chacra para la descomposición, y es una práctica de décadas y de decenas de años de ponerlo porque es parte de la rutina. Y es lo que has visto, y lo que tus abuelos han hecho y tus papás han hecho, y cambiar ese tema cuando llegas a la ciudad, cuesta. Es lo que él explicaba. Entonces por eso, no hay un cuestionamiento mayor, si botas por la ventana del carro el papel del peaje pero también la tarrina de comida. Y cuando tu estás por todo el Ecuador, ves toda la basura en las vías de la carretera. Creo que la gente no comprende que la basura es basura, la gente no sabe lo que es la basura y el efecto que puede tener eso. Por ejemplo, no sé, si

botas la colilla en la alcantarilla, estás contaminando con 200 químicos 1.000 litros de agua. O, ... es muy buena pregunta, voy a pensar, porque la verdad no sé.

A: Yo hablaba con mi tutora y le decía que es un tema de cambio de percepción: que hay un momento clave en el día a día de las personas y que es el momento en que tu compras un producto, separas el empaque del producto que quieres y en ese momento tu tienes un microsegundo en que decides qué haces con el empaque, por ejemplo. Si lo botas, si lo pones en el tacho de reciclaje, si lo reutilizas, es en ese momento donde hay que trabajar el tema de percepción de qué es y qué no es basura y qué puede aprovecharse. Y justamente yo quiero entender cómo técnicamente debe entenderse la basura, ¿cómo algo que puede procesarse...? No sé, como los orgánicos, que logras procesarlos y convertirlos en energía ... he buscado en internet: qué definición deberíamos darle a la basura. Y no he encontrado nada.

P: Tienes la definición muy técnica pero lo técnico no llega a la gente. Tiene que ser algo más accesible. Pero sí, y viene desde el tema de cuestionarte si aceptas o no aceptas el empaque. Por ejemplo es el caso de la fundas plásticas. Cuando ya tienes ese milímetro de conciencia siempre el paso es, ¿rechazo? ¿O acepto? Si ya sé que esto es basura y si puede entrar en un proceso de reciclaje, ojalá, ¿lo uso o no lo uso? Que esa es otra etapa, mucho mayor.

A: Claro. Te voy a hacer una pregunta que le envié a Felipe Toledo pero que, como está de vacaciones no ha podido responderme aún. Me puedes explicar brevemente qué es la Cadena de Reciclaje y cuáles son los actores que participan en ella?

P: Vamos a hablar en el caso de Quito, para llegar como a territorio. La cadena de reciclaje empieza básicamente desde la generación, no es cierto, el ciudadano

pone la funda de basura... voy a ir por lo más común y luego cuando tienes una conciencia y separas, ya?

A: Perfecto.

P: En la mayor parte de los casos tu sacas la funda de basura en el día y horario de frecuencia de recolección y ahí, antes de que pase el camión de recolección, entran los recicladores. Los recicladores de base en Quito son más de 3.400 que han estado durante décadas repartidos en toda la ciudad, entonces, son 3.400 personas que han estado trabajando siempre en el tema de los residuos sólidos y en el tema del reciclaje. Estas personas recogen los residuos abriendo las fundas y separan lo que es potencialmente reciclable y que tenga mayor valor. Usualmente es todo lo que son las botellas PET de plástico que tienen el impuesto redimible, todo lo que es plásticos en general. Hay varios tipos de plásticos, usualmente se los clasifica en dos, plásticos suaves y duros. Plásticos suaves son las fundas, todo lo que sea como compactado rápidamente. Y el plástico duro es como que el envase del yogur, el envase del shampoo, las botas de caucho, esas cosas. Papel y cartón, siempre. El cartón es el principal residuo que ha reciclado a nivel mundial y en Latinoamérica, por eso a los argentinos recicladores se les llama los cartoneros, el cartón ha sido el residuo... el que primero los recicladores empezaron a poner porque siempre ha tenido un valor interesante en el mercado. De ahí, usualmente trabajan en familia y tienen el territorio distribuido pero las calles son individuales. Pero el territorio usualmente es familiar y en la gran mayoría de casos, no tienen el dinero, no tienen alguien de la familia que tenga una camioneta. Hay algunos casos que una persona de la familia, usualmente los hombres, se ha logrado comprar una camioneta. Entonces, recolectan el residuo del grupo familiar y se llevan a su casa. Si es que no hubiera esta camioneta, tienen que contratar una camioneta. Eso es el caso de la gran mayoría de personas. Ahora si el dueño de la camioneta es tu hermano, tu tío, tu papá, igual tienes que pagarle. Siempre es un pago por la prestación del servicio, sea familia

o no sea familia, sea tu esposo o no sea tu esposo. Ya? Ese es como que la gran mayoría, el *modus operandi* mayor. Hay los más vulnerables que no tienen para pagar la camioneta, porque cada recorrido cuesta 5-6 [dólares] promedio. Hay gente que no tiene ese dinero y simplemente vende en la misma calle. O sea, pasa cualquier camioneta y le compran en ese momento. Y la otra es que llevan en una fundita, en una tula, como un *big bag*, como un costal grande, vía transporte público a sus casas. Pero ahí usualmente son los más excluidos porque nadie quiere tener la basura al lado y los choferes no les dejan ingresar. Entonces adicionalmente tienen que coimar al chofer o al ayudante del chofer con 25 centavos adicionales, 50 centavos, para que les dejen subirse con la funda de reciclaje. Llegan a la casa y en la casa, separan los residuos. Entonces si recogen los lunes en la calle, el día martes clasean. Ellos le llaman el clasear, que básicamente es separar los residuos y ponerlos por tipo. La venta se realiza depende, muchísimo, es muy loco esto, porque a pesar de que pueden compartir un mismo espacio, usualmente la familia habitan en espacios compartidos, cada uno vende por separado. Inclusive al mismo intermediario, pero por separado. Entonces a veces cada semana, cada dos semanas, lo peor cada mes, porque no tienen el dinero de bolsillo. Y si es que fuera cada mes, ellos tratan de por lo menos vender las botellas plásticas cada semana para poder tener el sueldo en el bolsillo. Porque si no les alcanza esperar todo el mes para todos los gastos que tienen que pagar, porque al fin y al cabo la plata del mes tampoco te alcanza para cubrir los gastos. Entonces es eso.

De ahí pasa el intermediario. Hay varias cadenas de intermediarios, muchas cadenas. Usualmente en estos casos, pasa un intermediario nivel 1, que le pasa a un intermediario nivel 2, que le pasa a un intermediario nivel 3, y ese nivel 3 les vende a las empresas de reciclaje. Entonces en cada *gap* tienes un incremento en el valor y a la final, me invento, al reciclador le pagaste 1 dólar, pero la empresa 3 vendió a 10 dólares a la empresa recicladora. Entonces tienes una diferencia tenaz de precios. Esto sucede en el 99% de los casos del Ecuador.

El 1% es que tu tengas, la separación en la fuente, o sea la gente separa los residuos sólidos, el reciclador recolecta los residuos de una manera más apropiada, puede caminar más, puede trabajar menos horas para coger mayor material, porque ya está clasificado el material. En el caso de Quito, en alguno de los proyectos ponen en mini-puntos de acopio en las calles y pasa el camión que lo recolecta, ya sea la empresa de aseo o el que como asociación hayan contratado, economía de escala para minimizar los costos. Si es que están organizados, hay un centro de acopio, y en el centro de acopio se almacena todos los residuos de todas las personas que han trabajado. Y existe una distribución de trabajo del grupo de recicladores. Entonces los que recolectan y los que clasifican. En el tema de clasificación tienen unas compactadoras, tienes maquinaria que puede darle algo de valor agregado y estos niveles de los centros de acopio donde puedes tener un volumen mayor de negociación y por ende una presión, ya no van donde el intermediario 1 sino que van donde el intermediario 3 o hasta las mismas empresas, sin los intermediarios grandes o las empresas de reciclaje. Entonces el valor al que compran es un poco mayor y ganan un poco más. Pero obviamente necesitan dos capitales de inversión muy grandes que son los mayores costos de los recicladores. El primero es el transporte y el segundo es el punto de acopio. Esos dos son los talones de Aquiles de cualquier reciclador: transporte y acopio.

A: Hay muchas personas que respondieron en mi encuesta que no saben a quién entregar los desechos reciclables, sobre todo en los barrios donde no tienen ningún tipo de servicio o no conocen que hay el servicio de recolección selectiva, ni nada. ¿Hay un inventario de las asociaciones de los recicladores en la ciudad?

P: No. No, es un estudio súper caro. En Quito lo intentó el anterior alcalde, el Alcalde Barrera que es súper social, pero no se logró, que es el Censo de Recicladores. Usualmente existe, nosotros como equipo tenemos la Ordenanza 332 que te dice, que les reconoce, les dice existe Gestores Ambientales a Menor

Escala, se llaman así; que tienen la facultad, la autorización del Municipio para reciclar, entonces dice, si el Municipio no puede prestar servicios de recolección diferenciada, es obligación del ciudadano clasificar los residuos sólidos y entregar al reciclador. Eso te dice la ordenanza, dentro de Quito hay 3.400 recicladores y siempre hay el servicio, lo que pasa es que no se ha comunicado. Todos los días, en la mayor parte de la ciudad. Donde no hay el servicio es en los conjuntos residenciales cerrados, o sea en lugares como Cumbayá por ejemplo es muy complicado porque el guardia o el conserje, no le dejan entrar al reciclador. O le cobran la coima al reciclador. Los guardias son los peores enemigos de los recicladores, los peores, porque hay un tema de poder y hay un tema de género. Los guardias son hombres y las recicladoras son mujeres. Entonces son el principal talón de Aquiles, ya sea que las recicladoras les dan platos de comida para poder ingresar o les pagan mensualmente. En muchos de los casos les pagan para que les dejen ingresar. Entonces el guardia tiene el poder, y es hombre, entonces el servicio está porque hay 3.400 recicladores y si es que en tu urbanización también podría haber, pero el momento en que tu cierras los espacios, obviamente la calle ya no es pública, es privada, y el acceso al material se torna privado también.

A: Sabes que yo veía en la encuesta, con los resultados que obtuve, que realmente uno de los puntos de entrada debería ser los comités barriales, los administradores, pero los administradores que lo planteen como proyecto y que se hagan cargo, porque hay administradores que llevan las cuentas y no están ahí nunca. Porque es un tema de organización más micro. Por ejemplo en el caso del conjunto donde yo vivo, los conserjes están ordenados a poner en un lugar, saben donde poner la basura común y saben dónde poner el material de reciclaje. Y entregan directamente. Frente al Alcalá, ves los recicladores que no están escarbando en la basura, sino que están llevándose bolsas completas de material de reciclaje.

P: Claro pero porque existe la ley y porque hay alguien de la administración que está dando un seguimiento. Desde hay el impuesto redimible a las botellas PET, desde el año 2012, a pesar que mucha gente está en contra del impuesto, yo estoy a favor, porque ha habido... obviamente, ya no hay botellas plásticas que terminan en los botaderos a cielo abierto. Si bien es cierto no todo llega a los recicladores, porque las botellas PET dan plata entonces piden a los papás de las escuelas fiscales, de las escuelas públicas que recolecten botellas y puedan realizar el trabajo de lo que sea del colegio [Inversiones]. Los guardias son otros de los primeros recolectores de botellas PET porque 1 kilogramo de botellas PET te sale en unos 70-80 dólares. Y una tonelada 700 dólares, entonces, las botellas son el punto de quiebre y el impuesto redimible es, hay un antes y un después. En la gran mayoría de los conserjes, de los conjuntos, usualmente las botellas PET ya nos les llega a los recicladores porque alguien más se vio beneficiado. Que está bien. Al fin y al cabo a los recicladores lo que les da las botellas PET es un colchón, porque como el precio se mantiene estable no importa que pasó en la china, no importa que baje el precio del petróleo, no importa nada, se mantiene estable. Y ese colchón permite al menos tener una planificación económica mensual. O sea saben que van a tener, me invento, 150 dólares de recolección solo por botellas PET al mes. Entonces eso les permite tener de cierta manera una planificación y al menos tiene un precio interesante.

Pero sí, el tema de las Juntas Barriales, interesante, ahora se mantiene normalmente en estratos económicos medios, medios bajos, bajos. En los estratos altos a nadie le interesa juntarse. Que se junte el administrador y que resuelva el problema con los otros administradores, entonces por eso hay que dividir a la comunidad por las características propias de la comunidad para poder llegar en mejor término a los medios de comunicación, el poder comprometer. Los edificios y los administradores son lo más difícil del mundo, o sea, no te dejan ingresar si no tienes autorización del administrador, administra 500 edificios, mandas un oficio como cualquier persona, como recicladores, no te responden nunca... imposible.

Entonces tienen que sobornar al conserje, a los guardias para que les dejen entrar.

A: Que locura. Se que tienes tu reunión así que podemos terminar aquí.

Anexo 3 : Transcripción de entrevista a profundidad, Felipe Toledo

Entrevista a profundidad

Felipe Toledo

Gerente Programático

Fundación Avina - IRR

Jueves 11 de Agosto de 2016

Lugar: Oficinas de Fundación Avina

Av. República de El Salvador 406 y calle Moscú; vía correo electrónico

Muchas gracias por atenderme para esta entrevista.

1. Me gustaría empezar con unos antecedentes acerca de la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, cómo nace esta iniciativa?

Se estima que en América Latina y el Caribe alrededor de 4 millones de personas obtienen su sustento de la recuperación y comercialización de materiales reciclables como el papel, cartón, plástico y metal.

Aunque estos trabajadores forman la base de la cadena de valor de la industria del reciclaje, recuperando entre 50% y 90% de los materiales reciclables utilizados en la industria o exportados de la región, sólo reciben un estimado del 5% de las ganancias.

Bajo este contexto, en 2011, surge la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR) conformada por Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y la División de Agua y Saneamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Coca-Cola

América Latina, Fundación Avina, la Red Latinoamericana de Recicladores (Red-LACRE) y PepsiCo Latinoamérica.

2. Cómo se vincula Fundación Avina con esta Iniciativa?

“En la II Fase de la Iniciativa Regional de Reciclaje, una plataforma que busca mejorar la calidad de vida de los recicladores de oficio e incrementar los niveles de reciclaje en América Latina y el Caribe, el involucramiento de empresas como PepsiCo Inc y Coca-Cola Foundation es una muestra intrínseca de la voluntad de colaboración entre diversos actores que compiten en el mercado y que en esta agenda, colaboran en buscar soluciones innovadoras para afrontar una problemática que atenta contra la sustentabilidad misma de su negocio, y para generar propuestas que apuntalan el desarrollo sustentable de la región, la inclusión social y el cuidado del medio ambiente. Avina Americas apoya el proceso de negociación y es la administradora fiscal de los fondos aportados por dichas empresas para el desarrollo de esta iniciativa.” (Fundación Avina, 2015)

“Identificamos oportunidades para un cambio sistémico en América Latina, vinculando y fortaleciendo a personas e instituciones de la región capaces de canalizar el cambio hacia un futuro más sostenible. Cuando identificamos una oportunidad con nuestros aliados, articulamos alianzas alrededor de agendas compartidas de acción que puedan contribuir a un impacto de escala para la región. Avina invierte directamente en estas agendas compartidas y busca sinergias y potencial de colaboración con el apoyo de otras organizaciones internacionales.

Fundación Avina trabaja en América Latina como un articulador, co-inversor y facilitador, empleando sus recursos, presencia local y relaciones con miles de aliados para incubar y escalar estrategias comunes de cambio regional y nacional.

Nuestra principal contribución a nuestros aliados es la promoción de acciones conjuntas a través de la inversión directa de recursos y servicios.

Nuestros servicios incluyen:

- Generar espacios de vinculación entre una diversidad de aliados provenientes de la sociedad civil y del sector privado.
- Promover la construcción de agendas compartidas de acción para el cambio.
- Invertir, apalancar y movilizar recursos para apoyar estas agendas.
- Elevar la visibilidad nacional, regional y global de las agendas de cambio, conectándolas en el continente y globalmente.
- Construir puentes y alianzas con nuevos actores globales para acelerar y escalar los procesos de cambio.
- Articular vínculos entre los actores del gobierno y nuestros aliados para incidir en políticas públicas.
- Producir, compartir y gestionar conocimiento, innovación, aprendizajes, saberes, métodos y buenas prácticas para fortalecer todas estas acciones.

Avina fue fundada en 1994 por el empresario suizo Stephan Schmidheiny quien inspiró la visión y valores que orientan a la organización. La Fundación Avina está sustentada por VIVA Trust, fideicomiso creado por Stephan Schmidheiny para impulsar el desarrollo sostenible mediante una alianza entre la empresa privada exitosa y responsable, y las organizaciones filantrópicas que promueven el liderazgo y la innovación.” (Fundación Avina, 2011)

“Fundación Avina y sus aliados entienden que la gestión de los residuos en América Latina no está siendo todo lo efectiva que podría ser. Esto se percibe en la exclusión social e informalidad de los recicladores, en la contaminación medioambiental, en la ausencia de una estandarización y reglamentación para la implementación de políticas públicas, en la falta de información de mercado y

transparencia en la cadena de reciclaje, y en la carencia de una debida coordinación.

Ante esta situación, en mayo de este año se presentó oficialmente la “Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo”, un programa que busca integrar a los recolectores informales de residuos al mercado del reciclaje. La Iniciativa tiene como objetivo generar un impacto sistémico en la cadena de reciclaje de la región para mejorar la calidad de vida de los recicladores y de sus familias, incrementar la participación del sector privado en el mercado del reciclaje, y obtener un impacto en las políticas públicas.

Esta plataforma de articulación de actores interesados en la gestión de residuos, reciclaje e inclusión social de los recicladores fue diseñada por Fundación Avina, el [Fondo Multilateral de Inversiones](#) (FOMIN) — miembro del grupo del [Banco Interamericano de Desarrollo](#) (BID) —, tiene la participación de la división de Agua y Saneamiento del BID y The [Coca-Cola Foundation](#), y cuenta con el apoyo de [Bill & Melinda Gates Foundation](#). La “Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo” está planificada para desarrollarse en los próximos cuatro años, y cuenta con un compromiso de inversión de los socios por un total de 8,4 millones de dólares.” (Fundación Avina, 2011)

3. Actualmente la IRR tiene un proyecto de dos años en Ecuador. Cuáles son los principales objetivos que tiene este proyecto y qué metas se espera alcanzar?

El Objetivo general del Proyecto es Aportar a la generación de políticas y programas sostenibles de inclusión social y económica de recicladores de base en Ecuador, que permitan la formalización del reciclaje inclusivo en la gestión de residuos a través del reconocimiento de su oficio, el ejercicio de sus derechos y la valorización por los servicios que prestan, para alcanzar su inclusión en el mercado formal del reciclaje como medio para lograr su salida de la pobreza.

Para alcanzar el objetivo general propuesto, el Proyecto Estratégico se plantea incidir en cuatro dimensiones que por su naturaleza afectan directamente en los procesos que habilitan o limitan la participación y desarrollo de los recicladores de base en los sistemas de gestión de residuos sólidos.

Por tanto se han trazado cuatro objetivos específicos, a saber:

OE1: Institucionalidad-Normativa: Apoyar en el diseño e implementación de políticas públicas enmarcadas en sistemas de reciclaje inclusivo bajo parámetros de sostenibilidad ambiental, social y económica que promuevan el reconocimiento del oficio, el ejercicio de derechos y la valorización de la prestación del servicio público que ofrecen los recicladores de base con el objetivo de cambiar y mejorar su participación en el mercado del reciclaje.

OE2: Organizaciones de Recicladores de Base: Aportar y fortalecer a las organizaciones de recicladores de base y la RENAREC para que alcancen su sostenibilidad técnica y financiera a través de su visibilización, posicionamiento y reconocimiento del reciclaje inclusivo en la gestión integral de residuos en los sistemas públicos de aseo y en el mercado del reciclaje.

OE3: Sistema Productivo de Reciclaje: Fomentar la participación activa de los recicladores de base en el mercado formal del reciclaje bajo parámetros de equidad social, transacciones justas y sostenibilidad económica y financiera, para mejorar y asegurar incrementos en los ingresos económicos de las familias de recicladores, vía venta directa de material reciclable a la industria del reciclaje y vía reconocimiento y valorización por los servicios de reciclaje que prestan al sector público y privado.

OE4: Participación activa de Sociedad Civil: Fomentar y fortalecer la participación de la ciudadanía en el manejo responsable de residuos sólidos: consumo consciente, separación y clasificación de residuos reciclables, reconocimiento y valorización de recicladores de base a través de entrega directa de residuos reciclables y la promoción de vínculos ciudadanos para el logro de la equidad social, fortalecimiento de la democracia y el cuidado del ambiente.

El Proyecto Estratégico se ejecutará en un lapso de dos años y se propone una cobertura nacional enfocado en al menos 20 ciudades del país en tres regiones: costa, sierra y amazonía. Las ciudades que serán parte de este proyecto son: Quito, Cuenca, Manta, Ambato, Esmeraldas, Atacames, Tulcán, Loja, Lago Agrio, Quevedo, Machachi, Guaranda, Quinindé, Sangolquí Rumiñahui, Santa Elena, La Libertad, Chone, Riobamba, Tarapoa, en dónde hay presencia de 40 organizaciones de recicladores de base, Municipios con sistemas públicos de GRS, industria y sus cadenas de negocio e iniciativas ciudadanas a favor del reciclaje.

4. Quiénes son los beneficiarios de este proyecto?

El proyecto considera público directo e indirecto.

Directos: A quiénes se pretende beneficiar directamente con el proyecto y llegar con los resultados previstos:

- Recicladores de base 3 de 40 Asociaciones de Recicladores de Base
- 1 Red Nacional de Recicladores del Ecuador (RENAREC)
- 100 Recicladores de base no asociados a RENAREC

- 16 Gobiernos Autónomos Descentralizados,
- 10 Industrias y Empresas de Reciclaje
- 5 Organizaciones de la Sociedad civil que actúan alrededor de reciclaje inclusivo

Indirectos:

- 20.000 familias de recicladores de base
- 6 Millones de habitantes de 20 ciudades: Ambato, Esmeraldas, Chone, Cuenca, Guaranda, Atacames, La Libertad, Loja, Manta, Machachi, Píllaro, Quevedo, Quinindé, Quito, Riobamba, Sangolquí, Santa Elena, Tarapoa, Lago Agrio, Tulcán.

“La “Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo” canalizó aportes de sus socios por un total de 8,4 millones de dólares.” (Fundación Avina, 2015)

5. Se han realizado estudios para medir las percepciones que tiene la ciudadanía respecto al reciclaje, la cadena de reciclaje y los actores que participan?

Percepciones de la ciudadanía no. Entre el 2014 y 2015 se desarrolló el estudio de línea base “Reciclaje Inclusivo y recicladores de base en Ecuador”, por medio del cual se pretendía conocer con mayor profundidad la situación de las personas y familias que trabajan en grupos y asociaciones para la recolección y venta de residuos sólidos al mercado de reciclaje; así como también al sector productivo de

reciclaje con recicladores de base, sus interrelaciones con las instancias competentes del Estado, de comercialización y acuerdos con el sector privado de la industria del reciclaje, y los vínculos con los principales generadores de residuos. (IRR, 2015)

6. Existen iniciativas ciudadanas que promuevan la cultura de reciclaje desde los hogares? Y qué actividades ha realizado la IRR para promover una participación ciudadana?

“A mediados del 2015, la Fundación Ciudadano Inteligente de Chile como parte de sus labores de difusión y generación de iniciativas ciudadanas a través de sus LabCívicos, decide realizar uno en Quito. Este laboratorio de dos días se realiza finalmente en Agosto del 2015, en dependencias facilitadas por el CoWorking Impacto Quito (actualmente ImpaQto), quien propuso el tema del reciclaje.

En esos dos días, más de 40 ciudadanas y ciudadanos de Quito interesados por el reciclaje, se reunieron, debatieron y trabajaron una incipiente idea de reciclaje inclusivo, que le darían el nombre de ReciVeci.

Luego de esa intensa jornada, 15 personas de diferentes profesiones pero unidas por promover una cultura de reciclaje, decidieron seguir con esta idea y así nace el Proyecto ReciVeci.

Durante el 2015, estos 15 voluntarios trabajaron semanalmente en reuniones que se realizaban en dependencias Impacto Quito. A partir del 2016 las reuniones se trasladan a las casas de los voluntarios y a instalaciones de los coworking Latinnova y Tinkulab quienes deciden apoyar a ReciVeci.

En el 2015 se diseñó el logo de ReciVeci, se definió su relato, y se convirtió en un proyecto de vinculación humana entre reciclador y ciudadano, articulado por una App. Pero lo más importante fue unirse a las recicladoras de base del sector de la Carolina, conformando así un equipo de 15 recicladores técnicos o voluntarios, y 10 recicladoras de base.

En el 2016 se realizó una campaña de crowdfunding para recaudar fondos, y se hizo un acto de lanzamiento el 12 de Marzo del 2016, dando inicio a la campaña de capacitación del piloto ReciVeci en el Sector de la Carolina, proceso que sigue en curso.” (RECI VECI, 2016)

La IRR pretende dar apoyo técnico y financiero a la propuesta RECI VECI en la zona de la República del Salvador y apoyar la réplica del mismo en dos barrios adicionales en Quito. Ayudar en la sistematización para sus sostenibilidad.

Anexo 4 : Transcripción de entrevista a profundidad, Geovanna Polo

Entrevista a profundidad

Geovanna Polo

Gestión Ambiental y Reciclaje, EMASEO EP

Miércoles 24 de Agosto de 2016

Oficinas EMASEO EP

Ana María: Muchas gracias por atenderme la entrevista. Quisiera empezar con información general respecto al reciclaje en la ciudad de Quito. Qué objetivos tiene por ejemplo EMASEO en torno al tema de reciclaje en la ciudad de Quito, específicamente que metas se han alcanzado hasta el momento y cómo se ha desarrollado un poco la cultura de reciclaje en la ciudad?

Geovanna: A ver, nosotros tenemos, nosotros estamos regidos por políticas nacionales y locales, eso para empezar con un marco general. Tenemos ... nos ampara todo el tema desde la Constitución, todo el tema del COTAD y aterriza en todo lo que son las normativas locales y política local. Como algo actual que nosotros tenemos y que basa nuestra gestión en el tema de reciclaje y de nuestros servicios, tenemos el Plan de Desarrollo del DMQ. El Plan de Desarrollo establece metas y políticas ambientales, en todo un eje ambiental, entonces ahí ya se definen temas específicamente de residuos. Tenemos toda una política que se llama Cero Residuos, Cero Basura. Luego aterrizamos aún más a un tema de gestión interna que es la Planificación Estratégica. Dentro de nuestra planificación estratégica, nosotros también establecemos y tenemos metas respecto del reciclaje. Y por último una normativa, una política muy importante, que recientemente se aprobó, es el Plan Maestro de Residuos Sólidos. Éste lo emitió la Secretaría de Ambiente. La Secretaría de Ambiente es nuestro (rector) a nivel local, en el tema ambiental, es quién rige nuestra gestión en el tema de residuos

sólidos. Entonces, primero comentarte todo esto, existe toda una normativa política pública que ampara toda la gestión de reciclaje en la ciudad. Qué es lo que hemos hecho entonces para poder cumplir esta normativa? Nosotros tenemos proyectos de reciclaje que venimos desarrollado desde el 2011-2012, que han tenido avances interesantes, no todavía masivos, pero avances en relación a generar una cultura en la comunidad y también a beneficios o enfoques sociales, porque incluye a recicladores de base en todo el proceso.

Para comentarte un poco lo que me decías de metas, qué metas tenemos ahorita? Estamos interviniendo aproximadamente con 250.000 personas o habitantes, beneficiando de estos modelos de recolección diferenciada o basadas en el reciclaje a esta cantidad de población. Estamos aprovechando aproximadamente 200 ton/mes de residuos reciclables en el proyecto y beneficiando a más de 100 recicladores con ingresos dignos, reconocimiento y un trabajo más digno y más seguro, dentro de su actividad.

A: A través de los CEGAM?

G: A través de los centros de acopio. A través de centros de acopio y también a través de otros modelos que estamos interviniendo este año para poder incluir a más recicladores sin la necesidad de que se encuentren dentro de centros de acopio.

A: OK. Cuántos barrios tiene registrado EMASEO dónde brinda su cobertura?

G: A ver, nosotros tenemos dos modalidades dentro de nuestro proyecto. La primera modalidad es a través de Puntos Limpios. Entonces, en modalidad de Puntos Limpios no te puedo decir cuántos barrios, porque en realidad un Punto Limpio puede abarcar a varios barrios, dependiendo del lugar en dónde se ubique. Si está en un centro comercial, pues tiene afluencia de muchas personas dentro de esa zona. Entonces, para serte más concreta, en el tema de puntos limpios,

estamos interviniendo en cuatro Administraciones Zonales, que son Eloy Alfaro, Manuela Sáenz, Tumbaco y La Delicia. A veces, por pedido de la comunidad podrían otros puntos limpios dirigirse a otra administración, pero se nos complica por el tema de recolección. Las cuatro administraciones tienen cuatro centros de acopio, CEGAM. Esa es la primera modalidad.

La otra modalidad es recolección a pie de vereda. Es una modalidad que la estamos interviniendo desde el 2013 y tenemos al momento 18 barrios en los que intervenimos con esta modalidad. Ahí si te puedo hablar de barrios porque si necesitamos armar un horario, una frecuencia, una ruta específica para todo un sector. Por qué? Porque la gente tiene que sacar su funda o su material reciclable a cierta hora para que el reciclador pueda pasar por el lugar y retirar el material. Entonces ahí sí son barrios completos dónde se capacita y donde se interviene. Son 18 barrios.

A: En la página web están solamente los datos y estadísticas de 9 solamente.

G: Si, justamente acabamos de actualizar ayer en la tarde los 18 barrios. Si tu entras ahorita los vas a encontrar. Están ahí los barrios, los horarios, las frecuencias en las que se va a recolectar a pie de vereda, diferenciada.

A: Si, justamente, estoy bastante familiarizada con el servicio porque resido en el Quito Tennis...

G: A ya, el Quito Tennis es el que empezó en el 2013.

A: Cómo ha evolucionado un poco el tema de volumen de recolección en los barrios que ya tienen la recolección selectiva? Porque por ejemplo yo vi algunos indicadores que tenían en la página web, donde a partir del tercer año de haber

sido implementado el servicio de recolección selectiva, se iba implementando en más barrios pero el volumen por barrio

G: se mantiene. En vez de subir le estamos manteniendo en vez de pensar en un crecimiento...

A: Yo había visto como una disminución...

G: que ha bajado? Sí en ciertos meses ha bajado pero lo hemos logrado mantener, se ha mantenido en las 200 toneladas, entre 198, 99 hasta 200 toneladas como mínimo ... Eso si nos está pasando y justamente el tema es que el proyecto después de un cierto tiempo requiere de ajustes. Se ha venido trabajando por más de 4 años pero no ha tenido ajustes significativos en temas de ruta, de cómo se organiza el trabajo, de los CEGAM, de nuestros camiones recolectores. También un tema súper importante que hemos analizado por lo que tú dices, que puede haber este decrecimiento o que se mantiene el material en vez de aumentar, es que la comunicación el generar esta sensibilización a la población, el cambio de hábito es muy complicado. En los barrios donde hemos intervenido la capacitación al inicio fue muy fuerte pero lógicamente se requiere de recursos, se requiere de estar interviniendo en esto todo el tiempo y lamentablemente eso es algo que no disponemos de suficientes recursos como empresa. Entonces hemos notado que el hecho de no estar tal vez comunicando más seguido o difundiendo más seguido el tema en la comunidad hace que la gente se olvide, hay mucha rotación de gente que habita en los sectores, hay gente nueva que siempre viene y viene con los hábitos anteriores. Entonces eso es lo que pasa, no podemos dejar de lado la comunicación permanente.

Estos son procesos de cambio que durarán entre 10 o 20 años entonces en 3 años no sigues haciendo el tema de comunicación ves como los indicadores que tu has revisado, es lo que nos está pasando.

A: Claro, yo hice aproximadamente 400 encuestas y me enfoqué en barrios donde hay la recolección selectiva y barrios donde no hay el servicio. Y definitivamente en barrios donde sí hay el servicio, incentiva a los ciudadanos a separar. En el caso del Quito Tenis, donde encontré mucho apoyo para responder las encuestas, una de las cosas que me decían era el tema de las fundas, al no entregar las fundas mucha gente pensaban que el servicio ya no estaba disponible o que ...

G: Te comento algo que nos pasa. El... proceso en el Quito Tenis fue la primera experiencia que tuvimos de implementar un servicio de recolección diferenciada a pie de vereda, entonces claro, se pensó que el tema de las fundas iba a funcionar muy bien. Y de hecho ha funcionado, perfectamente bien, pero nos hemos dado cuenta que tú no puedes limitar los servicios a la entrega de fundas. Qué pasa? Que hemos acostumbrado a una comunidad a que separo solo si tengo la funda, si no la tengo no separo, entonces en este año queremos un poco revertir este problema y hacer que la gente entienda que con que separe los residuos y los ubique en cualquier funda, pero simplemente los ubique, generamos el hábito. Entonces no queremos limitar el proyecto a la entrega de fundas y ya no lo estamos haciendo. La última entrega de fundas fue hasta junio-julio de este año pero ya no en Quito tenis sino en los barrios que se intervinieron en este año, se entregaron el ultimo remanente de fundas pero estamos probando que pasa en los barrios dónde no le decimos a la gente se necesita funda azul, no le vamos a entregar. Empezamos desde cero en Jardines de Amagásí, que queda atrás de la Embajada Americana y los resultados han sido bastante buenos. Es decir, conseguimos los mismos resultados que en otros proyectos pero sin necesidad de la funda. Entonces no tenemos la preocupación que se acaba la funda y la gente no recicla. Que si ocurre en otros barrios como el condado, el bosque, Ñaquito, todos esos sectores, la queja principal de la gente es usted no me entrega funda yo no separo, entonces te soy súper sincera, tenemos ese grande grande problema, justo por eso hicimos estos volantes, te puedes llevar uno, y ya estamos

poniendo el tema en cualquier funda, en funda de cualquier color, pero es bastante complejo que la gente acepte esto de buena manera.

A: Les ha hecho alguna diferencia trabajar en barrios donde hay comités barriales organizados por ejemplo como el Quito Tenis, hay un comité de barrio que promueve mucho estas cosas y ayuda mucho el tema de comunicación, tenemos Facebook, redes sociales, boletines a través de mails. Han tenido la oportunidad de ver si esto es algún tipo de apoyo para recolección?

G: El mejor ejemplo de el tema de organización barrial es el Quito Tenis y pensaría que en nuestro proyecto es el único ejemplo que tenemos de este comprometimiento fuerte desde el inicio de la administración y del barrio. Pero en el resto de barrios se ha enfocado el proyecto más en la calidad de residuos más que en el tema de participación. Es decir ... no se ha analizado el tema de participación, se ha analizado más un tema de calidad de los residuos.

A: Ok.

G: Entonces, yo creo que si es una de las cosas que más nos hace falta mejorar y pulir porque te digo por ejemplo en Colinas de Pichincha, Ñaquito Alto son barrios donde la gente apoya muy poco y no hemos encontrado esa célula de organización donde podamos mover un poco más a la gente. El administrador comunica a la gente pero no es más que eso un administrador nada más, que haya un tema que los convoque a todos, simplemente es un tema más administrativo en los otros barrios. En el Condado nos pasa exactamente lo mismo, hay un administrador pero eso no significa que exista participación. Y ahí hemos visto el proceso súper débil, bastante mal, la gente no siempre entiende. Nos vamos mucho en la comunicación de nuestro proyecto hacia que es un beneficio social, por ese lado como que se mueve mucho más la sensibilidad del quiteño, no? El tema de bueno estoy ayudando a la señora que recicla aquí hace

años y eso si nos ha servido. Nos sirve y hacemos que las mismas recicladoras vayan y traten de capacitar, aunque eso también es complejo, por el nivel de formación pero lo hacen. Lo hacen, si nos ayudado a entregar los volantes, ellas mismo les dicen que ellas van a retirar el material, los horarios que van a pasar, etc.

A: Ok. Existen planes para implementar este servicio de recolección selectiva en más barrios en la ciudad?

G: Bueno, ahorita los centros de acopio que son manejados por EMGIRS tienen algunos planes para poder fortalecer el proyecto, justamente que hacemos la recolección en algunos barrios, siempre pensando en a pie de vereda, mucho más efectivo. Eh, nosotros por nuestro lado, estamos trabajando para incentivar más el reciclaje en la ciudad. Vamos a intervenir ya en 4 barrios que están con el sistema de contenerizado o mecanizado de recolección, es un nuevo sistema con el que vamos a intervenir, no tanto en el tema de recolección sino en el reconocimiento del reciclador, que la gente comprenda que puede venir, separar sus residuos y entregarle al reciclador y no ubicarlo en el contenedor. Entonces de alguna manera estamos tratando de intervenir en los distintos sectores con las distintas realidades que tenemos, a ver qué es lo que más se ajusta. Aquí lo que buscamos es que la gente separe sus residuos y le entregue al reciclador. El reciclador puede llevar el material, procesarlo o venderlo, como lo hacía desde un inicio. La otra opción que le estamos ando al reciclador es hacer modelos de compra-venta, en los centro de acopio, como ya tenemos los 4 centros de acopio en la ciudad, estos están en la capacidad de comprar el material al reciclador. Lo bueno es que es un negocio entre reciclador y reciclador, no hay intermediación, hay precios justos, se van a ver la cara entre los mismo recicladores entonces hacemos un proceso que en definitiva es inclusivo, que es lo que buscamos por nuestra política. El incluir al reciclador de forma digna, reconocerle y que tenga un mejor ingreso.

A: y los CEGAM tienen la vinculación con la industria, o sea con las empresas directamente.

G: Exactamente, entonces ya venden el material como a su precio final de reciclaje.

A:Cuál de los sistemas da mayores resultados en cuanto al volumen de material recuperado? Decías que es el servicio a pie de vereda.

G: Si, el a pie de vereda. Lo que sucede con los puntos limpios... siempre nos basamos mucho en la comodidad de la gente. Un punto limpio no está cercano a la persona, entonces la gente se olvida, es un tema muy fuerte de hábito. Pero el hábito es bastante complejo. Entonces, el punto limpio que está ubicado de aquí a 200 metros, se me olvida, no me acuerdo, me da pereza, lo que sea, no pongo ahí mis residuos. El pie de vereda, en cambio, tu separas el material y simplemente lo pones saliendo de tu casa. Por este tema de comodidad hemos logrado que la mayor eficiencia tenga el sistema de a pie de vereda. Aparte que a pie de vereda hace que haya un reconocimiento más directo del reciclador, nuestro objetivo también. El punto limpio está ahí aislado, lo recolecta igual un reciclador pero la gente ni lo ve. Pero el momento en que tu sabes que la señora María, que la señora Ana siempre pasa por mi sector, empieza a haber esta relación que buscamos.

A: Para esa vinculación, tienen proyectos con aliados como es la RENAREC u otro tipo de organizaciones...

G: Claro, aquí es súper importante anotar que Laura Guanoluisa, la Presidenta, es parte de un centro de acopio. Todo este tema de la creación de la RENAREC partió un poco,... no te quiero decir a partir de lo que hizo Quito, pero Quito tuvo

mucho que ver con los primeros indicios de organización, de trabajar con los recicladores, con Laurita, y luego Laurita llegó a ser la Presidenta de la RENAREC. Entonces ella de por sí, tiene un trabajo directo con la municipalidad y es la líder de su organización. Elvia Pisuña que también es la Vicepresidenta de la organización también esta trabajando con el municipio. Esto es muy positivo porque de alguna manera las dos representantes más fuertes de la RENAREC son parte de nuestro proyecto. Eso por un lado. Por otro lado, desde este año, mediados de este año, hemos empezado a trabajar más fuerte con la RENAREC, no estábamos trabajando muy fuerte con toda la Red, y estamos trabajando justo en el proyecto de las zonas mecanizadas, de recolección, de los contenedores grises. Con ellos hemos definido los nombres del proyecto, hemos definido cómo se va a trabajar, vamos a firmar un convenio también en los próximos meses ojala porque el tiempo también ya nos queda corto, y el convenio tiene como objetivo es ayudarnos conjuntamente a desarrollar el proyecto, por nuestro lado organizamos al reciclador pero ellos nos ayudan conversando con las personas, animándoles a que se asocien y todo el tema que ellos manejan.

A: Para una mejor organización.

G: si, ajá.

A: A través de qué medios han capacitado a la ciudadanía en temas de reciclaje. O sea, cuando por ejemplo se que en el Quito Tennis dieron una capacitación, cómo reciclar, como entregar, como separar, pero que otros...

G: Verás el programa de recolección diferenciada tiene como la base más importante de comunicación, es puerta a puerta. Porque siempre buscamos un enfoque de edu-comunicación, no solo difusión, no solo comunicación sino tal vez llegar un poquito más allá+ y que la gente sea un poco más educada. Para eso la herramienta más importante era el golpear puerta a puerta. Qué tan efectivo es?

Complejo porque tu no puedes asegurar que un momento donde nosotros hacemos esto, que es tal vez una semana, encuentres a todas las personas en ese horario, las personas tampoco es que te abren la puerta. Pero de alguna forma es lo más efectivo, porque lo otro que usamos son volantes en forma de díptico o así, pero tampoco aseguras que haya llegado a toda la gente. Entonces lo que hemos apuntado, lo más efectivo es el puerta a puerta. Lo segundo es el tema de usar dípticos, usar informativos. Lo tercero es usar nuestras redes sociales. Ahorita no hemos estado usando mucho nuestras redes sociales, hemos pasado ya información a nuestro departamento de comunicación y queremos empezar a salir un poco más con todo lo que ha logrado el proyecto, todo lo que la gente no conoce. Hablar de 227.000, 250.000 personas más 9.000 toneladas de residuos que hemos recuperado desde el 2012, es algo que es importante. También hemos traducido como toda esa información de la recuperación a cuántos árboles, cuánta energía se ha ahorrado, para que la gente se anime y vaya más allá del tema yo separé, sino mi separación logró tal cosa. Eso tenemos ya información trabajada y esperamos que en los próximos días y en nuestra pagina web también empezar a difundir más, nuestros logros del proyecto para que la gente se anime a seguir trabajando.

A: Si, me encantaría ver esa información porque en las encuestas que realicé, una de las razones por las cuales las personas no reciclan, no era la de mayor porcentaje, pero tenía un peso importante el que no ven los resultados directos de separar la basura. La gente no ve los resultados pero...

G: Todo se mezcla. Es esa construcción social que tenemos todos metidos en la cabeza que algún bichito que alguna vez nos picó a todos los quiteños y dijeron “yo no separo porque se mezcla”. Tu le puedes ver al reciclador ahí, pero no importa, tu ya te metiste en la cabeza que todo se mezcla. Entonces si, totalmente, es importante que la gente empiece a cambiar esa mentalidad de no separo porque no sirve.

A: De hecho yo puse ocho opciones o frases para aquellas personas que respondieron separar sus residuos a veces o nunca. La que tuvo mayor peso es porque “he observado que el camión de la basura mezcla todas las fundas indistintamente aun cuando hayan sido separadas previamente. La segunda porque no se a quien entregar o donde dejar y la siguiente, porque no veo los resultados y no tengo suficiente espacio en la casa para tener tantos tachos.

G: Ah, eso también pasa. Ahora mira, yo te puedo decir que de las encuestas que hiciste es mucho el tema de percepción de la gente.

A: Claro.

G: Cuando tu ya le brindas el servicio, y si vuelves a hacer las encuestas capaz te responden lo mismo, pero saben bien que existe ya un proyecto. Te pongo el mejor ejemplo, que algún rato dentro de tu tesis lo puedes hacer: el Condado. Es todo, al inicio veías todo el Condado azul, las fundas azules y todo pero la gente simplemente no quiere apoyar. Tenemos un apoyo bajísimo. Toma en cuenta que es una urbanización cerrada, pensábamos ... no es que no haya recuperación, la hay pero no para lo que pensábamos obtener que pensamos era algo similar al Quito Tennis. Es una urbanización cerrada, controlada, controlamos también el número de recicladores que entran, era un proyecto que lo veíamos súper ganador. Pero la gente, “yo no le apoyo al Municipio”, “ustedes trabajarán para el Municipio”, “no me moleste porque yo duermo a esta hora”, “nunca más vuelva a timbrarme”, ... o sea unas actitudes de los ciudadanos, son terribles. Pero eso nunca te lo van a poner en una encuesta. Nunca te van a responder “porque no quiero”. Y eso que es una de las cosas que más veo en el proyecto, tu ya le das el servicio a la gente pero simplemente la gente no quiere. No quiere. Hemos repartido los volantes, hemos estado atrás de la gente pero algunos dice no quiero, no leí, no me interesa.

A: Si, de hecho unas de las preguntas que hice en la encuesta es si considera que tener una cultura de reciclaje es importante, el 100% respondió que sí. Pero es importante que lo haga alguien más, es un tema de empoderamiento, de “yo lo voy hacer, voy a darme el trabajo de separar y de lavar y de limpiar de entregar. Yo justamente me basé en la percepción de la gente, cómo perciben a los recicladores, cómo perciben el servicio. Y justamente esa es una de las preguntas que quiero hacerte. EMASEO ha hecho alguna vez encuestas de satisfacción ciudadana o del cliente con respecto al Servicio de Recolección Selectiva y ... (*)

G: Sabes que no sé, no estoy muy segura si lo han hecho. Ahorita no, o sea nosotros tenemos un teléfono 1-800 que es nuestro canal de quejas de sugerencias, y eso puede ser un buen indicador para ver cómo va la gente pero que yo sepa que en este último año se haya hecho una encuesta específica de satisfacción, no creo.

A: Si, me encantaría si tienen algún estudio del tema, de algún momento...

G: No sé la verdad pero podría averiguarte. Tal vez. No estoy muy segura de eso.

A: Bueno ya vimos el tema las actividades, la capacitación, las modalidades...

G: Seguimos como te decía con el plan en las zonas contenerizadas con los recicladores, pero si, tenemos que darle más fuerte a la comunicación.

A: Es lo más difícil porque es costoso y permanente.

G: Permanente sobre todo porque tu piensas que haces una red y después de 3 meses resulta que la gente se olvidó o llega un nuevo vecino al sector y el no sabe, entonces si no estas todo el tiempo. Por ejemplo el Quito Tennis tenía sus

vallas que decían, que dicen “Los Martes reciclamos” entonces como que la gente... la participación de ellos ha sido importante.

A: Si, vi en los indicadores que es uno de los barrios donde más material se recupera, impactó bastante el tema de las fundas. Conversando con la gente muchos decían si compro las fundas convencionales de basura, nadie va a diferenciar entonces...

G: Claro, queremos ver también ver, estábamos hablando con los supermercados, ver si se puede tener fundas azules, que la gente pueda decir compro mis funditas negras pero también las azules.

A: O inclusive ir más allá, que al comprar las fundas negras, estén incluidas fundas de color...

G: Hay otros lugares que financian el tipo de recolección con la venta de las fundas. Pero bueno, para llegar a eso, necesitamos también más temas de normativa, para qué? Para que la gente esté obligada a hacerlo, nosotros ahorita nos hemos ido en el proyecto por un tema más como positivo, de hágalo, ayude al reciclador. No nos hemos ido por el tema de sanciones, pero ahí si podríamos hablar con el supermercado para que haya a disposición de la gente y siempre saquen esas fundas. No nos hemos ido todavía por ese lado.

A: Qué tan conveniente es por ejemplo el entregar todo el material reciclable, pero mezclado. Por ejemplo en la misma bolsa: vidrio, cartón ...

G: Eso es lo que le pedimos a la gente, eso es. Por qué? Porque no llegamos todavía no llegamos a una cultura tan avanzada como en otros países para que la gente separe el vidrio, el papel, plástico. Le pedimos simplemente diferencie usted estos residuos básicos y eso póngalos aparte. Los recicladores ellos son los que

se encargan, esa es su especialidad, su formación, para eso están trabajando ellos años de años, ellos saben diferenciar el residuos, esto lo pongo aquí acá y lo vendo de esta manera. Entonces ahí está el plus que da el reciclador, ese es su trabajo, y eso es lo que debe reconocer la gente. Usted separa pero yo me voy a encargar de hacer todo este es trabajo.

A: Se paga una tarifa por recolección de basura en la factura de luz eléctrica, a través de la empresa eléctrica, qué cubre esa...?

G: No cubre reciclaje y por eso mismo nosotros aun estamos, si bien damos este servicio de reciclaje, no tenemos considerado el reciclaje como un servicio, sino que lo manejamos como proyecto y por eso está todavía aún en algunos sectores. El rato que quisiéramos masificarlo, es imposible porque no nos alcanzaría la plata. Nosotros cubrimos con la tasa, ni siquiera el 100% de la recolección, del transporte y de la disposición final. Toma en cuenta que la disposición final debe también extraer lixiviados y tratar gases de la composición y eso tiene también costos súper elevados. Tenemos también dos estaciones de transferencia, porque si no fuera también imposible llevar los residuos hasta El Inga, entonces las dos estaciones también son costos. Manejamos todos los residuos con toda nuestra flota vehicular, personal, choferes, mantenimiento del vehículo ... es realmente, el manejo de residuos es muy costoso para lo que la gente paga. No, no se compensa. Reciclaje ni siquiera está incluido y esa es una de las cosas pendientes que tenemos que hacer. En algún momento la gente debe responsabilizarse, tener un pago de esto, y tal vez ahí podríamos entregar las fundas siempre, pero ahora no es algo que tenemos contemplado dentro del servicio.

A: Bueno, de hecho yo me interesé por el tema porque casualmente hice el Tour de la Basura. Era por un tema de la escuela de mi hija, y ahí me enganché en el tema, me apreció interesante y que es una buena manera de comunicar y dar a

conocer toda la complejidad del proceso. Porque los ciudadanos dejamos la funda de basura en la vereda y ahí se acabó el tema, hasta ahí llegó la responsabilidad y no conoces todo lo que hay detrás para procesar los residuos.

G: Aquí en la página web puedes ver lo de los 18 barrios, los horarios de recolección, etc.

A: Justo hace un año le entrevisté a un señor de la Administración Zonal de La Delicia, me decía que para incorporar un nuevo gesto ambiental se necesitaba de 2 toneladas...

G: Para que puede justificarse y al menos gane un (sueldo) básico. Nuestros CEGAM, llegan ya la mayoría a ganar un básico, pero imagínate lo complejo. Hay estudios que dicen que el reciclador en promedio gana menos de 200 dólares.

Le puedo pasar? Mira hay este estudio del 2012, que es "Identificación de las necesidades de la ciudadanía sobre el manejo de residuos"

A: Hay perfecto

G: Claro y aquí, ya me acuerdo, si hay preguntas respecto del reciclaje.

A: Muchas gracias. Me ayuda mucho. Y tienen supongo como parte del proyecto un presupuesto destinado para lo que es comunicación?

G: Si, es bajo ahorita, este año es bajísimo pero si hemos logrado hacer ciertas cosas y más que nada nos movemos con nuestro departamento de comunicación, redes sociales y twitter. Pero el presupuesto es bajísimo para los volantes y ahorita estamos como locos buscando voluntarios que necesitamos ya empezar

en las zonas mecanizadas a capacitar a la gente, con el puerta a puerta, pero no tenemos gente, no tenemos voluntarios, estamos escasísimos.

A: Muchísimas gracias Geovanna, por tu tiempo.

Anexo 5 : Encuesta de percepción

Encuesta sobre la Cultura de Reciclaje

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las percepciones de la ciudadanía respecto de la basura y su rol dentro de la cadena de reciclaje para la realización de un Plan Estratégico de Comunicación.

Instrucciones:

- Lea atentamente cada pregunta, analice y conteste.
- De antemano se agradece su colaboración.

Datos Generales



Edad _____ Actividad _____



Barrio en el que reside: _____ Miembros del hogar - Total: _____

Edades: _____

Encuesta

1. ¿Conoce qué es el servicio de recolección selectiva? Si No
- Si su respuesta es positiva, explique brevemente: _____

2. ¿Está disponible este servicio en su barrio? Si No No conoce

3. En su hogar, ¿separan la basura del material reciclable en tachos distintos?
- Siempre Frecuentemente A veces Nunca

Si su respuesta es afirmativa, ¿hace cuánto tiempo empezó a reciclar?

Años Meses Días Cuántos: _____

4. Si su respuesta en la pregunta anterior es A veces o Nunca, marque la **principal razón** por las cuál no siempre separa la basura:

- No tengo suficiente información sobre qué ni cómo se debe reciclar adecuadamente.
- Me representa demasiado esfuerzo y resulta complicado reciclar.
- He observado que el camión de la basura mezcla todas las bolsas indistintamente.
- No me interesa separar la basura.
- El reciclaje es una moda pasajera.
- No sé dónde dejar o a quién entregar el material reciclable.
- No tengo suficiente espacio en casa para usar distintos tachos de basura.
- No veo resultados concretos como consecuencia del reciclaje.

5. ¿En su hogar, alguna persona ha recibido capacitación en temas de reciclaje?
Sí No No conoce
Si su respuesta es Sí, especifique dónde ha recibido capacitación: _____
6. ¿Ha visto recicladores en su barrio escarbando en la basura?
Siempre Frecuentemente A veces Nunca
7. ¿Conoce a los recicladores de su barrio?
Sí No
8. ¿Por qué cree usted que realizan esta actividad? Marque la opción que considera correcta.
 Buscan restos de comida y otros objetos para subsistir.
 Buscan cartón y otros materiales reciclables como sustento económico.
 Separan los residuos sólidos reciclables en beneficio del medio ambiente, los Municipios y la ciudadanía.
9. ¿Cómo percibe usted el trabajo que realizan los recicladores?
Positivo Negativo Indiferente
¿Por qué? _____
10. ¿Conoce usted qué es la Cadena de Reciclaje?
Sí No
Si su respuesta es positiva, explique brevemente: _____

11. ¿Quién considera usted es el **principal responsable del manejo** de Residuos Sólidos en Quito?
Ciudadanos Recicladores Municipio (EMASEO EP)
12. Según su criterio ¿quién es el **principal responsable de la clasificación y separación** de Residuos Sólidos residenciales?
Consumidores Recicladores Municipio (EMASEO EP)
13. En Quito, ¿quién cree usted **recupera la mayor cantidad** de material reciclable? Marque uno.
Ciudadanos Recicladores Municipio (EMASEO EP)

14. ¿Conoce usted que los ciudadanos de Quito pagan un impuesto por la recolección de basura a través de la factura de luz eléctrica?
Si No
15. Defina ¿qué es basura? _____

16. Considera usted que la cultura de reciclaje:
Es importante No es importante ¿Por qué? _____

17. ¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación sobre reciclaje?
Muy satisfecho Algo satisfecho Nada satisfecho
18. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse respecto a temas de reciclaje?
 Medios masivos de comunicación (TV, radio, prensa, publicidad)
 Medios digitales (redes sociales, correo electrónico, SMS)
 Espacios urbanos (señalización, vallas, contenedores, puntos limpios)
 Todos los medios
19. ¿Considera usted que los ciudadanos tienen conciencia de la importancia del reciclaje?
Si Algo No
20. ¿Cree usted que los niños y jóvenes están siendo educados adecuadamente respecto a la importancia del reciclaje?
Si Algo No

Muchas gracias por su tiempo.

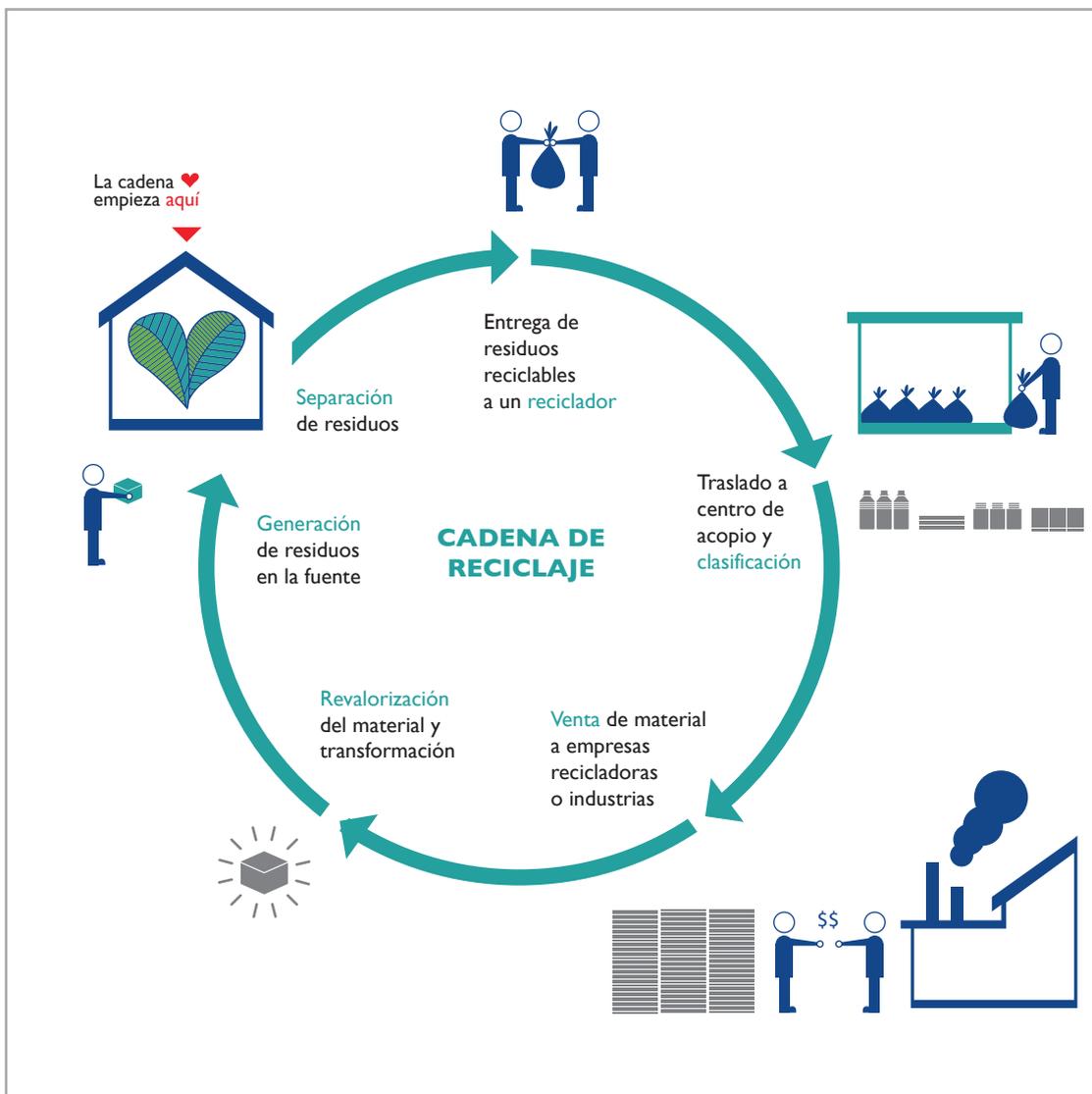
Anexo 6 : Producto 1 - Acción 1.1.1 - Folleto “No le llames basura”



No lo llames basura
Cuando separas tus residuos, das mucho más de lo que crees.

IRR Iniciativa Regional para
el Reciclaje Inclusivo





No todo lo que desechas es basura. Gran parte de los envases y empaques que compras son reciclables, además de una fuente de ingresos para muchos ciudadanos.

Además en Quito, existe la Ordenanza 332, que establece la obligatoriedad que tienen los ciudadanos de **separar sus residuos sólidos** en la ciudad, aún cuando no exista un servicio del municipio disponible en su zona., y entregar el material limpio y seco a un reciclador.

Esta es una guía para aprender a separar los residuos y diferenciar lo que es y lo que no es basura.



En Quito trabajan más de **3.400** recicladores recolectando material de reciclaje como sustento diario. Más del **90%** lo hace de manera independiente, es decir **sin Seguro Social**, pese a que diariamente están expuestos a muchos riesgos y enfermedades al verse obligados a escarbar en la basura. Cerca del **70%** son mujeres quienes, junto a sus familias, deben llegar antes que los camiones de basura para tratar de recuperar la mayor cantidad de material. Deben recorrer grandes distancias, cargando o arrastrando el material que recuperan. Son, en su mayoría, los que menos ingresos perciben en la **cadena de reciclaje**. Además sufren el rechazo y **exclusión** por parte de la sociedad. Su trabajo no es reconocido, y sin embargo, con su trabajo, ahorran al Municipio **miles de dólares** al año en recolección. En Quito, un **30%** de los hogares separa sus residuos sólidos siempre.

Cuando separas tus residuos, haces mucho más de lo que crees: Das **condiciones dignas de trabajo** a ciudadanos que día a día recolectan material reciclable de tu hogar. **Reconoces** el valor del trabajo que realizan los recicladores en beneficio tuyo y de toda la ciudad. Das la posibilidad de **revalorizar** material que no vas a usar más, y a los recicladores de ganar un sustento económico. Ayudas a **prolongar la vida** de los rellenos sanitarios de la ciudad. Cumples con la **Ordenanza 332** que establece la obligación de los ciudadanos de separar sus residuos y entregar a un reciclador. Te conviertes en un ejemplo para tu familia y ayudas a promover una **cultura de reciclaje** en Quito.

Para que el Municipio pueda incorporar a un reciclador a sus Centros de Educación y Gestión Ambiental, requiere de **6 toneladas** por mes. Cuando separas tus residuos, das **oportunidades**.

Vidrio

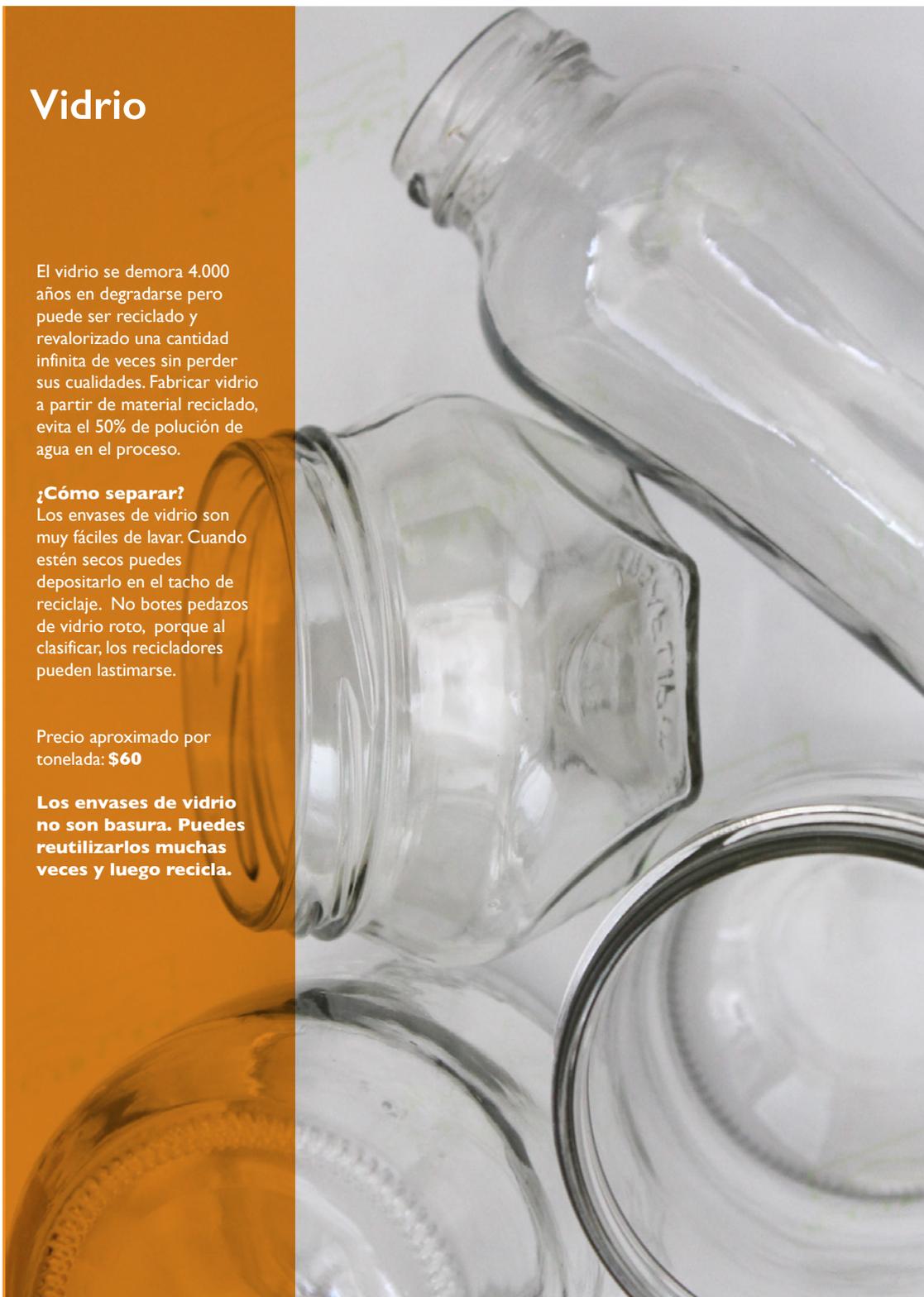
El vidrio se demora 4.000 años en degradarse pero puede ser reciclado y revalorizado una cantidad infinita de veces sin perder sus cualidades. Fabricar vidrio a partir de material reciclado, evita el 50% de polución de agua en el proceso.

¿Cómo separar?

Los envases de vidrio son muy fáciles de lavar. Cuando estén secos puedes depositarlo en el tacho de reciclaje. No botes pedazos de vidrio roto, porque al clasificar, los recicladores pueden lastimarse.

Precio aproximado por tonelada: **\$60**

Los envases de vidrio no son basura. Puedes reutilizarlos muchas veces y luego recicla.



Botellas PET

En el mercado de reciclaje, el precio de las botellas PET se mantiene estable y es el material mejor remunerado. Este material permite a los recicladores generar mayores ingresos y la posibilidad de una planificación mensual, ya que la venta les provee de un colchón económico. El consumo de botellas plásticas desechables es bastante elevado.

¿Cómo separar?

Solamente enjuaga las botellas y déjalas secar. Deposítala en el tacho de reciclaje cuando estén limpias y secas.

Precio aproximado por tonelada: **\$700**

Las botellas PET no son basura. Reutilízalas las veces que puedas y luego recicla.





Plásticos duros

Utilizamos gran cantidad de productos que vienen en envases plásticos y pueden demorarse entre 100 y 1.000 años en degradarse. Gran parte de este material es reciclable. Es necesario únicamente lavar los recipientes porque los recicladores conocen como clasificarlos.

¿Cómo separar?

Lava los recipientes junto a tu vajilla, déjalos secar y colócalos en el tacho del reciclaje.

Precio aproximado por tonelada: **\$250**

Los envases plásticos y muchos juguetes no son basura.

Plásticos suaves

Las fundas plásticas que llegan a los océanos matan cerca de 1,000,000 de animales marinos cada año. Una funda se demora hasta 150 años en degradarse.

Casi todo lo que compramos lo entregan en fundas plásticas pero muy pocas veces reutilizamos o guardamos una funda. Por ello terminan rápidamente en el tacho de basura.

Si entra en la cadena de reciclaje, se utiliza el 100% del material para transformarlo nuevamente.

¿Cómo separar?

Separa las fundas plásticas que, al halar de los extremos, se estira. Si la funda se rasga como papel, no es reciclable. Algunos ejemplos de envoltorios no reciclables son el papel celofán o los empaques de galletas.

Precio aproximado por tonelada: **\$300**

Las fundas plásticas no son basura. Reutilízalas las veces que puedas y luego recicla.





Latas y chatarra

Se requiere 95% menos energía y agua para reciclar una lata que para producir una nueva con materia virgen. La chatarra es clasificada en metales ferrosos y no ferrosos por los recicladores.

¿Cómo separar?

Ten cuidado al colocar metal que pueda lastimar a los recicladores. Cuando compres enlatados, lávalos con tu vajilla y colócalos en el tacho de reciclaje cuando estén limpios y secos.

Precio aproximado por tonelada de enlatados: **\$110**

Las latas de aluminio no son basura. Deben estar limpias y secas.

Tetrapak

En Quito hay empresas que aprovechan el 100% del material de los envases tetrapak, separando el cartón de la capa plástica y de aluminio para transformarlos en otros productos.

¿Cómo separar?

Lava el envase y déjalo secar.
Coloca el tetrapak aplastándolo para que no ocupe mucho espacio.

Precio aproximado por tonelada: **\$30**

Los envases de tetrapak no son basura. Deben estar limpios y secos.



Papel

Los recicladores separan el papel en tres grupos: papel periódico, papel bond impreso y archivo de color; que incluye revistas y hojas volantes. Además hacen el trabajo de separar los anillos de cuadernos, carpetas plásticas y portadas de libros.

¿Cómo separar?

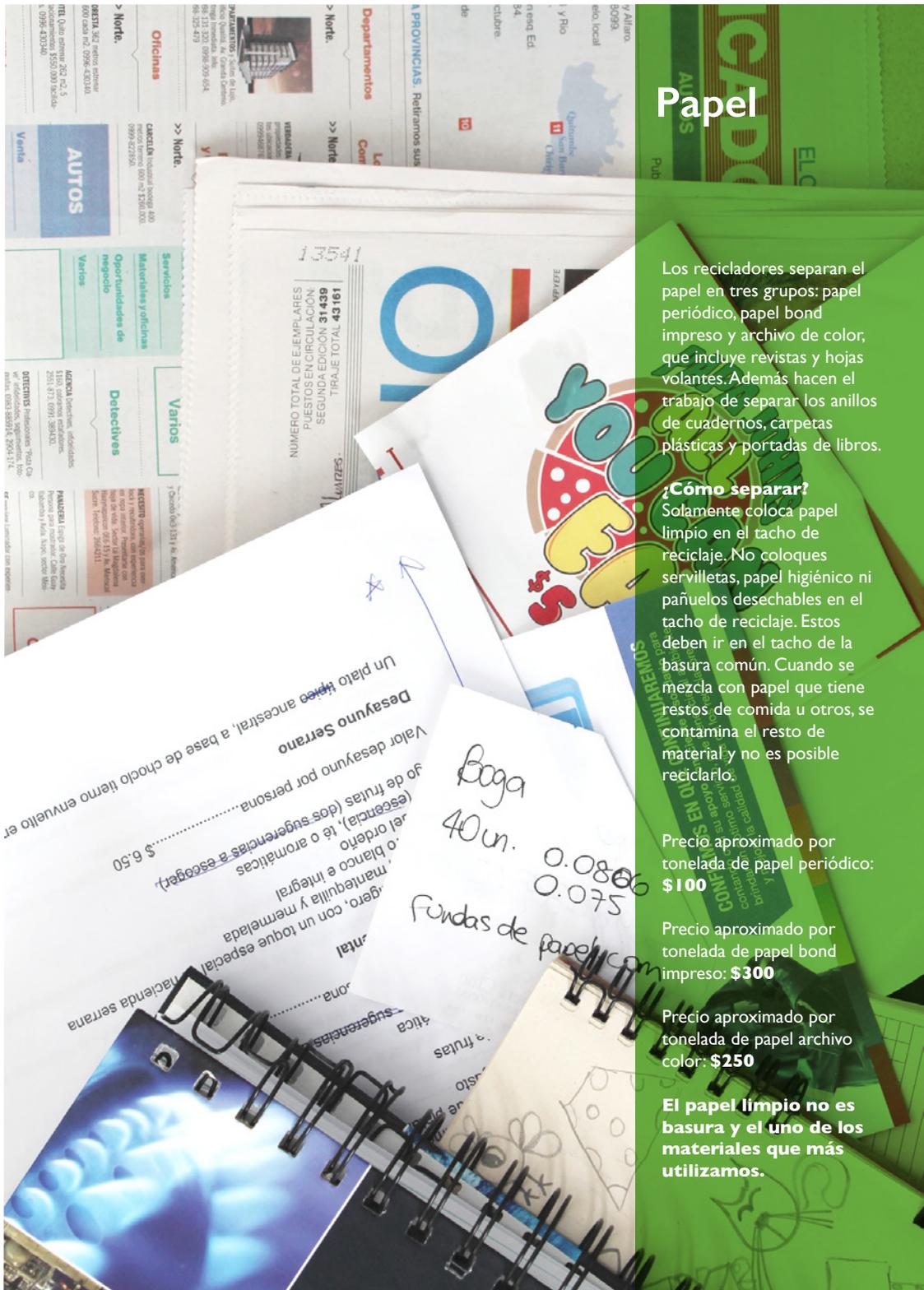
Solamente coloca papel limpio en el tacho de reciclaje. No coloques servilletas, papel higiénico ni pañuelos desechables en el tacho de reciclaje. Estos deben ir en el tacho de la basura común. Cuando se mezcla con papel que tiene restos de comida u otros, se contamina el resto de material y no es posible reciclarlo.

Precio aproximado por tonelada de papel periódico: **\$100**

Precio aproximado por tonelada de papel bond impreso: **\$300**

Precio aproximado por tonelada de papel archivo color: **\$250**

El papel limpio no es basura y el uno de los materiales que más utilizamos.





Ubica quien es el **reciclador**
de tu barrio y entrega tus
residuos limpios y secos.



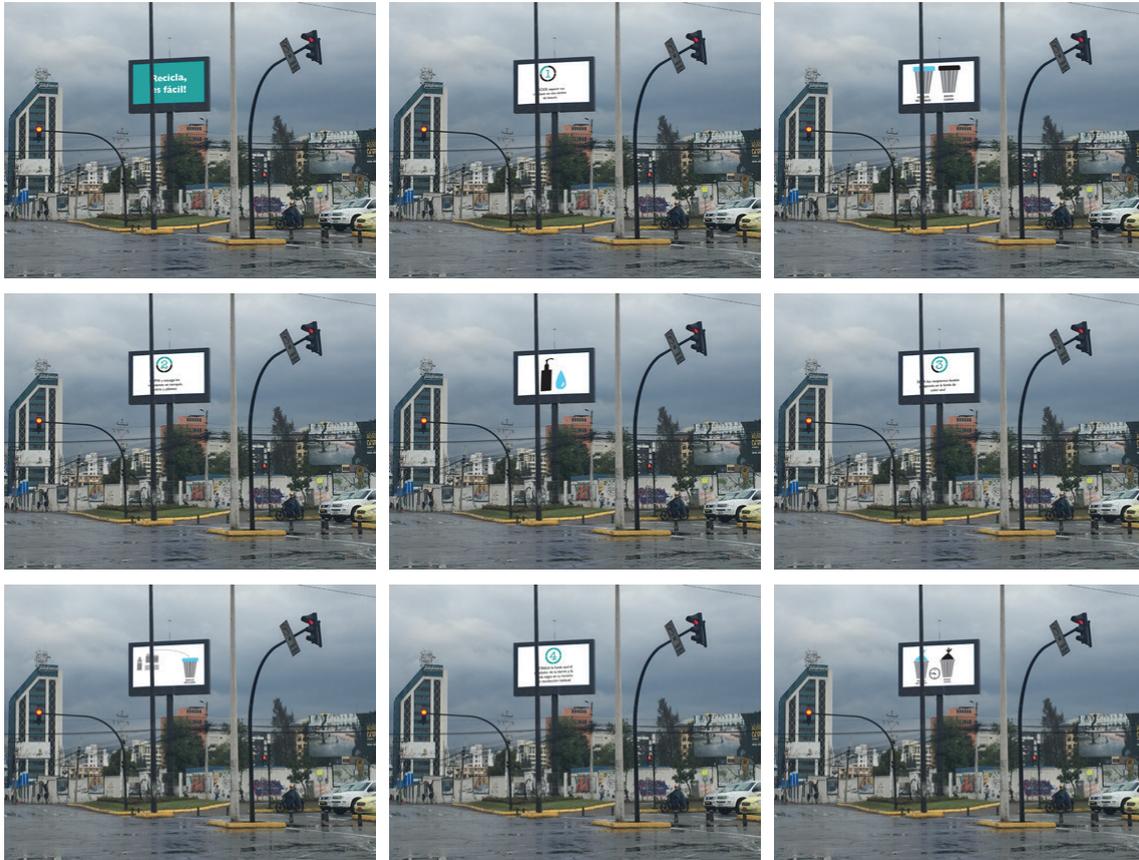
Para más información visita [reciclaejoinclusivo.org](http://www.reciclaejoinclusivo.org)

<http://www.recycleacrossamerica.org/recycling-facts>

Anexo 7 : Producto 2 - Acción 1.1.2 - Edición especial Coca-Cola, Pepsi



Anexo 8 : Producto 3 - Acción 1.2.1 - Spot “Recicla, es fácil”



Recicla, es fácil!

1 DECIDE separar tus residuos en dos tachos de basura



RESIDUOS RECICLABLES

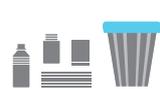


BASURA COMÚN

2 LIMPIA y enjuaga los recipientes en tetrapak, vidrio y plástico



3 SECA los recipientes lavados y deposita en la funda de color azul



RESIDUOS RECICLABLES

4 ENTREGA la funda azul al reciclador de tu barrio y la funda negra en tu horario de recolección habitual



RESIDUOS RECICLABLES



BASURA COMÚN



Anexo 9 : Producto 4 - Acción 1.3.1 – Basureros “Si separamos, ganamos todos”



Restos de alimentos



Restos de bebidas



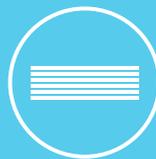
Envases de alimentos



Pañuelos desechables



Botellas PET y plásticos



Papel periódico o bond, folletos, volantes



Envases de vidrio (no roto)



Envases de cartón

Anexo 10 : Producto 5 - Acción 1.4.1 - Fundas diferenciadas

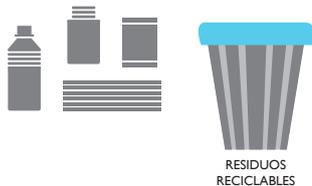


Anexo 11 : Producto 6 - Acción 1.4.2 - Flyer instructivo fundas diferenciadas

Recicla, es fácil!

Vas a necesitar

- 2 tachos de basura
- 1 paquete de fundas de basura
- decisión para empezar hoy



Preparación:

Para separar tus residuos sigue estos 4 pasos:



DECIDE

Inicia con la decisión de empezar a reciclar hoy y junta 2 tachos de basura. En este paquete de fundas encontrarás 5 fundas negras y 5 fundas azules. Coloca una funda de cada color en cada tacho de basura.



LIMPIA

Lava y enjuaga los recipientes, botellas y envases de tetrapak, plástico, vidrio y enlatados que hayas utilizado. Separa el cartón que tenga grasa o comida pegada de los empaques limpios.



SECA

Déjalos secar y colócalos en la funda color azul.



ENTREGA

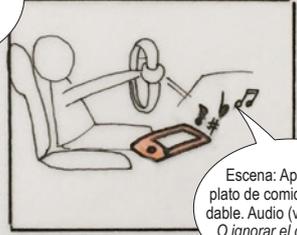
Entrega el material reciclable al **reciclador de tu barrio** y la basura común en tu horario regular de recolección.

¿Dónde encuentro al reciclador de mi barrio?



<https://renarec.wordpress.com/>
redrecicladoresecuador@gmail.com

Anexo 12 : Producto 7 - Acción 2.1.1 - Storyboard spot publicitario “Es ahora”

<p>Tomamos decisiones importantes todo el tiempo...</p>	<p>...muchas veces decisiones vitales, por nuestro propio bien...</p>	 <p>Escena: Aparece una mano apagando el cigarrillo. Audio (voz en off): Como dejar de fumar</p>
 <p>Escena: Aparece un plato de comida saludable. Audio (voz en off): Elegir comida más saludable</p>	 <p>Escena: Aparece una persona ejercitándose. Audio (voz en off): O empezar a hacer deporte</p>	<p>... y el bien de otros.</p>
 <p>Escena: Una mano entrega llaves del automóvil. Audio (voz en off): No manejar si hemos bebido</p>	 <p>Escena: Aparece un plato de comida saludable. Audio (voz en off): O ignorar el celular al conducir</p>	<p>Ahora es momento de tomar otra decisión importante!</p>
<p>Es momento de separar tus residuos...</p>	 <p>Escena: Persona con dos tachos de basura. Audio (voz en off): Separa el material de reciclaje de la basura común</p>	<p>... y entregárselo al reciclador de tu barrio!</p>
 <p>Escena: Persona dejar la bolsa negra en la vereda y entrega la azul al reciclador. Audio (voz en off): Es responsabilidad de todos!!</p>	<p>Apoya el Reciclaje Inclusivo</p>	

Anexo 13 : Producto 8 - Acción 3.1.2 - Afiche concurso de diseño y reciclaje

Si tendrías que llevar todo esto, ¿cómo lo harías?

CONCURSO DE DISEÑO

Participa en el concurso de diseño industrial facilitar el trabajo de los recicladores en Quito.

El concurso es impulsado por la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, y permite a equipos interdisciplinarios de hasta tres integrantes, diseñar propuestas que faciliten la recolección y traslado de material reciclable en la ciudad.

Podrán participar con una sola propuesta por grupo, estudiantes universitarios, estudios, agencias y profesionales independientes.

Premio: \$15.000.00 (quince mil dólares americanos) para capital semilla de la fabricación del diseño ganador, los mismo que serán utilizados por la RENAREC.

Valor de la inscripción: \$55.00
10% de descuento en la inscripción:
hasta el 30 de Mayo de 2017
Fecha límite de inscripción:
hasta el 30 de Junio de 2017
Selección de la propuesta ganadora:
31 de Agosto de 2017

Para más información visita
<http://reciclajeinclusivo.org/concurso/movilidadQuito>



IRR Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo

Anexo 14 : Producto 9 - Acción 3.2.1 - Campaña “Rostros al servicio de tu ciudad”

Rostros
al servicio de tu ciudad



Franklin Sánchez
45 años
Recolector EMASEO EP
Sueldo promedio: \$ 670

Barrio Quito Tennis Quito, Agosto 2017

Rostros
al servicio de tu ciudad



Gloria Morán
33 años
Policía Nacional UPC El Condado
Sueldo promedio: \$ 900

Barrio Quito Tennis Quito, Agosto 2017

Rostros
al servicio de tu ciudad



Gonzalo Egues
44 años
Ingeniero EEQ
Sueldo promedio: \$ 750

Barrio Quito Tennis Quito, Agosto 2017

Rostros
al servicio de tu ciudad



Aida Gómez
76 años
Recicladora CEGAM La Delicia
Sueldo promedio: \$ 218

Barrio Quito Tennis Quito, Agosto 2017

Anexo 15 : Producto 10 - Acción 3.2.3, 3.2.4, 3.2.5 - Logotipo distintivo y aplicaciones

Logotipo

Distintivo diseñado para promover la separación y entrega de RSR.
Versión a color y blanco y negro.
Diseño de aplicaciones.



Adhesivo

Entregado puerta apuerta en domicilios que se comprometen a entregar sus residuos reciclables al reciclador de su barrio.

Carné de identificación

Entregado en RENAREC a recicladores que se registren en la sede.

