



# REPORTE DE AUDITORÍA DE MARCA 2023 GALÁPAGOS

ELABORADO POR: ING. MARINA REYES ORTIZ





Las acciones de Mingas por el Mar van más allá de la simple limpieza costera; recientemente hemos llevado a cabo una investigación en un lugar emblemático como **las Islas Galápagos**, considerada una maravilla natural. Este estudio se enfocó exclusivamente en la problemática de la basura plástica, formando parte de una iniciativa de alcance global que arrojó resultados reveladores sobre las marcas asociadas con la **contaminación por plásticos**.





**EN LA ACTUALIDAD, LAMENTABLEMENTE, LA BASURA SE HA NATURALIZADO EN ESTOS ENTORNOS; ES DECIR, SE HA VUELTO PARTE DEL PAISAJE. LA CANTIDAD ES TAN ABRUMADORA QUE MUCHAS VECES ADQUIRIMOS PRODUCTOS SIN SER CONSCIENTES DE QUE ESTAMOS CONTRIBUYENDO AL CICLO DE PRODUCCIÓN DE ESTAS MEGACORPORACIONES, LAS CUALES GENERAN UN IMPACTO AMBIENTAL NEGATIVO EN SU AFÁN DE MAXIMIZAR SUS GANANCIAS.**

### *¿Qué son las auditorías de marca?*

Las auditorías de marca son una herramienta de ciencia ciudadana utilizada estratégicamente para identificar las empresas que más contribuyen a la contaminación por plásticos y para exigirles que asuman responsabilidad por los productos y envases que introducen en el mercado. En colaboración con la organización "Break Free From Plastic", este año estamos recopilando datos sobre las marcas más consumidas en nuestro país.

### *¿Por qué hacer las auditorías de marca?*

Uno de nuestros objetivos es evidenciar que, a pesar de que Ecuador cuenta con una ley vigente para regular el uso de plásticos de un solo uso, seguimos encontrando productos de este tipo en el mercado. Ejemplos de estos productos incluyen bolsas y envoltorios plásticos de un solo uso, envases de plástico desechables para bebidas y alimentos, recipientes de polietileno, así como vajillas, cucharas y sorbetes de plástico de un solo uso.



# AGRADECIMIENTO

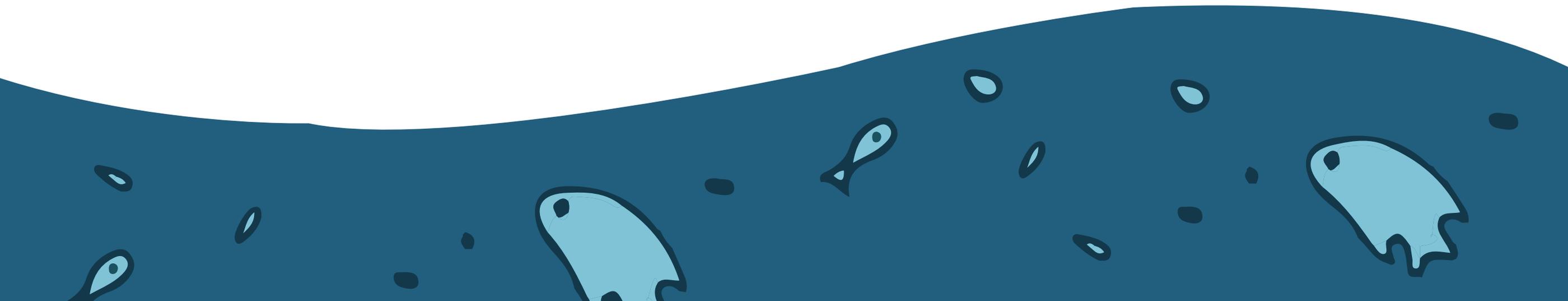
El progreso continuo y el impulso para crecer que hemos experimentado son el resultado del compromiso y la dedicación de nuestros voluntarios, quienes se suman día tras día para abordar el creciente problema de la **contaminación plástica**.

En **Mingas por el Mar**, nos enorgullece contar con un equipo tan comprometido en la realización de actividades que involucran a la ciudadanía en la solución de esta problemática.

El éxito de nuestro trabajo se debe en gran medida a los **líderes y voluntarios** que contribuyen con su acción y participación en la ciencia ciudadana, utilizando metodologías para recopilar datos. Es importante destacar el papel fundamental de nuestra líder local, la Bióloga Sofía Green, quien, con el apoyo de SOA (Galápagos) y el club Molas de la fundación ECOS de Galápagos, logró obtener resultados significativos a partir de las marcas auditadas.



# AUDITORIA DE MARCAS MINGAS POR EL MAR 2022



Metodología  
otorgada por:

**#break  
free  
from  
plastic**



**3**  
Total de eventos



**1 (Puerto Ayora, Isla Santa Cruz)**  
Ciudades



**144**  
Productos

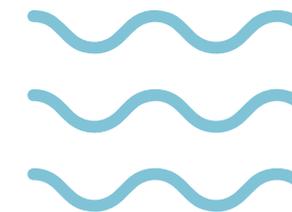


**54**  
Total de marcas



**29**  
Total de empresas matriz

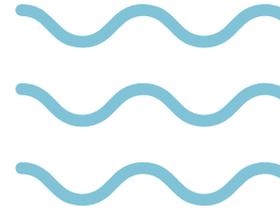
# LOS 10 PRINCIPALES CONTAMINADORES POR EMPRESA MATRIZ



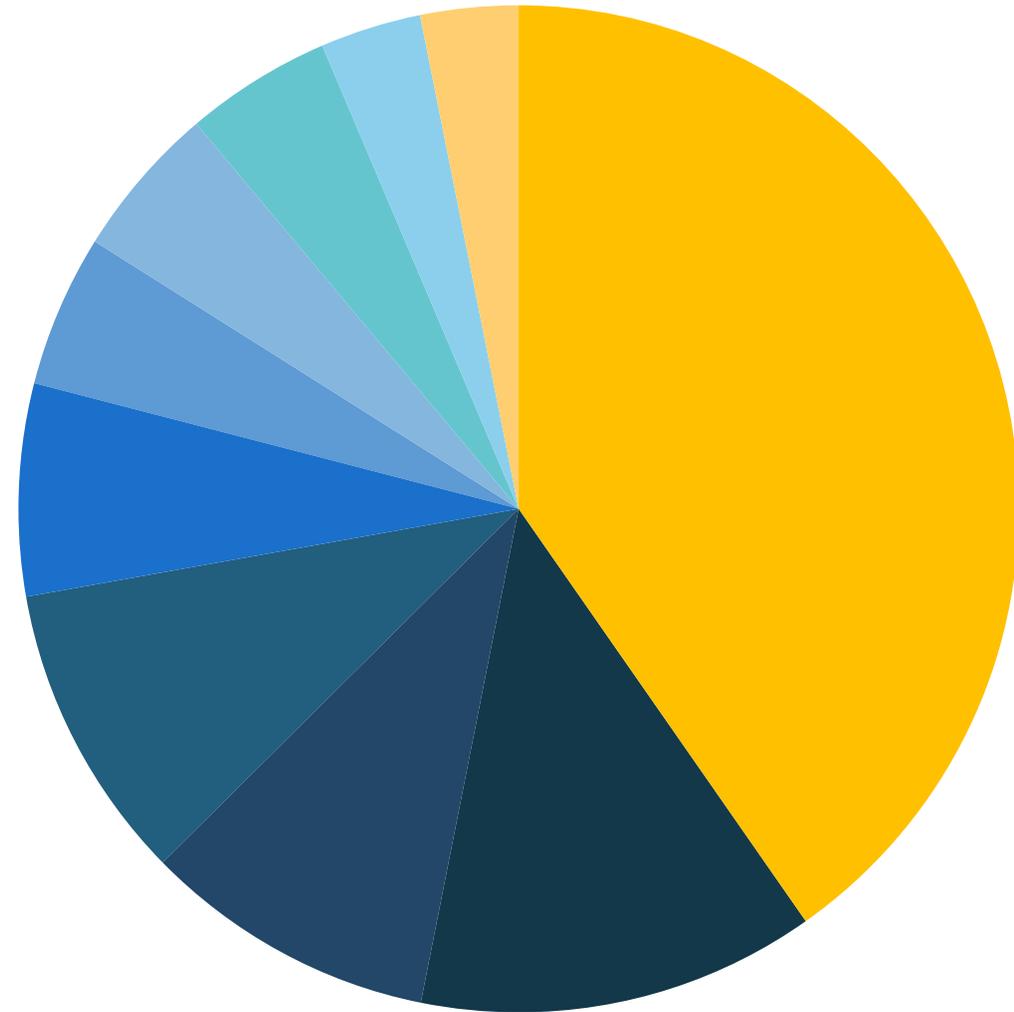
#	EMPRESA MATRIZ	RECUESTO TOTAL	% TOTAL
1	DESCONOCIDO	25	40,3%
2	NESTLÉ	8	12,9%
3	THE COCA-COLA COMPANY	6	9,7%
4	LA FABRIL	6	9,7%
5	INALECSA	4	6,5%
6	LOTTE CORPORATION	3	4,8%
7	AJEPER	3	4,8%
8	ARCOR	3	4,8%
9	LÁCTEOS SAN ANTONIO COMPAÑÍA ANÓNIMA	2	3,2%
10	KASTDALEN	2	3,2%

# REPRESENTACIÓN GRÁFICA

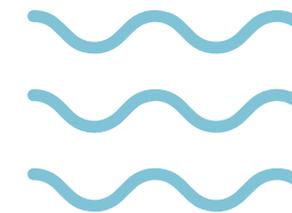
*Los 10 principales contaminadores por empresa matriz*



- **KASTDALEN** 3,2%
- **LÁCTEOS SAN ANTONIO** 3,2%
- **ARCOR** 4,8%
- **AJEPER** 4,8%
- **LOTTE CORPORATION** 4,8%
- **INALECSA** 6,5%
- **LA FABRIL** 9,7%
- **THE COCA-COLA** 9,7%
- **NESTLE** 12,9%
- **DESCONOCIDO** 40,3%



# RECuento TOTAL POR TIPO DE PRODUCTO



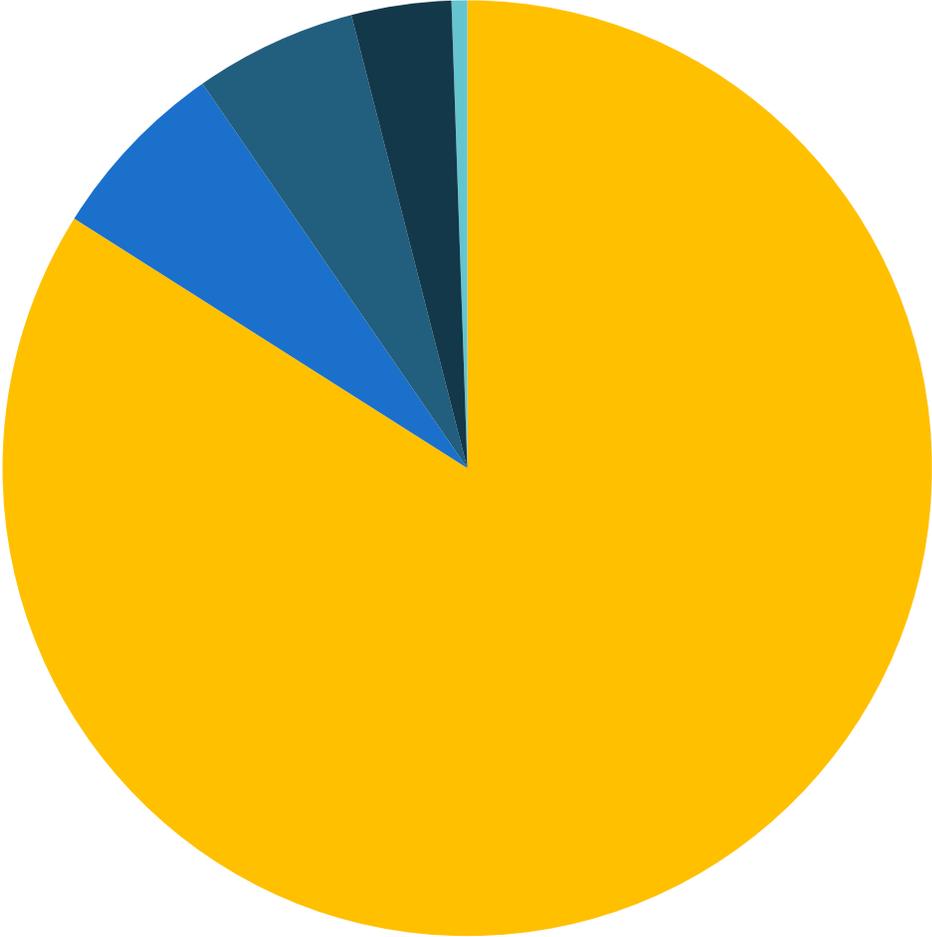
#	TIPO DE PRODUCTO	CUENTA TOTAL
1	FP- ENVOLTORIOS DE COMIDA (FOOD PACKING)	121
2	PC - CUIDADO PERSONAL (PERSONAL CARE)	9
3	O- OTROS (OTHRES)	8
4	SM- MATERIALES PARA FUMAR (SMOKING MATERIALS)	5
5	PM- MATERIALES DE EMBALAJE (PAKING MATERIAL)	1
6	FG- ARTÍCULOS DE PESCA	0

# REPRESENTACIÓN GRÁFICA

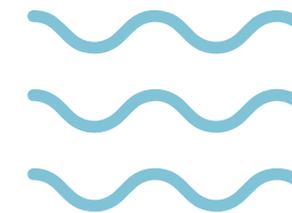
*Recuento total por tipo de producto*



- **SM** 3,5%
- **O** 5,6%
- **PC** 6,3%
- **FP** 84%



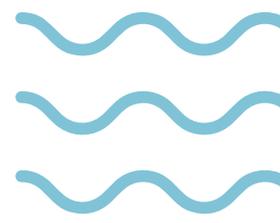
# RECuento TOTAL POR TIPO DE MATERIAL



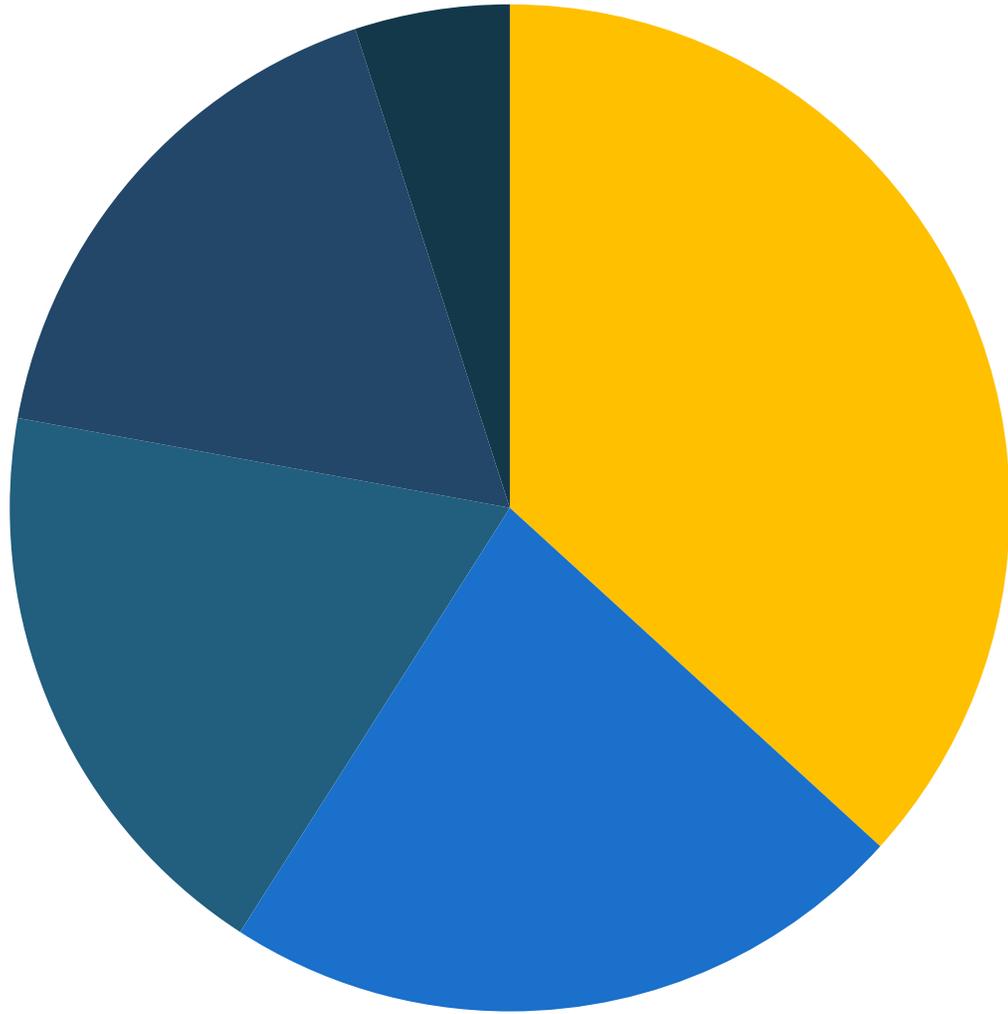
#	TIPO DE MATERIAL	CUENTA TOTAL
1	O (OTRO)	53
2	PET(1-TEREFTALATO DE POLIETILENO)	32
3	PP (POLIPROPILENO)	27
4	LDPE (POLIETILENO DE BAJA DENSIDAD)	25
5	HDPE (POLIETILENO DE ALTA DENSIDAD)	7
6	PS (POLIESTIRENO)	0
7	PVC (CLORURO DE POLIVINILO)	0

# REPRESENTACIÓN GRÁFICA

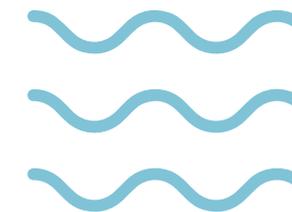
*Recuento total por tipo de material*



- **HDPE** 4,9%
- **LDPE** 17,4%
- **PP** 18,8%
- **PET** 22,2%
- **○** 36,8%



# RECUENTO TOTAL POR CAPA



#	LAYERS	CUENTA TOTAL
1	<b>SL (UNA CAPA)</b> Plástico flexible de una capa. Uso de embalaje y envoltorios, bolsa de polietileno.	<b>101</b>
2	<b>ML (MÚLTIPLES CAPAS)</b> Plástico adherido a otro material. Uso: sachet, cajas de leche y jugo, productos de cuidado personal.	<b>25</b>
3	<b>UNSURE</b>	<b>18</b>

# REPRESENTACIÓN GRÁFICA

*Recuento total por Capa*

## **SL: Single Layer**

Una capa- ej: plástico transparente y flexible.

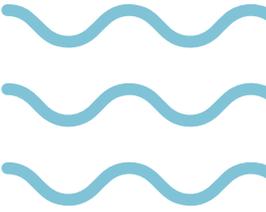
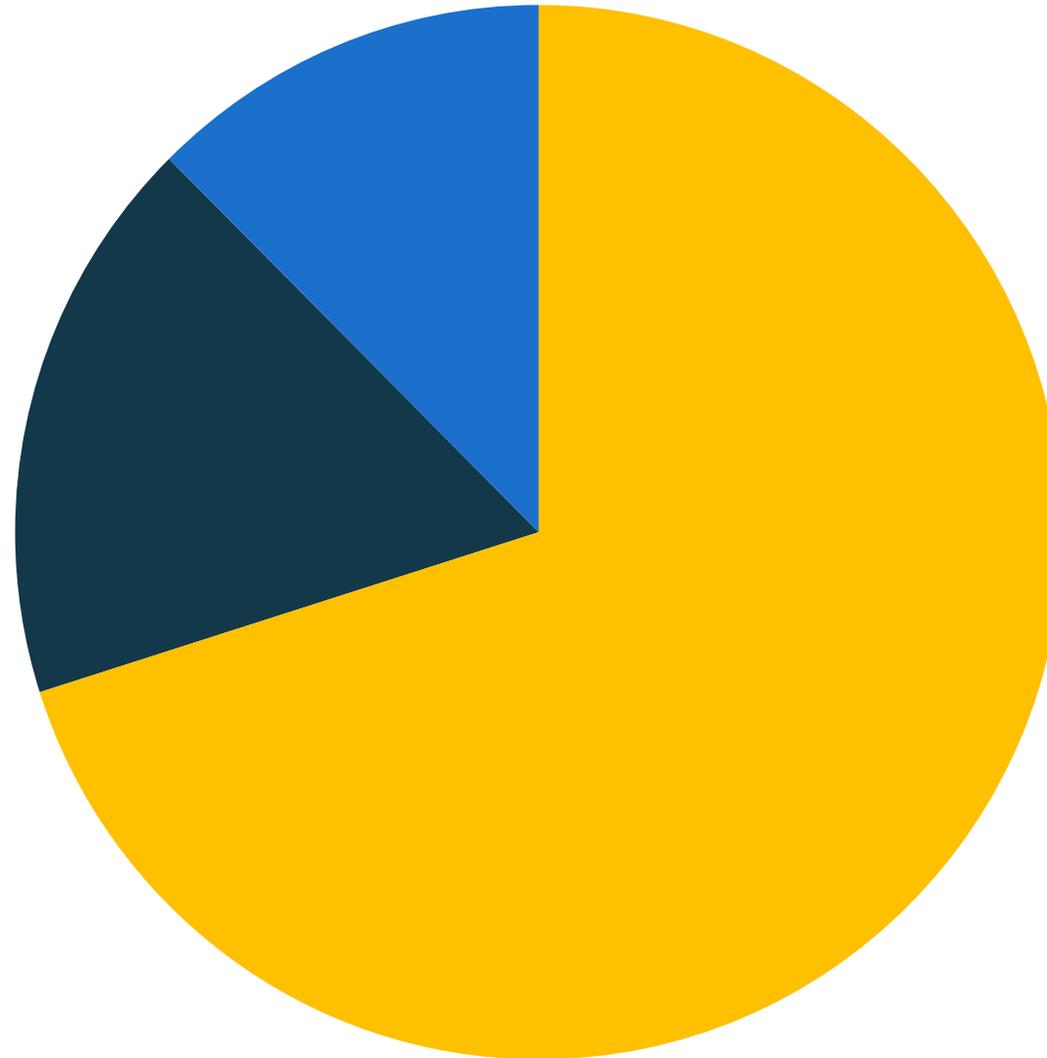
## **ML: Multilayer**

Ej: compuestos, laminados, sachets, tetrapack

● **UNSURE** 12,5%

● **ML/ MÚLTIPLES CAPAS** 17,4%

● **SL/ UNA CAPA** 70,1%



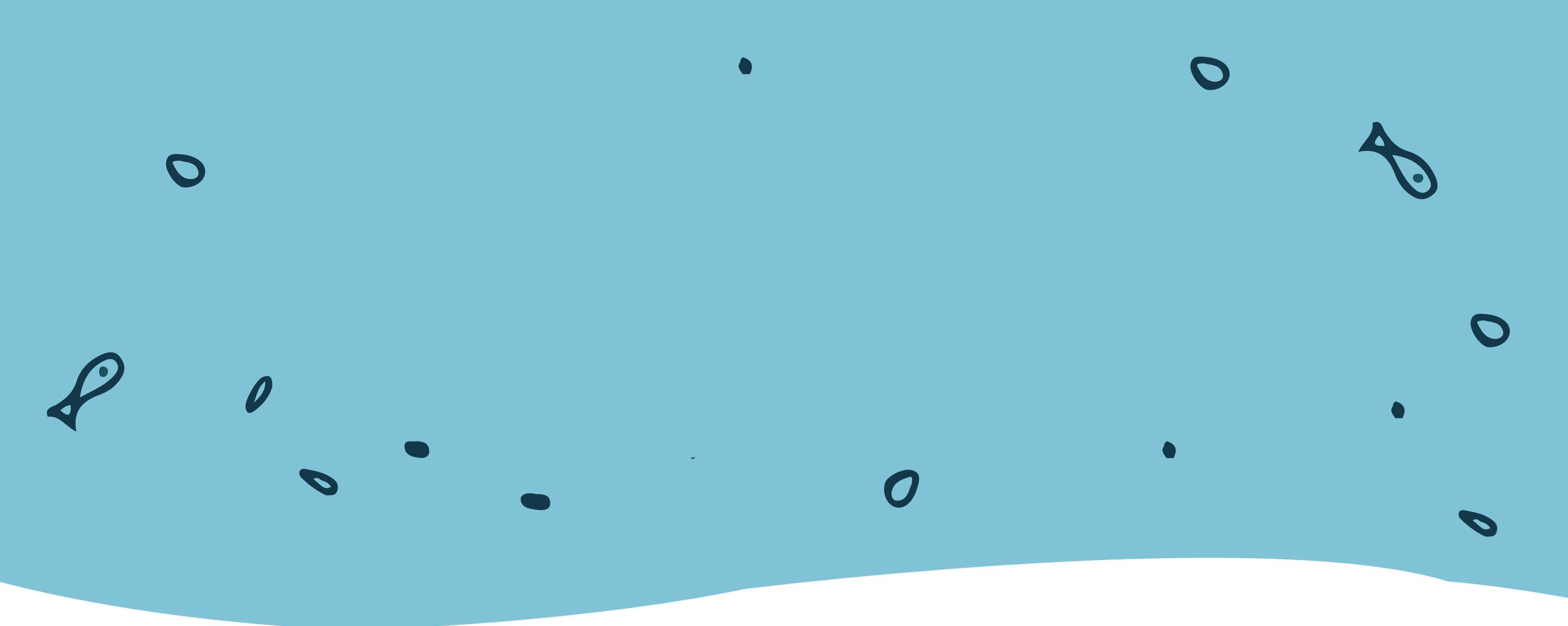
# CONCLUSIONES

Después de participar en dos talleres teórico-prácticos de Auditoría de Marca con la bióloga **Sofía Green**, seguidos de una sesión sobre el uso de redes sociales para generar un impacto positivo dirigido por **Alejandra Chiriboga**, los estudiantes han alcanzado resultados sorprendentes respecto a los productos plásticos más utilizados en sus hogares. Este proceso invita a una reflexión sobre nuestros propios hábitos que pueden ser modificados, al tiempo que responsabiliza a los fabricantes de plástico a través del mensaje de "**devolución de basura**", exigiendo un cambio desde su raíz.

Esta actividad marca un punto de inflexión al cambiar la narrativa que recae únicamente en el consumidor como responsable. Es hora de que los productores también asuman su responsabilidad y se solicite un cambio significativo.

**Esta acción colaborativa refuerza nuestro compromiso con la conciencia ambiental y la protección de nuestro planeta, reafirmando así nuestra determinación de trabajar en conjunto por un futuro más sostenible.**





## Más información

 [www.mingasporelmar.org](http://www.mingasporelmar.org)  
 [info@mingasporelmar.org](mailto:info@mingasporelmar.org)

  **@mingasporelmar**