



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Influencia de la responsabilidad social empresarial en la
competitividad del sector cartonero de la provincia del
Guayas.**

AUTORES

**Martillo Velasco José Francisco
Sandoya Mora Ariana Lissbeth**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciatura en Gestión Empresarial Internacional**

TUTOR:

Ing. MCE. Ramírez Lascano, Jessica Paola

**Guayaquil, Ecuador
21 de febrero del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Martillo Velasco José Francisco, Sandoya Mora Ariana Lissbeth**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTORA

f. 

Ing. MCE. Ramírez Lascano, Jessica Paola

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. 

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros: **Martillo Velasco José Francisco**
Sandoya Mora Ariana Lissbeth


DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad del sector cartonero de la provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022

LOS AUTORES:

f. 

Martillo Velasco, José Francisco

f. 

Sandoya Mora, Ariana Lissbeth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotros: **Martillo Velasco José Francisco**
Sandoya Mora Ariana Lissbeth

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad del sector cartonero de la provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022

LOS AUTORES:

f. 

Martillo Velasco, José Francisco

f. 

Sandoya Mora, Ariana Lissbeth



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND



Document Information

Analyzed document	TITULACIONB21] SANDOYA MORA ARIANA LISSBETH Y MARTILLO VELASCO JOSE FRANCISCO.docx (D127777554)
Submitted	2022-02-13T20:13:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	josmartillo@hotmail.com
Similarity	0%
Analysis address	jessica.ramirez04.ucsg@analysis.orkund.com

TEMA:

INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CARTONERO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

AUTORES:

MARTILLO VELASCO JOSÉ FRANCISCO

SANDOYA MORA ARIANA LISSBETH

TUTORA: ING. JESSICA RAMIREZ LASCANO

AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho a Dios por guiarme en el camino a alcanzar mis metas, por la fortaleza que me brinda para seguir adelante, por la sabiduría y salud que ofrece todos los días. Agradezco también mucho a mis padres, quienes me han convertido con mucho esfuerzo en la persona que soy ahora, por darme el apoyo incondicional en todo momento y por enseñarme a nunca rendirme. Agradezco a mis profesores, que han participado durante a toda mi formación académica y preparándome dentro del mundo profesional.

Finalmente, pero no menos importante, agradezco mucho a mi amigo y compañero de tesis, quien me ofreció fortaleza y motivación necesaria en esta última etapa de la carrera.

Ariana Lissbeth Sandoya Mora

AGRADECIMIENTO

Quisiera empezar agradeciendo a Dios por la oportunidad de estar donde estoy ahora. Soy de las personas que creen que todo sucede por un motivo y con un propósito. Debo reconocer que la oportunidad que por hoy tengo, lastimosamente no todos los jóvenes la tienen, y reconozco que tampoco tendría esta oportunidad sin el esfuerzo, sacrificio y dedicación de mis padres, a ellos agradezco todo. Valoro cada enseñanza de mis padres, y estoy más que feliz de compartir este logro con ellos. Agradezco a mi hermana, quien sin darse cuenta fue mi consejera en muchas de mis decisiones importantes.

Debo de agradecer también a todos mis profesores, desde quienes aportaron con pequeños granos de arena, hasta quienes aportaron con un universo de conocimiento, con seguridad puedo decir que no sería quien soy ahora sin los conocimientos compartidos por ellos. Agradecer también a mi compañera de tesis, Ariana Sandoya, mi amiga incondicional con quien compartí alegrías, risas, frustraciones y lágrimas. Difícil sería contar las largas noches que se volvieron días mientras realizábamos este trabajo, pero es muy fácil decir con seguridad, que mejor compañera no pude haber escogido.

No podría concluir mi agradecimiento sin agradecer a mis amigos, quienes fueron un pilar de apoyo cada vez que tambaleé. Las vivencias que tuve con cada uno durante mi etapa universitaria son y serán memorias que no se borrarán de mi mente, y espero seguir recolectando más memorias.

José Francisco Martillo Velasco

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a Dios, que es juez y dador de cada paso que realizo. Además, lo dedico a mis padres, quienes fueron testigos del trabajo y esfuerzo realizado para llegar a culminar el trabajo.

Ariana Lissbeth Sandoya Mora

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a la memoria de mis dos abuelas, Imelda Pérez y Mercedes Guillén, y a la memoria de mi tío Freddy Velasco. Ellos son los ángeles que velan por mí.

José Francisco Martillo Velasco

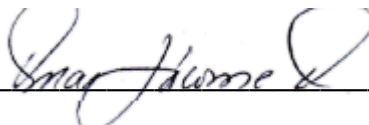


**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL


TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. 

ING. HURTADO CEVALLOS, GABRIELA ELIZABETH MGS.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. 

ING. XAVIER OMAR JACOME ORTEGA PHD.
COORDINADOR DEL ÁREA

f. 

EC. CESAR ENRIQUE, FREIRE QUINTERO, PHD
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

MARTILLO VELASCO, JOSÉ FRANCISCO

SANDOYA MORA, ARIANA LISSBETH

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....	8
1. Marco Teórico.....	8
1.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	8
1.1.1 Conceptos y Definiciones.....	10
1.1.2 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial.....	11
1.1.3 Beneficios de las Prácticas de RSE.....	12
1.2. Competitividad.....	13
1.2.1. Teorías de Michael Porter.....	13
1.2.2. Teorías de Adam Smith.....	15
1.2.3. Indicadores.....	16
1.2.4. Responsabilidad Social Empresarial en la industria Cartonera del Ecuador.....	17
1.3. Marco referencial.....	25
1.4. Marco Contextual.....	28
1.4.2. Clasificación de las empresas según su tamaño.....	33
1.4.3. La industria cartonera en Latinoamérica.....	34
1.4.4. La industria cartonera en el Ecuador.....	34
○ <i>El Sector Cartonero y su Relación con la Industria Exportadora.....</i>	<i>35</i>
○ <i>Importaciones de Materia Prima y exportaciones de producto final.....</i>	<i>37</i>
○ <i>Principales Empresas del Sector.....</i>	<i>38</i>
1.4.5. La industria cartonera en Guayas.....	39

○ Sostenibilidad y procesos de la industria Cartonera en Guayas	40
1.5. Marco Legal	49
CAPITULO 2: METODOLOGIA	55
2.1. Tipo de investigación	55
2.2. Enfoque de la investigación	55
2.3. Alcance de la investigación	55
2.3.1. Horizonte de tiempo	56
2.4. Instrumento o Herramienta de Análisis de Información	56
2.5. Desarrollo del Instrumento	57
2.6. Validación del Instrumento	59
2.7. Análisis de Datos	60
2.8. Fuentes de recolección de datos	61
2.8.1. Fuentes primarias	61
2.8.2. Fuentes secundarias	61
2.9. Población y Muestra	61
CAPÍTULO 3: RESULTADOS	63
3.1 Análisis de Resultados del Cuestionario	63
CAPITULO 4:	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
4.1 Conclusiones	76
○ 4.2 Recomendaciones	79
ANEXOS	80

- Anexo 1: Cuestionario.....80
- Anexo 2: Análisis de coeficiente de Cronbach83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales Productos de Exportación del Ecuador	36
Tabla 2. Análisis de los Principales Sectores de Exportación no Petroleros del Ecuador año 2019	36
Tabla 3. Principales países de donde Ecuador importa Papel y cartón	37
Tabla 4. Número de empresas y de empleados de la industria de papel y cartón	38
Tabla 5. Análisis de Volumen de Producción de la Industria Cartonera a Nivel Nacional	39
Tabla 6. Esquema de pesos de Indicadores de RSE	58
Tabla 7. Esquema de pesos de Indicadores de Competitividad	58
Tabla 8. Análisis de Coeficiente de Alfa de Cronbach	59
Tabla 9. Análisis de Dimensión Social-Trabajadores	59
Tabla 10. Análisis Dimensión Social-Clientes	60
Tabla 11. Análisis Dimensión Política Social	61
Tabla 12. Análisis Dimensión Social	62
Tabla 13. Análisis Dimensión Económica-Productos	63
Tabla 14. Análisis Dimensión Económica-Impacto en la comunidad	64
Tabla 15. Análisis Dimensión Económica-Gestión de RSE	65
Tabla 16. Análisis Dimensión Económica	66
Tabla 17. Análisis Dimensión Ambiental	67
Tabla 18. Índice Promedio de RSE-Sector Cartonero	68
Tabla 19. Análisis de Indicador de Innovación	70

Tabla 20. Análisis de Indicador de Desempeño	70
Tabla 21. Análisis de Indicador de Competitividad Interna	71
Tabla 22. Índice Promedio de Competitividad de Empresas Cartoneras	73
Tabla 23. Correlación de Índice de RSE e Indicadores de Competitividad	74
Tabla 24. Análisis de Correlación entre Indicadores de RSE e Indicadores de Competitividad	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial	11
Figura 2 Estrategias para lograr una ventaja competitiva	14
Figura 3 División del Trabajo	16
Figura 4 Empresas Cartoneras Ecuador 2019 Corporación Financiera Nacional	39
Figura 5 ISO 26000 Social Responsibility	53

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue el de analizar la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la competitividad en las 5 empresas del sector cartonero de la provincia del Guayas a través de métodos estadísticos para evidenciar la situación actual. En cuanto a la metodología implementada se estableció un diseño no experimental y descriptivo de corte no transversal. La presente investigación se centró en analizar a las empresas cartoneras de la provincia del Guayas, siendo esta la provincia reúne la mayor cantidad de empresas del sector y las que generan mayor aporte al PIB genera. Se seleccionaron 5 empresas del sector cartonero (PROCARSA, CARTOPEL, GRUPASA, Industria Cartonera Ecuatoriana S.A, CARTORAMA C.A). La investigación determinó un índice de RSE y un indicador promedio de competitividad, los cuales permitieron realizar un análisis de correlación para evaluar la existencia de una relación entre estas variables. Se concluyó que en el sector cartonero existe una relación positiva entre la Responsabilidad Social Empresarial e indicadores de competitividad.

Palabras Claves: *Responsabilidad Social Empresarial, Guayas, Competitividad, Empresas, Sector Cartonero.*

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the application of Corporate Social Responsibility and its relationship with competitiveness in companies in the cardboard sector in the province of Guayas through statistical methods to demonstrate the current situation. Regarding the implemented methodology, the non-experimental one is established with a quantitative approach to the study. Additionally, it has a correlational and descriptive meaning. For the realization of this research work, information sources were used: primary and secondary. The present investigation focused on analyzing the cardboard companies in the province of Guayas, a province that brings together the companies in the sector that contributes the most to GDP, in addition to being the province that brings together the largest number of companies in the sector. Five companies from the cardboard sector were selected (PROCARSA, CARTOPEL, GRUPASA, Industria Cartonera Ecuatoriana S.A, CARTORAMA.A), which represents its entirety in the Guayas location, which will be the sample for the descriptive-correlational analysis of the research. It was concluded that of 100% of the companies surveyed, the majority with 80% assure that there is a medium advance in the turnover rate.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Guayas, Competitiveness, Companies, Cardboard*

RÉSUMÉ

L'objectif de cette recherche était d'analyser l'application de la responsabilité sociale des entreprises et sa relation avec la compétitivité des entreprises du secteur du carton dans la province de Guayas à travers des méthodes statistiques pour démontrer la situation actuelle. Concernant la méthodologie mise en œuvre, celle non expérimentale est établie avec une approche quantitative de l'étude. Supplémentaire a une signification corrélacionnelle et descriptive. Pour la réalisation de ce travail de recherche, des sources d'information ont été utilisées : primaires et secondaires. La présente enquête s'est concentrée sur l'analyse des entreprises de cartonnage de la province de Guayas, une province qui regroupe les entreprises du secteur qui contribuent le plus au PIB, en plus d'être la province qui regroupe le plus grand nombre d'entreprises du secteur. Cinq entreprises du secteur du carton ont été sélectionnées (PROCARSA, CARTOPEL, GRUPASA, Industria Cartonera Ecuatoriana S.A, CARTORAMA C.A), ce qui représente son intégralité sur le site de Guayas, qui sera l'échantillon pour l'analyse descriptive-corrélacionnelle de la recherche. Il a été conclu que sur 100% des entreprises interrogées, la majorité avec 80% assure qu'il y a une progression moyenne du taux de rotation.

Mots clés : *Responsabilité Sociale des Entreprises, Guayas, Compétitivité, Entreprises, Filière*

INTRODUCCIÓN

Formulación del Problema

Antecedentes del Problema

El entorno empresarial a nivel global abarca el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que ha generado gran impacto con el pasar del tiempo, estableciéndose en un lugar importante en las actividades institucional, (Evans, 2011). Conforme a lo estipulado por la Comisión Europea, frente a la intranquilidad social y medioambiental que se genera en el desenvolvimiento de las operaciones empresariales se establece la RAE, organismo donde se incluyen de forma deliberada todas aquellas empresas que sufren este problema (Barrio, 2016). De esta manera, hoy en día no es factible constituir empresas sin tomar en consideración el entorno social y medio ambiental para operar (Nowajewski, Pérez, & Schlesinger, 2016).

La globalización ha provocado que las empresas busquen adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades de los mercados. La aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial es vista como una estrategia que busca aumentar la competitividad de las organizaciones para poder hacer frente a estas exigencias y necesidades. Dentro del Ecuador, el número de empresas que aplican prácticas de RSE es reducido, se concentra en su mayoría en empresas pertenecientes a grandes compañías multinacionales que se han establecido en el país (Tello, Agila, & Legarda, 2018).

La industria papelera y cartonera nivel global está situada como una de las industrias más grande del mundo. La fabricación de papel y derivados de papel son necesarios para el desarrollo de otros grandes sectores productivos, no obstante, debido a los avances tecnológicos y al cuidado del medio ambiente. Se ha generado una disminución en el consumo global de estos productos. Acorde a cifras del Banco Central del Ecuador, esta industria aporta un promedio de \$600 millones de dólares al

año, ubicándola en el puesto 34 de 47 industrias a nivel nacional. A pesar de ser una industria productiva importante en el Ecuador, actualmente no se cuenta con información actualizada que permita conocer cuál es nivel de aplicación de prácticas de RSE (Revista EKOS, 2018).

A lo largo de los últimos años han surgido estudios que demuestran la existencia de una relación entre la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño de las empresas, en muchos casos demostrando como un alto nivel de aplicación de prácticas de RSE genera en las empresas un mejor desempeño financiero en comparación a otras empresas con un bajo nivel de aplicación (Solari, 2018).

Contextualización del Problema

Actualmente la globalización ha proyectado la RSE como modelo estratégico en la cultura empresarial en todo el mundo, transformando paradigmas y creando nuevas oportunidades de tener una ventaja competitiva directa. El cual proyecta como objetivo no solo generar recursos económicos, sino que también generar impacto en bienestar social y ambiental con todos los involucrados dentro de la organización (Currás, 2019).

La literatura de marketing sugiere que la RSE representa una mejoría en el perfil y reputación de las empresas ante los ojos de sus consumidores, ya que por medio de todos proyectos o labores que se realizan integran un factor resaltante al momento de la elección de productos de consumo (Alvarado & Walesska, 2008, pág. 108). En sectores estratégicos existe una cultura del consumidor socialmente responsable que implican preferencias de productos con compromisos sociales y ambientales en vez de los tradicionales (Plaza, Belmonte, & Burgos, 2011). Esta situación conlleva a la interrogante principal ¿la RSE influye en el comportamiento del consumidor a la hora de la elección de producto?

Según Valhala 2018 informa que en países europeos sus consumidores miden y categorizan sus productos seleccionando aquel que cumpla con todas las normas de responsabilidad social desde su contenido, su empaque, flete y caja de importación. En consecuencia, esta nueva novedad crea un factor aplicable para las empresas de envases y cajas de exportación del producto. De acuerdo con la revista Ekos Negocios (2012) “realizar las negociaciones regidas a este nuevo paradigma ético y socialmente responsable implica un trabajo gradual, progresivo y sostenido en el tiempo” (p.12). Es así como los problemas sociales pueden tener un efecto importante en la reputación y la sostenibilidad a largo plazo de su empresa, lo que conlleva a la pregunta de investigación.

¿Cuál es el impacto que genera la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad la industria cartonera de la provincia del Guayas?

Objetivos

Objetivo General

Analizar la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la competitividad en las empresas del sector cartonero de la provincia del Guayas a través de métodos estadísticos para evidenciar la situación actual.

Objetivos Específicos

- Analizar las teorías relacionadas con la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial a través de estudios anteriores para explicar beneficios obtenidos por cada empresa según su nivel de RSE.
- Analizar los indicadores de competitividad del sector cartonero a través de instrumentos estadísticos para determinar el impacto de la RSE de las industrias cartoneras.

- Identificar la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en el sector cartonero de la provincia del Guayas mediante un enfoque cuantitativo con el fin de verificar su incidencia.

Justificación

La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE) y los índices de competitividad en las empresas ha sido evidenciada de muchas maneras a través de los años por distintos estudios que prueban su alto índice de compatibilidad; sin embargo, existen autores que manifiestan que el enfoque y resultados varían de acuerdo con el sector a evaluar. Es por ello, que el presente estudio busca analizar un sector en específico dentro de la provincia del Guayas que no ha sido aprovechado en su totalidad en el ámbito investigativo.

El propósito del estudio es buscar, analizar, estudiar y presentar resultados actualizados de la relación existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y su impacto dentro de la competitividad de la Industrial Cartonera del Guayas, y a su vez verificar si estas dos variables se relacionan positivamente, para demostrar evidencias donde se manifiesten que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial aportan beneficio, dentro de la industria corporativa, además que el estudio motive a los demás sectores a comenzar una cultura socialmente responsable.

Los resultados que se obtendrán permitirán reconocer cómo se están manejando entornos tales como Valores y Principios Éticos, Economía y Finanzas, Calidad de Vida Laboral, Compromiso con la Comunidad, Mercadeo Responsable y Medio Ambiente. Esta información genera un aporte significativo a los autores debido a que adquieren conocimiento referente a muchos ámbitos del campo empresarial y, además, la capacidad de desarrollar proyectos de investigación de gran trascendencia.

El proyecto contribuirá a mejorar el problema en cuestión, ya que mostrará cómo las teorías e investigaciones realizadas en otras áreas han afectado positivamente a la sociedad. Adicionalmente, los resultados obtenidos de la investigación brindarán información actual de esta problemática presentada contribuyendo al planteamiento de proyectos de mejora dentro de la industria.

Finalmente, este estudio brinda la oportunidad de conocer el estudio teórico actualizado referente a las normas actuales de la Industria cartonera y la RSE. En definitiva, la investigación servirá de soporte para futuros estudios de evaluación no solo de la provincia del Guayas, sino que se puede extender para obtener información de manera nacional.

Preguntas de Investigación y/o Hipótesis

Pregunta de Investigación

¿Cuál es el impacto que genera la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en los niveles de competitividad de la industria cartonera de la provincia del Guayas?

Hipótesis

Hipotesis₀: La responsabilidad Social Empresarial no se relaciona positivamente con la competitividad en el sector cartonero de la provincia del Guayas.

Hipotesis₁: La responsabilidad Social Empresarial se relaciona positivamente con la competitividad en el sector cartonero de la provincia del Guayas.

Limitaciones y Delimitaciones

Delimitaciones del Objetivo de Investigación

La investigación se realizó durante el periodo 2021, enfocado a las 5 empresas totales del sector cartonero ubicadas en la provincia del Guayas, mediante una encuesta para medir los indicadores de responsabilidad social empresarial del sector y a su vez analizar los niveles de competitividad para realizar una relación entre ambas variables.

Limitación del Objetivo de Investigación

Dentro del presente estudio, se establecen las siguientes limitaciones, tales como:

- Falta de movilidad para el desarrollo del estudio y recoger información por restricciones de distanciamiento social dentro de las industrias.
- Tiempo, al tener que concluir el proceso investigativo hasta febrero del 2022.
- La información que se requiere para la investigación no es de libre acceso, siendo el presente trabajo el primero en recoger la información del sector cartonero.

CAPÍTULO 1

1. Marco Teórico

1.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE no tiene ningún origen establecido o fecha fija el cual se pueda explicar, sin embargo, existen evidencias y documentos que marcan el inicio de un antecedente en el siglo XIX (Fernandez, 2013).

Antiguamente la RSE contribuía con las corporaciones para generar beneficios propios, especialmente económicos, no obstante, aquella situación se relaciona paralelamente a favor de la comunidad (López, Contreras, & Molina, 2011). Entre las acciones que se realizaban en las grandes y medianas empresas, se ejecutaban con el fin de obtener valores económicos para la institución, generando inversión para atraer nuevos inversores, en este contexto, aquellas empresas tenían una única responsabilidad, la de crear beneficio propio. Sin embargo, la definición de la RSE ha cambiado su contexto que se conoce como un pilar fundamental en la cultura empresarial (Bowen, 2001).

Al paso de los años, la responsabilidad social se ha convertido en una oportunidad indispensable para marcar la diferencia en el mercado y así destacar entre otras como mayor competente. Si bien esto ya se ha logrado en algunos casos, la propuesta ha abierto el camino para que las organizaciones se expresen como son, tanto socialmente como en términos de altruismo y generosidad. Se aumenta la responsabilidad social, pero las políticas son buenas para el medio ambiente (Correa, 2007).

Años después, comenzó a gestionar los tres aspectos que componen la RSE. Uno de ellos es el sector económico que conduce a la creación de empleo. Un enfoque social diferente, a través de una serie de actividades que benefician a la comunidad. El tercer punto está relacionado con el medio

ambiente, que es un factor prioritario y hoy tiene un gran impacto, por lo tanto, Cajiga (2009), incluye estas tres partes como fundamentales, puesto que asumen roles para el bien del planeta y las personas.

Hoy, a la RSE se le han sumado otras características, es así como, Carroll y Shabana (2010) enfatizan que la importancia de plantear propuestas debe lograr un desarrollo sustentable frente al crecimiento y las actividades integradas dirigidas por las empresas u organizaciones. Esto se da puesto que, la creación de valor y los recursos monetarios deben ir a la par, estableciendo estrategias que ayuden a la empresa a mantener una rentabilidad adecuada frente a la competencia. Es así que, la RSE envuelve factores ambientales, sociales y económicos en las funciones y actividades de una organización, esto para tener una mayor participación con las actividades que se desarrollan en sus instalaciones.

La aplicación de este sistema de unidades es tan importante que la coherencia crea armonía en los aspectos generales y no solo en los financieros. (Montoya, 2013).

Un factor importante en el desarrollo de la RSE es que muestra la imagen, frente a los empleados y las empresas, que la organización realmente se preocupa por el bienestar común. Frente a esta acción, se obtienen tácticas en beneficio de la empresa, ya que, establece una adecuada gestión empresarial que (Del Río, Cardona, & Guacarí, 2017, p.49). Esto se convierte en una ventaja competitiva dentro del mercado, posicionándose frente a los competidores existentes dentro del sector al que pertenece, es así como la RSE es un punto a favor para obtener un valor diferenciador en la sociedad (Castro, 2013).

Además, la RSE puede convertirse en una estrategia corporativa a medida que se convierte en marketing social. La evolución de la RSE dentro de las empresas es un elemento que se estudia y reconsidera continuamente a la hora de identificar una oportunidad o necesidad en la comunidad o área de intervención. En su caso, refleja respeto por todas las partes interesadas

del negocio, además de demostrar sostenibilidad debido a su capacidad para influir positivamente en factores externos. (Delgado & Ena, 2012).

1.1.1 Conceptos y Definiciones

Jost (2012) destaca que la RSE es el deber de las organizaciones de asumir la responsabilidad sobre los efectos producidos por ellos, en cuanto a sus acciones, actividades y decisiones, en contra de la ciudadanía o directamente con el medio ambiente.

Por otro lado, las actividades generadoras de valor, a través de buenas prácticas a nivel de empresa deben promover el desarrollo sostenible, tomando en cuenta la dirección de los interesados, respetando siempre la ley y manteniendo muchas relaciones con las obligaciones y actividades que predomina en la empresa. Las actividades que promueven la mejora ambiental crean productos que ayudan a paliar problemas y aquellas que dejan huella en sectores vulnerables de la sociedad son consideradas responsabilidad social empresarial. Esto tiene muchas ventajas, por ejemplo, se crea valor interna y externamente, y tiene un impacto positivo en la vida de algunas comunidades. estandarización de estas actividades y mejora de la imagen de la organización en el mercado; La gente comenzó a pensar positivamente sobre lo que se anunciaba, lo que llevó a la creación de marketing social colaborativo para tener en cuenta a los consumidores potenciales (Castro, 2013).

Por su parte, Barroso (2018) asegura que el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial es favorable para todos los involucrados, puesto que las empresas se pueden beneficiar de estas actividades para promover el bien social, pero también algunos avances donde la empresa se basa en factores como el dinero.

Las empresas muchas de las veces pagan más de lo esperado para mitigar los inconvenientes surgidos dentro de sus instalaciones, pero esto refleja el trabajo de promoción para abordar los problemas sociales. De este modo, Hartman, DesJardins & Espinoza (2011) manifiestan que algunas

situaciones requieren ser importantes y urgentes para abordarlas, contrarrestando los problemas.

Para Duque, Cardona y Rendón (2013), la RSE engloba diversas maneras de interacción con la sociedad y sobre todo con el medio ambiente, donde se pretende cumplir acciones que vayan en beneficio a estos dos grupos. De esta forma, como lo afirma Andrade (2012), la RSE por su fin, obliga a las empresas a establecer acciones para reducir los problemas que ocurren en un momento determinado.

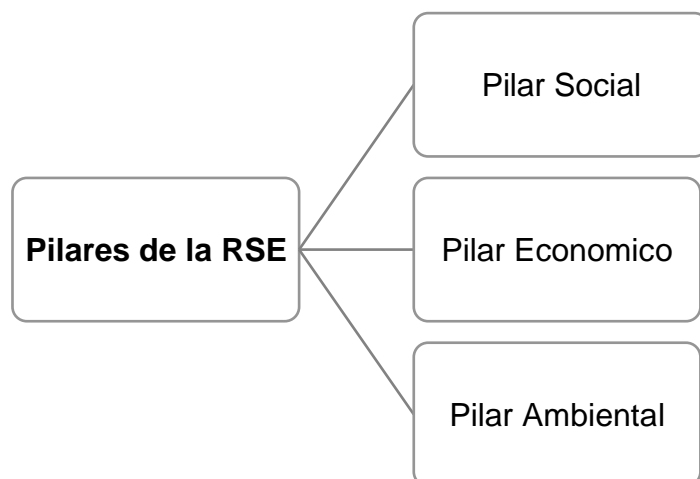
Finalmente, se alude que la RSE hace referencia a la necesidad de las empresas ante su participación de los efectos de sus acciones, tomando decisiones sobre tecnología, inversión, empleo, contaminación, etc., sin embargo, el desarrollo puede tener consecuencias no deseadas (Delgado & Ena, 2012).

1.1.2 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial

Para Delgado y Ena (2014) la Responsabilidad Social Empresarial se basa en tres pilares fundamentales, mismas que se detallan a continuación:

Figura 1

Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Delgado y Ena (2014)

Frente a los pilares mencionados, se describen cada uno de ellos:

1. **Pilar social**, basado principalmente en la Acción social: Actividad donde el sentido es mentado por otra persona o personas que se basan o se dirigen a la conducta de otras, enfocándose al progreso o desarrollo. En síntesis, se puede aludir que la acción social es una forma importante de sociabilidad, que permite relacionarse con los demás (Luts, 2010).
2. **Pilar Económico, Inversión socialmente responsable**: Es una forma sensata y razonada de transformar el perfil de una persona o empresa, mediante criterios extra financieros en la selección de valores, con el objetivo de complementar el análisis financiero tradicional (FORETICA, 2006). Modelo de gestión: Es la manera en que se organiza y adopta los recursos de una empresa, con el fin de cumplir las políticas, objetivos y regulaciones (Román, 2012).
3. **Pilar Ambiental**, se basa en un aprovechamiento responsable de los recursos naturales, este pilar ubica directamente los aspectos de la industria expuestos ante la responsabilidad ambiental que la actividad de esta produce, y a su vez la ventaja o los beneficios adicionales que se puede generar, ya como la derivación económica hacia proyectos de ayuda sostenible y sustentable.

1.1.3 Beneficios de las Prácticas de RSE

Villacís, Suárez y Güillín (2016) aseguran que el reconocimiento de una marca se establece en la mente del consumidor como uno de los principales factores, destaca la oportunidad de crear una identidad e imagen en el medio que genera ese efecto diferenciador. Además, afirman que este efecto cautiva nuevos segmentos de mercado donde el trabajo de las empresas es fidelizarlos para que adquieran con mayor frecuencia el servicio o producto que ofertan, esto también puede generar alianzas estratégicas entre empresas, beneficiando de forma directa a las dos partes intervinientes.

Frente a este contexto, se alude que la Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia de marketing para atraer clientes sin la necesidad de establecer grandes destrezas (Mercado & García, 2007).

Por consiguiente, es necesario afirmar que realizar acciones y actividades en beneficio de la sociedad y el medio ambiente, trae excelentes resultados, puesto que las empresas que integran en su gestión empresarial la Responsabilidad Social velan por el beneficio de tres partes como son: las personas, la naturaleza y la empresa. Esta visión empresarial que integran las organizaciones es un punto diferenciador con otras empresas, dado que, la mayoría de ellas buscan únicamente un beneficio económico, sin tener en cuenta las necesidades externas o internas de la entidad.

Por lo tanto, cuando la empresa que integra la RSE logra posicionarse en la mente de sus clientes y los futuros clientes, se produce un cambio rotundo, que se basa en la compra y venta de los productos o servicios que se oferta, lo que provoca un buen rendimiento para la empresa frente a otras (Dahlsrud, 2008). Frente a esto, se asegura que la responsabilidad social permite obtener grandes beneficios empresariales.

Las decisiones correctas y las acciones tomadas en beneficio de la sociedad y el medio ambiente marcan positivamente a la empresa, motivándolos a ser reconocidos dentro del mercado competitivo y de la comunidad en general (Delgado & Ena, 2012). Frente a las acciones que se tomen en un futuro se reflejará impactos positivos en las acciones empresariales (Castro, 2013).

1.2. Competitividad

Al referirse a competitividad dentro de una empresa, se presenta como un factor primordial y de alta relevancia dentro del ámbito corporativo.

1.2.1. Teorías de Michael Porter

Michael Porter es uno de los grandes personajes al momento de mencionar el término competitividad gracias que su modelo de cinco

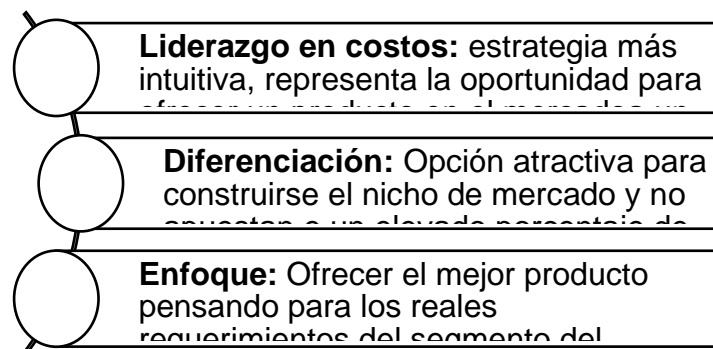
estrategias (1990) presenta una perfecta alternativa de un sistema centrado en argumentos de competitividad. Este modelo ofrece condiciones en las cuales se pueden manifestar factores en forma extensas y a su vez tradicionales como son propiedades de la tierra, mano de obra, recurso natural y capital (Labarca, 2007). Por otro lado, Porter también manifiesta que, si existe mucho crecimiento de industrias de un mismo rasgo, este aumenta su índice de competencia por lo cual se debe hacer mayor inversión para buscar estrategias que hagan permanecer a las industrias dentro de la ventaja ofrecida por la demanda. Según Porter, existe dos tipos de ventajas competitivas observadas en el mercado, estas son:

- Liderazgo en costos: capacidad de realizar el producto a un precio inferior a los del competidor.
- Diferenciación del producto: capacidad de ofrecer un producto distinto y atractivo frente a los competidores. (Web y empresas, 2018)

Entre las estrategias para lograr una ventaja competitiva estipulada por Porter son las siguientes:

Figura 2

Estrategias



Fuente: Web y Empresas (2018)

Con la implementación de las estrategias, y la correcta utilización de las nuevas tecnologías se puede obtener estas ventajas en la competitividad de la empresa:

1. Mejor control del plan empresarial.
2. Mejor programación de la empresa.
3. Mejor posibilidad de llevar a cabo investigaciones de mercado.
4. Mejor capacidad de gestión del producto. (Web y empresas, 2018)

1.2.2. Teorías de Adam Smith

El desarrollo progresivo económico aparece caracterizado por un proceso circular y acumulativo de cambio y transformación estructural, generando un resultado de interdependencia entre el proceso acumulativo de capital, expansión de mercado y crecimiento del producto, productividad y empleo (Ricoy, 2005).

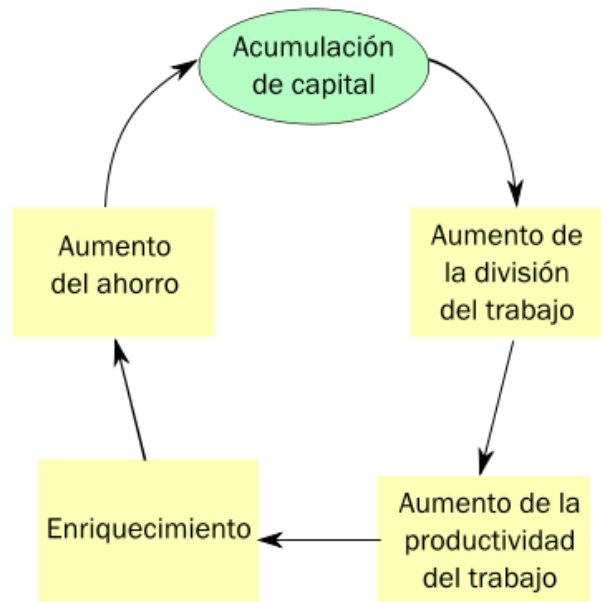
La dinámica de productividad de Smith está determinada por el análisis más desarrollado de Marx, puesto que las dos teorías constituyen la base fundamental del análisis de Allyn Young, sobre los rendimientos crecientes y el progreso económico. En la concepción de Adams, la riqueza de toda sociedad tiene su origen en la producción, es decir la riqueza social se genera y se agranda mediante la actividad productiva (Ricoy, 2005).

El análisis de la teoría de Adam Smith sobre el progreso económico se basa en:

1. La concepción de la acumulación del capital y la división del trabajo.
2. Proposición de la división de trabajo está limitada por la extensión del mercado.
3. Todo acto de ahorro es un acto correlativo de inversión, como la acumulación de capital. (2005, pág. 12)

Figura 3

División del trabajo



Fuente: Ricoy (2005)

1.2.3. Indicadores

Los indicadores pueden definirse como la herramienta que permite calcular la correlación que existe entre las variables y el nivel de cumplimiento que se realiza en un período de tiempo establecido, lo que permite observar aquellos datos numéricos, particularidades e información directa de la empresa (MEF, 2010).

Para Rivera y Ruiz (2011) existen diferentes indicadores de desempeño financiero con temas contables, los cuales son:

- De crecimiento que se evidencia mediante el tiempo el nivel de las ventas y la utilidad de la empresa,
- De eficiencia ante los activos que miden la velocidad de producir dinero con la menor inversión,
- De eficacia, miden la capacidad de producir utilidad,
- De efectividad evalúan el poder de la empresa para producir utilidades teniendo en cuenta la cantidad de los recursos utilizados.

1.2.4. Responsabilidad Social Empresarial en la industria Cartonera del Ecuador

En la industria cartonera del Ecuador, no se ha evidenciado a profundidad que se articule la Responsabilidad Social Empresarial, puesto que son normas internas que se deben realizar para el cuidado de sus colaboradores y sobre todo del medio ambiente, y esto las empresas no lo publican de forma seguida (Vidal, 2020).

Así, las empresas para lograr una meta fructífera sobre sus actividades deben implementar el área de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de trabajar por el bienestar del personal y de la comunidad en la cual opera, siempre y cuando se apoyen con sus valores institucionales (Vidal, 2020).

Además, la autora afirma que la RSE debe establecerse mediante una planificación, donde se desarrolle e implemente programas sociales enfocados a los beneficios de la ciudadanía, familia y sobre todo del medio ambiente, basándose en aspectos importantes como es el compromiso ambiental y humano, recuperación de la cultura organizacional (Delgado & Ena, 2012).

1. Cumplimiento del compromiso ambiental: Uso de material reciclado y bio degradable y clasificado, uso responsable de recursos naturales.
2. Cumplimiento con el compromiso social: Incluir y apoyar a los colaboradores con capacidades diferentes, promoviendo el respeto, esfuerzo y colaboración. Desarrollar acciones en pro del bienestar de los colaboradores.
3. Recuperación de la cultura organizacional: Integración de familias, contribución al apoyo económico (2020, pág. 70).

Entre los inconvenientes que se generan al no implementar la RSE en las empresas cartoneras del Ecuador están las siguientes:

- Bajo nivel de compromiso de los directivos.
- Falta de objetivos claros y concretos.

- Falta de planes de acción social y ambiental sobre el cuidado de materia prima y residuos.
- Escasa responsabilidad en las acciones encomendadas.
- Falta de planes de comunicación.
- Inexistencia de acciones de sostenibilidad.
- Falta de indicadores que midan el avance de la RSE (2020, pág. 70).

1.2.5. Indicadores del ROE, ROA, ROS en la Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial

Se sabe que las ratios financieras son la herramienta de análisis financiero y de planificación sencilla y práctica más antigua. Aparecieron a mediados del siglo XIX, y siempre fueron utilizados por contadores y analistas financieros. Las ratios financieras fueron utilizadas por usuarios de datos financieros internos y externos para tomar sus decisiones económicas; incluyendo inversiones y decisiones de evaluación del desempeño (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

Muchos modelos financieros y contables se desarrollaron durante las últimas décadas. Sin embargo, las razones financieras aún mantuvieron su poder clásico y fundamental ya sea como parte de estos modelos financieros y contables o como otro análisis de apoyo importante con ellos.

Debido al poder comprobado del análisis de índices en el análisis financiero y de planificación práctico, este estudio explorará el efecto y el poder de algunos índices clave (ROA, ROE y ROI) juntos y por separado para explicar los precios de las acciones durante el período comprendido.

El índice financiero se puede definir como una relación entre dos datos financieros cuantitativos individuales conectados entre sí de alguna manera lógica, y esta conexión se considera un indicador financiero significativo que puede ser utilizado por los diferentes usuarios de la información financiera.

Cualquier índice financiero puede ser útil y significativo si lo comparamos con otra información significativa relacionada, ya sea un

indicador similar presente o pasado para la misma empresa o empresas similares en la misma industria. Aunque los índices financieros se consideran útiles y prácticos en el análisis financiero, estos índices financieros deben interpretarse y analizarse de manera racional teniendo en cuenta las limitaciones de estos índices financieros para obtener el resultado significativo esperado (Berg & Lingqvist, 2017).

Hay muchas razones financieras utilizadas por contadores y analistas financieros, y la mayoría de estas razones financieras se pueden clasificar de la siguiente manera según su uso en el análisis financiero:

- Razones de liquidez
- Razones de actividad (operativas)
- Razones de rentabilidad
- Razones de endeudamiento
- Razón de mercado Las razones de rentabilidad son un indicador de la eficiencia general de la empresa

Por lo general, se usa como una medida de las ganancias generadas por la empresa durante un período de tiempo en función de su nivel de ventas, activos, capital empleado, patrimonio neto y ganancias por acción. Los índices de rentabilidad miden la capacidad de generar ingresos de la empresa y se consideran un indicador de su crecimiento, éxito y control.

Los acreedores, por ejemplo, también están interesados en los índices de rentabilidad, ya que indican la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones de intereses. Los accionistas también están interesados en la rentabilidad. Indicará el progreso y la tasa de rendimiento de sus inversiones. Los índices de rendimiento de los activos (ROA) y el rendimiento del patrimonio del propietario (ROE) son los índices de rentabilidad más utilizados en el análisis (Barroso, 2018).

Ratio de rentabilidad sobre activos (ROA)

Beneficio neto después de impuestos/Activos totales. Esta relación se calcula como la utilidad neta después de impuestos dividida por los activos totales. Esta relación mide la eficiencia operativa de la empresa en función de las ganancias generadas por la empresa a partir de sus activos totales.

Ratio de rentabilidad sobre el patrimonio del propietario (ROE)

Utilidad neta después de impuestos/Patrimonio total de los accionistas. Esta relación se calcula como la utilidad neta después de impuestos dividida por el patrimonio total de los accionistas. Esta relación mide la tasa de rendimiento de los accionistas sobre su inversión en la empresa.

Los índices de actividad son otro grupo de índices; se suele utilizar para medir la capacidad de optimizar el uso de los recursos disponibles. Estos índices son otras medidas de eficiencia y rendimiento operativo. Entre este grupo de índices se encuentra el índice de rotación de capital empleado o retorno de la inversión (ROI).

Relación de retorno de la inversión (ROI)

Utilidad neta después de impuestos/Total pagado en capital. Esta relación se calcula como la utilidad neta después de impuestos dividida por el capital pagado total. Mide la eficiencia de la empresa en la utilización del capital invertido. En otras palabras, este índice expresa la capacidad de la empresa para generar el rendimiento requerido (rendimiento esperado) con base en el uso y administración de los recursos invertidos por los accionistas (Berg & Lingqvist, 2017).

El desempeño de la empresa es la medida de lo que ha logrado una empresa que muestra buenas condiciones durante cierto período de tiempo. El propósito de medir el logro es obtener información útil relacionada con el flujo de fondos, el uso de fondos, la eficacia y la eficiencia. Además, la información también puede motivar a los gerentes a tomar la mejor decisión.

Los índices de rentabilidad miden la eficacia con la que la administración de una empresa genera utilidades sobre las ventas, los activos totales y, lo que es más importante, la inversión de los accionistas. Por lo tanto, cualquier persona cuyos intereses económicos estén ligados a la supervivencia a largo plazo de una empresa estará interesada en los índices de rentabilidad (Barrio, 2016)

La estructura de capital también es un factor importante que determina el rendimiento de una empresa. La estructura de capital se refiere a la proporción de financiamiento de deuda y capital. Debe haber una estructura de capital adecuada que genere el máximo beneficio para la organización, ya que una financiación de capital demasiado pequeña aumenta en gran medida el control de los propietarios.

La gestión eficaz de la liquidez, más allá de asegurar su supervivencia, ayuda a las empresas a alcanzar una mayor rentabilidad al reducir sus necesidades de insumos. Además, otorga ventajas estratégicas en los períodos económicamente difíciles.

Tanto los acreedores a largo como a corto plazo están preocupados por la cantidad de apalancamiento que emplea una empresa porque indica la exposición al riesgo de la empresa para cumplir con la deuda. cargos por servicios, es decir, intereses y reembolso del principal. Una empresa que está fuertemente financiada por deuda ofrece a los acreedores menos protección en caso de quiebra.

Los índices de liquidez muestran la relación entre los activos circulantes de una empresa y sus pasivos circulantes y, por lo tanto, su capacidad para cumplir con las deudas que vencen. Dos índices comúnmente utilizados son el índice actual y el índice rápido, que se utilizan como variables junto con el índice de efectivo en esta investigación.

Retorno de las ventas (ROS)

El retorno de las ventas (ROS) es una relación utilizada para evaluar la eficiencia operativa de una empresa. Esta medida proporciona una idea de cuánta ganancia se produce por cada dólar de ventas. Un ROS creciente indica que una empresa está mejorando la eficiencia, mientras que un ROS decreciente podría indicar problemas financieros inminentes. ROS está estrechamente relacionado con el margen de beneficio operativo de una empresa (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

Al calcular el rendimiento de las ventas, los inversores pueden notar que algunas empresas reportan ventas netas mientras que otras reportan ingresos. Las ventas netas son los ingresos totales menos los créditos o reembolsos pagados a los clientes por devoluciones de mercancías. Es probable que se indiquen las ventas netas de las empresas de la industria minorista, mientras que otras incluirán los ingresos.

A continuación, se detallan los pasos para calcular el retorno de las ventas:

- Ubique las ventas netas en el estado de resultados, pero también se pueden incluir como ingresos.
- Ubique la utilidad de operación en el estado de resultados. Asegúrese de no incluir actividades y gastos no operativos, como impuestos y gastos por intereses.
- Divide la utilidad operativa entre las ventas netas.

El rendimiento de las ventas es una relación financiera que calcula la eficiencia con la que una empresa genera beneficios a partir de sus ingresos brutos. Mide el rendimiento de una empresa analizando el porcentaje de los ingresos totales que se convierte en beneficios de explotación (Cuenca, 2020).

El cálculo muestra la eficacia con la que una empresa está produciendo sus productos y servicios básicos y cómo su gestión dirige el negocio. Por lo

tanto, ROS se utiliza como indicador tanto de eficiencia como de rentabilidad. Los inversores, acreedores y otros tenedores de deuda confían en este índice de eficiencia porque comunica con precisión el porcentaje de efectivo operativo que una empresa genera sobre sus ingresos y proporciona información sobre los dividendos potenciales, el potencial de reinversión y la capacidad de la empresa para pagar la deuda.

ROS se utiliza para comparar los cálculos del período actual con los cálculos de períodos anteriores. Esto permite a una empresa realizar análisis de tendencias y comparar el rendimiento de la eficiencia interna a lo largo del tiempo. También es útil comparar el porcentaje de ROS de una empresa con el de una empresa competidora, independientemente de la escala (Barrio, 2016).

El rendimiento de las ventas y el margen de beneficio operativo se utilizan a menudo para describir una relación financiera similar. La principal diferencia entre cada uso radica en la forma en que se derivan sus respectivas fórmulas. La forma estándar de escribir la fórmula para el margen operativo es el ingreso operativo dividido por las ventas netas. El rendimiento de las ventas es extremadamente similar, excepto que el numerador generalmente se escribe como ganancias antes de intereses e impuestos (EBIT), mientras que el denominador sigue siendo las ventas netas.

El rendimiento de las ventas solo debe usarse para comparar empresas que operan en la misma industria, e idealmente entre aquellas que tienen modelos comerciales y cifras de ventas anuales similares. Las empresas en diferentes industrias con modelos de negocios muy diferentes tienen márgenes operativos muy diferentes, por lo que compararlos usando EBIT en el numerador podría ser confuso.

Para facilitar la comparación de la eficiencia de ventas entre diferentes empresas y diferentes industrias, muchos analistas utilizan un índice de rentabilidad que elimina los efectos de las políticas financieras, contables y fiscales: ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y

amortización (EBITDA). Por ejemplo, al volver a agregar la depreciación, los márgenes operativos de las grandes empresas manufactureras y las empresas industriales pesadas son más comparables (Cuenca, 2020).

El EBITDA a veces se usa como un indicador del flujo de efectivo operativo, porque excluye los gastos que no son en efectivo, como la depreciación. Pero el EBITDA no es igual al flujo de caja. Esto se debe a que no se ajusta a ningún aumento en el capital de trabajo ni a los gastos de capital que se necesitan para respaldar la producción y mantener la base de activos de una empresa, como lo hace el flujo de efectivo operativo.

La rentabilidad sobre el capital (ROE) y la rentabilidad sobre los activos (ROA) son dos de las medidas más importantes para evaluar la eficacia con la que el equipo directivo de una empresa está realizando su trabajo de gestión del capital que se le ha confiado. El principal diferenciador entre ROE y ROA es el apalancamiento financiero o la deuda. Aunque el ROE y el ROA son medidas diferentes de la eficacia de la gestión, la fórmula de identidad de DuPont muestra lo estrechamente relacionadas que están.

La forma en que se considera la deuda de una empresa es la principal diferencia entre ROE y ROA. En ausencia de deuda, el capital social y los activos totales de la empresa serán iguales. Lógicamente, su ROE y ROA también serían los mismos.

Pero si esa empresa adquiere apalancamiento financiero, su ROE sería mayor que su ROA. Al endeudarse, una empresa aumenta sus activos gracias al efectivo que ingresa. Suponiendo que los rendimientos sean constantes, los activos ahora son más altos que el capital y el denominador del cálculo del rendimiento de los activos es más alto porque los activos son más altos. Por lo tanto, el ROA caerá mientras que el ROE se mantendrá en su nivel anterior.

ROE y la identidad de DuPont

La identidad de DuPont explica la relación entre el ROE y el ROA como medidas de la eficacia de la gestión. Es una fórmula popular que da una idea de los componentes del ROE de una empresa. Hay varias iteraciones de la

fórmula de DuPont, las de dos, tres y cinco partes. (Tello, Agila, & Legarda, 2018).

ROE y ROA son componentes importantes en la banca para medir el desempeño corporativo. El retorno sobre el capital (ROE) ayuda a los inversionistas a evaluar cómo sus inversiones generan ingresos, mientras que el retorno sobre los activos (ROA) ayuda a los inversionistas a medir cómo la gerencia usa sus activos o recursos para generar más ingresos.

Existen diferencias clave entre el ROE y el ROA que hacen necesario que los inversores y los ejecutivos de la empresa consideren ambas métricas al evaluar la eficacia de la gestión y las operaciones de una empresa. Dependiendo de la empresa, uno puede ser más relevante que el otro, por eso es importante considerar el ROE y el ROA en contexto con otras métricas de desempeño financiero.

1.3. Marco referencial

En este punto, se exponen trabajos previos sobre el tema de estudio, que se basa en la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la competitividad de las empresas, y frente a la búsqueda sistemática se ha considerado pertinente la investigación en el campo de la competitividad, realizado por Rives & Bañón (2008), que aseguran que la aplicación de la RSE tiene un mayor efecto en el éxito competitivo en sectores donde existe un alto nivel de competencia.

Aunque su estudio demostró que en sectores con bajos niveles de competitividad no demostró ser un factor determinante con la capacidad competitiva en las empresas, sigue siendo un factor significativo. Se debe recalcar que los sectores con un mayor grado de competitividad son en los cuales más cuesta obtener ventajas frente a otras compañías. El estudio aporta demostrando que aquellas empresas orientadas a la aplicación de RSE tienen la oportunidad de obtener una ventaja competitiva en sectores donde una mínima ventaja de una empresa sobre otra es determinante.

Entrando al ámbito financiero, de acuerdo con Weber, Holler & Ohneums (2008) en su estudio sobre la relación de estándares de sostenibilidad y el desempeño financiero, se demostró que existe una relación directa entre estas variables. El estudio se basó en analizar reportes de 100 empresas sobre factores de sostenibilidad, sus resultados mostraron que aquellas empresas que tenían un mejor desempeño en este campo presentar un mayor desempeño financiero. El estudio se basó en el índice de aplicación los estándares de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), que busca evaluar la sostenibilidad económica, social y ambiental de las empresas. El estudio demuestra que mientras más alineada este una empresa a cumplir con lineamientos económicos, sociales y ambientales, mayor su desempeño financiero.

Se debe de añadir que el trabajo de Palmer (2012) sobre si realmente representa un beneficio financiero la aplicación de RSE, demostró que existe una relación en ambas direcciones entre el desempeño social corporativo y el desempeño financiero corporativo. Los resultados de su estudio indican que el aumento del desempeño social corporativo conduce a unos aumentos en el margen bruto, señalando que algunos clientes están dispuestos a pagar un valor adicional por productos o servicios de una empresa con iniciativas de RSE.

En base al estudio de Almeida, Rodríguez & Abreu (2012), concluyen que aquellas empresas que cotizan en la bolsa y mantienen un distintivo por aplicación de RSE, tienen una mejor aceptación y cotización en comparación a las que no son reconocidas por no aplicar RSE. En el estudio se explica que las acciones de una empresa con reconocimiento por prácticas de RSE tiende a ser más llamativas cuando se cotiza en mercados de valores, además de que aquellas empresas con este distintivo obtienen una mayor capitalización, lo cual implica que pueden conseguir financiamiento externo en comparación a aquellas empresas que no aplican RSE.

La existencia de una correlación positiva entre a RSE y los rendimientos económicos se evidenció en una investigación realizada por

Hernández & Sánchez (2015) donde analizan las micro, pequeñas y medianas empresas, y cuál era la influencia de la adopción de RSE en el rendimiento económico de cada una. En esta investigación, se buscó analizar el tipo de influencia conjunta e individual de las dimensiones de la RSE, en los rendimientos económicos. Además de la existencia de una relación positiva entre las variables, la influencia positiva en el rendimiento financiero persiste si se analiza de forma individual cada dimensión.

En cuanto a Latinoamérica, la investigación realizada por Valenzuela, Jara & Villegas (2015) plantean que la RSE desde el aspecto social, ético, ambiental y su relación con los stakeholders, influye en la reputación corporativa y en el desempeño financiero. Además, la implementación de las dimensiones de RSE influyen positivamente en el desempeño financiero, donde se genera un tratamiento responsable de los trabajadores, estableciendo un impacto positivo sobre la reputación corporativa al ser medida como el crecimiento de las ventas.

En el Ecuador, de acuerdo con el estudio realizado a la industria del plástico por Padilla, Arévalo, Bustamante & Vidal (2017), analizan el tipo de relación que existe entre la aplicación de prácticas de RSE y el desempeño financiero de estas empresas, demostrando que las empresas ecuatorianas tienen un nivel medio de implementación de estas prácticas. Se recalca como principal resultado la evidencia de existir una correlación entre variables de RSE y financieras. Además, en las empresas de la industria del plástico sí existe una relación significativa entre la dimensión social y el rendimiento sobre las ventas, así como entre las dimensiones económicas y ambientales con el retorno sobre el patrimonio.

Tomando en consideración que existen muchos estudios que afirman la existencia de una relación entre la aplicación de la RSE, y el desempeño financiero, otros estudios demuestran el beneficio de esta relación y al ser una ventaja competitiva para las organizaciones, ahora se debe exponer como es la aplicación de la RSE en el Ecuador.

1.4. Marco Contextual

En Ecuador se desconoce sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación, Morán et al. (2016). Esto se da puesto que las empresas multinacionales fueron las primeras en incorporar la RSE, quienes se dedican a la exportación, y deben implantar políticas de cuidado social y ambiental.

No obstante, en Ecuador se ha generado un avance revelador sobre las buenas prácticas basadas en la RSE, puesto que las normas ISO son aquellas que regulan las acciones enfocadas a la calidad, seguridad social y ambiental (Villacís, Suarez, & Güillín, 2016).

En este contexto, para entender sobre las acciones que realiza el sector cartonero a ser investigada, se expondrá la magnitud de la industria cartonera y de papel, cuáles son las tendencias de los mercados en los que participa, y cuál es su importancia para otros sectores productivos. Se presentará desde una perspectiva global, centrándose luego en la región latinoamericana para luego finalizar mostrando como está desarrollada actualmente la industria en el Ecuador.

1.4.1. Impacto ambiental de los productores de cartón

El rápido desarrollo de la sociedad y las actividades diarias ha aumentado el interés por la protección del medio ambiente. Este fenómeno se intensifica en las actividades industriales y especialmente en la industria papelera cuyo principal objetivo es mejorar su sostenibilidad y competitividad. Con el fin de mejorar el desempeño ambiental (especialmente durante un largo período de tiempo), la industria ha realizado importantes inversiones que han significado incorporar un mayor porcentaje de fibras recicladas en sustitución de las fibras vírgenes obtenidas por procesamiento de la madera (Barrio, 2016).

Las fibras recicladas se obtienen mediante el procesamiento del papel recuperado, que en realidad representa la principal materia prima secundaria para la industria papelera europea. Durante las últimas décadas, la

recuperación y utilización de papel recuperado en la industria del papel y cartón ha aumentado en todo el mundo y Europa es líder siempre que el papel recuperado represente el 50,8% del total de materia prima de fibra utilizada en la fabricación de papel de CEPI.

El creciente interés en la identificación y minimización de impactos ambientales de la industria ha llevado a las empresas a la necesidad de adoptar numerosas técnicas y metodologías ambientales. para una mayor comprensión y gestión de los impactos ambientales.

Se ha desarrollado el método de Evaluación del Ciclo de Vida (LCA) y se ha demostrado que tiene un interés real para comprender y evaluar el impacto ambiental asociado con productos, procesos o actividad en todo el ciclo de vida. Cuando se está realizando la evaluación ambiental el elevado número de datos y aspectos ambientales a gestionar ha llevado al desarrollo de diferentes herramientas software como SimaPro, GaBi, TEAM, entre otras (Web y empresas, 2018).

Estas herramientas ayudan a los profesionales de LCA ya que los cálculos son más fáciles y requieren menos tiempo. Dentro de este trabajo se utilizó la metodología LCA y el software GaBi 4 para identificar, cuantificar y evaluar los impactos ambientales de los papeles componentes del cartón ondulado (linerboard y corrugado medio) considerando diferentes tipos de fibras (vírgenes y recicladas) para su fabricación.

El reciclaje de cartón ondulado ayuda a reducir la eliminación de desechos sólidos en los vertederos. También proporciona fibra que se reutiliza para hacer nuevo corrugado, utilizando menos materia prima nueva en el proceso. El reciclaje de cartón ondulado incluso genera ingresos para el usuario final, porque el OCC es valioso para las fábricas de papel y los fabricantes de cartón ondulado nuevo. Impacto del comercio electrónico (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

Desde los últimos días del siglo XX, el comercio electrónico ha experimentado tasas de crecimiento de dos dígitos. La industria, que ahora

supera los \$ 400 mil millones por año, depende en gran medida de las cajas de cartón ondulado para una entrega segura a los consumidores. Los hábitos de compra ahora están cambiando rápidamente con menos compras en tiendas físicas y más en línea.

El comercio minorista ha sido un duro golpe con casi 6.000 cierres de tiendas en 2018 y ya, los minoristas han anunciado cierres de más de 8.600 en 2019, según Business Información privilegiada. Las implicaciones para la industria del cartón ondulado podrían ser bastante profundas. El comercio minorista ha proporcionado una fuente de OCC de alta calidad y fácilmente disponible y es la columna vertebral de la base de suministro de la industria (Currás, 2019).

Sin embargo, a medida que disminuyen las fachadas de las tiendas, hay un cambio continuo de OCC hacia los centros de distribución de comercio electrónico (DC) y los hogares. Si bien la tasa de recuperación de OCC de la corriente comercial se acerca al 100%, la recuperación de OCC de las residencias es inferior al 40%. Eso significa que las empresas de CPG y los minoristas que envían productos a los consumidores tienen la oportunidad y la responsabilidad de ayudar a sus clientes a comprender que las cajas pueden y deben reciclarse.

Las empresas de cartón son una forma de contenedor que se utiliza para el embalaje, envío y almacenamiento de diversos productos vendidos al por menor a los consumidores o comercialmente a las empresas. Las cajas de cartón son un componente clave del término más amplio de embalaje o materiales de embalaje, que se basa en la protección de los productos durante el envío (Berg & Lingqvist, 2017).

Esto es necesario ya que durante el envío una caja de cartón ondulado o cualquier otro embalaje puede estar expuesto a diversas formas de estrés, como vibraciones mecánicas, golpes y ciclos térmicos, por nombrar algunos. Los ingenieros de empaque estudian las condiciones ambientales y diseñan

el empaque para mitigar los efectos de las condiciones anticipadas en las mercancías que se almacenan o envían.

Desde cajas de almacenamiento básicas hasta cartulinas multicolores, el cartón (a veces cartulina mal escrita) está disponible en una variedad de tamaños y formas. Un término para productos a base de papel más pesados, el cartón puede variar tanto en el método de fabricación como en la estética y, como resultado, se puede encontrar en aplicaciones muy diferentes. Debido a que el cartón no se refiere a un material de cartón específico, sino a una categoría de materiales, es útil considerarlo en términos de tres grupos separados: cartón, cartón ondulado y cartulina (Barrio, 2016).

Los tipos de cajas de cartón generalmente se dividen en dos grandes clasificaciones:

- Cajas de cartón
- Cajas de cartón ondulado

Un contenedor con ranuras regular tendrá solapas exteriores en la parte superior e inferior que son la mitad del ancho de la caja para encontrarse en el medio sin superponerse cuando la caja está cerrada. Los contenedores de media ranura, por otro lado, solo tienen solapas en la parte inferior para dejar una abertura en la parte superior (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

El cartón tiene normalmente un grosor de 0,010 pulgadas o menos y es esencialmente una forma más gruesa de papel estándar. El proceso de fabricación comienza con la fabricación de pasta, la separación de la madera (madera dura y albura) en fibras individuales, mediante métodos mecánicos o tratamiento químico.

La fabricación de pasta mecánica normalmente implica triturar la madera utilizando carburo de silicio u óxido de aluminio para romper la madera y separar las fibras. La fabricación de pasta química introduce un componente químico en la madera a altas temperaturas, que rompe las fibras que unen la celulosa. Hay aproximadamente trece tipos diferentes de pulpage mecánico y químico que se utilizan.

Para fabricar cartón, los procesos blanqueados o sin blanquear y los procesos SEM químicos son los dos tipos de pulpa que se aplican típicamente. Los procesos Kraft logran la pulpa mediante el uso de una mezcla de hidróxido de sodio y sulfato de sodio para separar las fibras que unen la celulosa. Si el proceso se blanquea, se agregan productos químicos adicionales, como tensioactivos y antiespumantes, para mejorar la eficiencia y la calidad del proceso. Otros productos químicos utilizados durante el blanqueo pueden blanquear literalmente el pigmento oscuro de la pulpa, haciéndola más deseable para determinadas aplicaciones (Berg & Lingqvist, 2017).

Los procesos semi químicos pretratan la madera con productos químicos, como carbonato de sodio o sulfato de sodio, y luego refinan la madera mediante un proceso mecánico. El proceso es menos intenso que el procesamiento químico típico porque no descompone completamente la fibra que une la celulosa. También tiene lugar a temperaturas más bajas y en condiciones menos extremas.

Una vez que la pulpa ha reducido la madera a fibras de madera, la pulpa diluida resultante se extiende a lo largo de una cinta en movimiento. El agua se elimina de la mezcla por evaporación natural y un vacío, y luego las fibras se presionan para su consolidación y para eliminar cualquier exceso de humedad. Después del prensado, la pulpa se calienta con vapor usando rodillos y se agrega resina o almidón adicional según sea necesario. Luego, se utiliza una serie de rodillos denominada pila de calendario para alisar y terminar el cartón final (Vidal, 2020).

El cartón representa un material a base de papel que es más grueso que el papel flexible tradicional utilizado para escribir. El grosor agregado agrega rigidez y permite que el material se use para crear cajas y otras formas de empaque que son livianas y adecuadas para contener muchos tipos de productos.

Las cajas de cereales y alimentos son un tipo común de caja de cartón, también conocida como cartón, que empaqueta cereales, pastas y muchos alimentos procesados. Son ejemplos en el empaquetado minorista de cajas de papel o cajas plegables, que se envían y almacenan fácilmente a granel cuando se pliegan en plano, y que se vuelven a doblar rápidamente en formas utilizables cuando es necesario.

En muchos casos, la caja de cartón es el componente principal del empaque (como en las cajas de panadería). En otras situaciones, la caja de cartón representa el empaque exterior, con empaque adicional que se usa para mayor protección (como en las cajas de cigarrillos o para medicamentos y artículos de tocador).

1.4.2. Clasificación de las empresas según su tamaño

A nivel global el mercado de la industria cartonera y papelera es más grande y compleja de lo que se puede apreciar a simple vista. Este mercado se segmenta de diversas formas. Solamente el mercado de cartón corrugado para empaques estuvo valuado en 262.61 billones de dólares americanos en el 2019, sin considerar a los otros productos derivados de la industria (Research and Markets, 2020). Esta industria tiene un mercado colosal, cuyos productos forman parte del día a día de la mayoría de las personas, quienes son consumidores directos e indirectos y cuya opinión es relevante en el futuro de esta industria.

El crecimiento de la industria papelera y cartonera desde hace varios años ha sido influenciado por cambios demográficos y la principal tendencia de consumo por productos sostenibles. A medida que más consumidores toman conciencia del uso de empaques y envases amigables con el medio ambiente, y crecen las preocupaciones por parte de organismos reguladores sobre los beneficios asociados al uso de los productos sostenibles, mayor impulso al desarrollo e innovación tendrá esta industria (Research and Markets, 2020). De acuerdo con Berg & Lingqvist (2017), la sostenibilidad de

empaques fabricados a base de cartón y papel es más importante para más de la mitad de los consumidores en comparación a cinco años atrás.

La innovación en la industria papelera y cartonera apunta a más de solo aplicar nuevas tecnologías que optimicen la producción de los productos de esta industria. Nuevas técnicas de fabricación que permitirán un mejor reciclaje de material para nuevamente ser usado como materia prima es el principal objetivo y hacia dónde quieren llegar muchas de estas innovaciones en América del Norte, Europa y Asia, pero Latinoamérica también juega un papel importante (Research and Markets, 2020).

1.4.3. La industria cartonera en Latinoamérica

En Latinoamérica el mercado de la industria papelera y cartonera esta segmentado en tres principales categorías: grado, tipo y usuario final. La categoría grado se divide en cartón, cartón para empaque y otro grado. Cajas plegables, cajas corrugadas, y otros tipos forman parte de la categoría de tipo. Por último, la categoría más extensa, por usuario final, esta categoría se divide en alimentos, bebidas, salud, cuidado personal, productos eléctricos, productos del hogar y otros.

El mercado latinoamericano experimenta un crecimiento debido al rápido desarrollo de negocios de comida rápida y congelada, y de materiales de empaque que ayudan a la preservación de todo tipo de productos. A pesar de que aún predomina en el mercado el uso de plástico en empaques, se evidencia poco a poco el cambio opciones como papel y cartón, lo cual impulsará aún más el crecimiento de este segmento en la industria (Mordor Intelligence, 2020).

1.4.4. La industria cartonera en el Ecuador

La industria del papel y cartón se ubica dentro de la industria manufacturera, la cual de acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador – BCE, es una industria que representa aproximadamente el 17% del PIB y cuyas actividades económicas registran las mayores tasas de crecimiento. Exactamente, la fabricación de papel y productos de papel, en 2017

representó 1,06 mil millones de dólares, lo cual corresponde a un aporte del 0,8% del producto interno bruto. El mismo año, cerca de 13 mil plazas de trabajo fueron generadas en esta industria, duplicando a la cifra de plazas de los dos años anteriores (Revista EKOS, 2018).

La producción de cartón mantiene una gran relevancia en la economía ecuatoriana, siendo fundamental para el correcto desarrollo de otras actividades en diversos sectores productivos, esto debido a la variedad de productos que ofrece la industria, (Sánchez, Vaya, Mayorga, & Freire, 2020). La industria exportadora es la más beneficiada, ya que, recibe el 100% de material de empaque de la industria cartonera, lo que la vuelve una industria clave para impulsar las exportaciones, primordialmente al sector florícola, bananero e industrial (Solís Plúas, 2021).

- ***El Sector Cartonero y su Relación con la Industria Exportadora***

El sector cartonero en el Ecuador es directamente dependiente de las exportaciones generadas por el país, ya que el volumen de ventas en cajas obtenidas por la industria exportadora representa el 93.5% de sus ingresos anuales y alrededor de 1.459 millones de producción en unidades de cajas por año (Revista EKOS, 2021). Según datos del Banco Central del Ecuador existe un total de \$13.649,4 millones en ingresos que sumaron las exportaciones no petroleras en el año 2019, siendo un año victorioso todas las industrias involucradas en el proceso (Banco Central del Ecuador , 2021).

Este impacto positivo es debido al fuerte crecimiento e impulso exportador en productos como: el camarón, que registró un aumento significativo del 32%; seguido del banano con el 13%; enlatados de pescado con el 11%; y las flores con el 10%, indica un documento de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPORT, 2021).

Tabla 1

Principales Productos de Exportación del Ecuador

Principales Productos de Exportación del Ecuador				
N	Productos	2017	2018	2019 Participación

1	Petróleo Crudo	40077.5	5764.5	6763.5	37.10%
2	Camarón	2140.5	2510.4	2703.9	14.80%
3	Banano y Plátano	2273.4	2551.9	2630.9	14.40%
4	Enlatados de Pescado	751.7	964.5	1045	5.80%
5	Flores Naturales	986.1	756	731.6	4.00%
6	Cacao y Elaborados	567.6	552.4	355.4	3.20%
7	Otras Manufacturas de Metal	258.5	304.2	267.9	1.90%
8	Atún y Pescado	212.6	188.4	227.6	1.50%
9	Extractos Y Aceites Vegetales	236.2	240.7	227.6	1.20%
10	Productos Mineros	254.7	225	226.8	1.20%

El éxito comercial exportador ha ocasionado que el país requiera cada vez más cajas para exportaciones que lleguen con la mejor calidad a los diferentes mercados mundiales cada vez más exigentes. Entre los sectores principales de exportaciones no petroleras que aportan significativamente al PIB del país se encuentra: el bananero, camaronero y florícola. Estos sectores consumen alrededor de 1.058 millones de unidades de cajas para exportación, representando el 72.52 % del total de cajas producidas por el sector cartonero en el año, según cifras obtenidas en el 2019.

Tabla 2

Análisis de los Principales Sectores de Exportación no Petroleros del Ecuador año 2019

Exportaciones de los Principales Sectores del Ecuador año 2019				
Sector	Toneladas Métricas	Cajas	Ventas USD	Divisas
Camaronero	645 miles de TM	423 millones	3890,53 millones	2.4%
Bananero	546 miles de TM	324 millones	3295,15 millones	4.78%
Florícola	122 miles de TM	311 millones	648,98 millones	1.42%

Según la información presentada se evidencia la importancia y beneficios de la exportación de productos, la cual no solo genera ganancias en dólares, sino que a su vez genera fuentes de empleo y garantiza un buen desempeño dentro de la economía local. Un claro ejemplo es debido a que su producto de embalaje o cajas de exportación es directamente proporcionado por empresas ubicadas en territorio ecuatoriano, motivando la industrialización, mejoramiento de técnicas de manejo de materia prima, generando métodos de mejora continua al país y aumentando certificaciones

internacionales además del buen reconocimiento del país a nivel global (BCE, 2019).

- ***Importaciones de Materia Prima y exportaciones de producto final***

A pesar de que Ecuador no es productor de pulpa de papel, exporta productos finales derivados de la pulpa, esto conlleva a que las importaciones de materia prima sean indispensables. Las importaciones de pulpa de papel como materia prima redondean los 350 millones de dólares al año, lo cual contempla productos de papel con fines gráficos, material de embalaje y papel doméstico y sanitario, principalmente de Colombia y Brasil (Revista EKOS, 2021).

Tabla 3

Principales países de donde Ecuador importa Papel y cartón

Origen	Valor Importado en 2017	Valor Importado en 2018	Valor Importado en 2019
Mundo	346,899	376,676	345,784
Colombia	92,453	89,960	80,716
Brasil	50,305	58,510	61,625
China	29,590	32,257	34,845
Chile	29,224	33,808	24,107
Perú	19,331	27,922	23,331

Por el lado de las exportaciones, en 2019 se exportaron \$61,6 millones de dólares proveniente de manufacturas de papel y cartón, equivalente a 50.000 toneladas métricas (Sánchez, Vaya, Mayorga, & Freire, 2020). Según la Corporación Financiera Nacional, los principales productos derivados de papel y cartón que el país exporta son rollos, cajas, sacas, libros, papel higiénico, entre otros, que tienen como destino final países como Colombia y Perú.

○ **Principales Empresas del Sector**

La industria de papel y cartón está conformada por un total de 134 empresas. De acuerdo a la Corporación Financiera Nacional, estas empresas están relacionadas por realizar esencialmente una de estas tres actividades; “La fabricación de pasta de madera entraña la separación de las fibras de celulosa de otras impurezas de la madera o el papel usado; La fabricación de papel consiste en el a fieltro de esas fibras hasta convertirlas en una lámina; Los productos de la transformación del papel se realizan con papel y otros materiales mediante diversas técnicas de corte y moldeado, incluidas actividades de revestimiento y laminado.”

Tabla 4

Número de empresas y de empleados de la industria de papel y cartón.

Tamaño de empresa	# Empresas 2019	# Empleados 2019
Grande	25	7,410
Mediana	28	872
Microempresa	38	195
Pequeña	43	457
Total	134	8,934

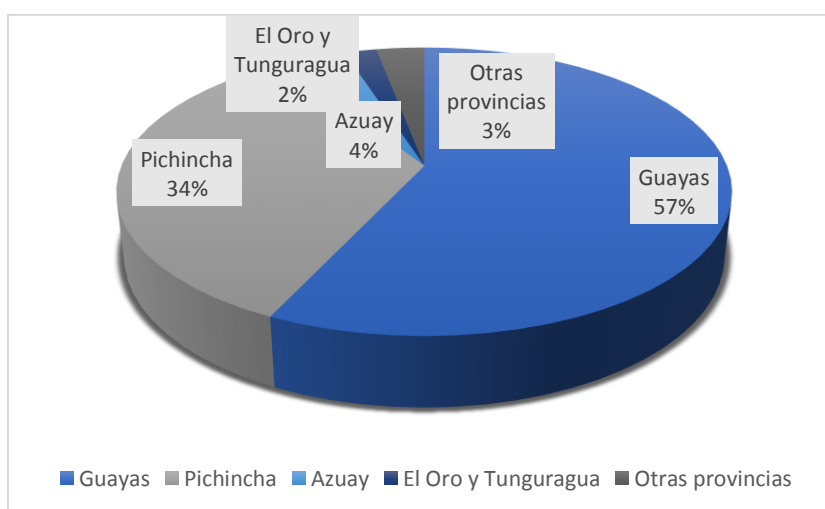
Acorde a datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, todas las empresas de este sector suman un total en activos de \$1.342 millones. Visto desde el nivel de ingresos de cada empresa, el Grupo Cartopel es la principal empresa del sector. Experimento un gran crecimiento debido a la creciente demanda nacional y su capacidad para participar en sustituir las importaciones de estos productos, lo cual le permitió generar ingresos de 215,91 millones de dólares. La empresa que ocupa el segundo lugar es Productora Cartonera S.A., cuyos ingresos al 2018 fueron de 170 millones de dólares (Revista EKOS, 2021).

Bajo este contexto, a pesar de que el sector del papel y cartón en el Ecuador aglomera 134 empresas solamente 17 se encuentran relacionadas directamente al sector cartonero, de las cuales la mayor parte se sitúa en la

provincia del Guayas con el 57% y pichincha con el 32%, Azuay con el 4%, El Oro y Tungurahua con un porcentaje de participación del 2% y otras provincias con el 3% (Corporación Financiera Nacional, 2021). (Corporación Financiera Nacional, 2021).

Figura 4

Empresas Cartoneras Ecuador 2019 Corporación Financiera Nacional



Fuente: Corporación Financiera Nacional

1.4.5. La industria cartonera en Guayas.

El sector cartonero de la provincia del Guayas establece un rol importante para la fabricación y venta de productos útiles para el consumidor, la provincia agrupa 5 de las 17 empresas cartoneras del país. La provincia del Guayas posee las cartoneras más fuertes y grandes de la industria a nivel nacional abarcando un volumen en producción y ventas locales del 78% en relación con otras provincias (Revista EKOS, 2021).

Tabla 5

Análisis de Volumen de Producción de la Industria Cartonera a Nivel Nacional

Provincia	Cartoneras en Ecuador	Cobertura en producción a nivel nacional	Total
GUAYAS	CARTOPEL S.A.	20.30%	78%
	PROCARSA	20.10%	
	INDUSTRIA CARTONERA S. A	15.80%	
	GRUPASA	15.60%	
	CARTORAMA C.A.	6.20%	
PICHINCHA	CARTONERA PICHINCHA	7.10%	14.13%

	PICARTONES S. A	3.30%	
	CORRUEMPAQUE CIA. TDA	0.33%	
	CARTONERA TUNGURAGUA	3.30%	
	CARTORINA	0.10%	
AZUAY	CARTONERA DEL AUSTRO	0.30%	0.30%
EL ORO	ESURSA	0.50%	
	INCARPALM	5.10%	5.60%
Otras provincias	CARTONERA DEL RIO	0.13%	
	MICROCARTONSA	0.30%	
	CARTONERA DEL VALLE	0.40%	1.97%
	CADALI S.A.	1.27%	

Como se observa gráficamente en la siguiente figura se puede distinguir el volumen de producción y posicionamiento del mercado de la provincia del Guayas frente a las otras provincias del Ecuador. Por consiguiente, esta se ubica en el puesto número uno con mayor cifra en volumen de producciones de cartón existentes en el año 2019, según análisis estadísticos de las ventas declaradas hasta marzo 2020, tomando en cuenta el año regular antes de la pandemia de COVID 19 que afecta desde el año 2020 en adelante (Mordor Intelligence, 2020).

○ **Sostenibilidad y procesos de la industria Cartonera en Guayas**

Parte de la actividad que realizan estas empresas se basa en prevenir y minimizar los impactos negativos ambientales y sociales, promoviendo el manejo viable de materiales. A más de proteger los ecosistemas con un alto valor de conservación, sobre todo respetando los derechos de los colaboradores, con el fin de construir un acceso equitativo a los beneficios (FSC, 2021).

De igual manera, entre los servicios que ofrecen estas empresas al cliente es la asesoría en el diseño y utilización de todo tipo de productos a base de cartón, desarrollo y diseño de empaque e impresión de productos, así como un manejo de inventario para resolver cualquier urgencia o imprevisto. Buscando la excelencia con el servicio, ofreciendo un producto para satisfacer al consumidor final (Pacheco & Pérez, 2014).

Entre los desperdicios que se generan en este tipo de empresas son las siguientes:

- **Sobreproducción:** Generar productos para los cuales no existe mayor demanda o clientes.
- **Sobre proceso:** Realizar un trabajo extra para un producto generando más cualidades que no están dispuestos a pagar.
- **Defectos:** Errores del producto que no aportan valor.
- **Transporte:** Traslado innecesario de los productos y materias primas, generando gastos innecesarios.
- **Inventario:** Almacenar exceso de materia prima en bodega (pág. 16).

Esta certificación trae beneficios como:

- Reducción de emisiones GEI.
- Ahorro económico.
- Mejora la productividad y competitividad.
- Colaboración activa en la mitigación del cambio climático.
- Sensibilización y difusión del respeto al medio ambiente.
- Responder a un mercado cada vez más preocupado con la protección del medio ambiente (Normas ISO, 2013).

Frente a lo expuesto, la Responsabilidad Social Empresarial es de vital importancia para aquellas empresas que se dedican al procesamiento de materia prima, puesto que están inmersas en el cambio continuo de procesos y mantienen una estrecha relación con el medioambiente, que de una u otra manera afectan con la contaminación. Por ende, la RSE en la competitividad de estas empresas busca beneficios para sus colaboradores, a más de conocer el impacto en el ambiente.

Algo fundamental en la metodología de Producción de Ciclo Cerrado es la clasificación y separación de materiales para descartar aquellos que sean tóxicos o dañen el medio ambiente. El ciclo biológico consta de "nutrientes biológicos" que pueden volver al medio ambiente y convertirse en nutrientes en la naturaleza ya que no son tóxicos y biodegradables (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

En el "ciclo técnico", existen "nutrientes técnicos" como los metales y ciertos polímeros que se distribuyen en ciclos cerrados de materiales o fluidos. Se eliminan los materiales y productos nocivos. Es necesario señalar que los productos resultantes de este enfoque son sofisticados y funcionales. El enfoque no está en contra del progreso o la tecnología; sin embargo, el objetivo es desarrollar productos que cumplan con una amplia gama de criterios de diseño, incluidas las consideraciones de salud del material, entre otras.

La forma en que se han fabricado los productos en el último siglo ha generado severos impactos en la naturaleza. Por ello, es importante que la industria proteja y ayude a enriquecer los ecosistemas y no al revés. En este sentido, el metabolismo biológico de la naturaleza utiliza todos los desechos como material para continuar con la producción de materia orgánica (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

Además, el ciclo de vida biológico en un ciclo cerrado busca copiar esa misma cualidad que tiene la naturaleza, mientras que el ciclo técnico busca restablecer. -ciclo de materiales complejos (por ejemplo, metales, plásticos). Esto solo es posible cuando los productos se diseñan teniendo en cuenta estos ciclos, y la idea de reutilizar lo que podamos considerar nutrientes orgánicos y técnicos, en definitiva, se trata de un marco económico, industrial y social integral.

El modelo no se limita al diseño industrial y la fabricación, se puede aplicar a muchos aspectos de la civilización humana, como en entornos urbanos, edificios, la economía y los sistemas sociales.

La independencia, la amplitud de miras y la transparencia son los principales objetivos del Instituto para los protocolos de certificación. El modelo actual se basa en un sistema de "desarrollo del ciclo de vida" iniciado por Michael Braungart y sus colegas de la Agencia de Promoción de la Protección Ambiental (EPEA) en los años 90 y explorado mediante la publicación de un marco técnico para la evaluación del ciclo de vida.

La industria del cartón ondulado La industria del cartón ondulado se considera el embalaje de transporte más utilizado en el mundo. Más del 70% de todos los productos transportados utilizan envases fabricados con cartón ondulado. El cuarenta por ciento de los envases de cartón ondulado se utiliza para envasar productos alimenticios, pero solo el 4% se utiliza realmente en contacto directo con los alimentos, mientras que el resto se utiliza como envase secundario (Barrio, 2016).

Las tiendas minoristas tienen numerosos estantes con envases para casi todos los productos alimenticios. Los cartones se utilizan ampliamente en alimentos; sin embargo, solo un pequeño porcentaje se utiliza para el contacto directo con alimentos, como se muestra en estadísticas recientes; ejemplos de estos incluyen cartones de pizza o cajas para hamburguesas o sándwiches.

El reciclaje de cartón ondulado ayuda a disminuir la eliminación de desechos sólidos en los vertederos. También proporciona fibra que se reutiliza para hacer corrugado nuevo, utilizando menos materia prima nueva en el proceso. El reciclaje del corrugado incluso genera ingresos para el usuario final, porque OCC es valioso para las fábricas de papel y los fabricantes de corrugado nuevo. ejemplo de los beneficios medioambientales de los envases de cartón ondulado. Pero eso no es todo: el embalaje de cartón ondulado es sostenible en todos los ámbitos: renovable, económico, eficaz: una elección de embalaje responsable (Berg & Lingqvist, 2017).

La sostenibilidad se basa en un principio simple. Todo lo que necesitamos para nuestra supervivencia y bienestar depende, directa o indirectamente, de nuestro entorno natural. La sostenibilidad crea y mantiene las condiciones bajo las cuales los seres humanos y la naturaleza pueden existir en armonía productiva que permitan cumplir con los requisitos sociales, económicos y de otro tipo de las generaciones presentes y futuras.

En la práctica empresarial actual, se entiende que la sostenibilidad abarca la gestión responsable de los recursos e impactos ambientales,

económicos y sociales. convertirse en una estrategia de supervivencia y marketing empresarial crítica, impulsada por la opinión pública, la regulación gubernamental, los cambios dramáticos en los criterios de compra de los principales minoristas y una mayor conciencia del consumidor. Los minoristas exigen ahora mejoras cuantificables en la sostenibilidad de los envases de los productos que compran y venden a los consumidores (Villacís, Suárez, & Güillín, 2016).

Las granjas de árboles ayudan a limpiar el aire, protegen nuestro medio ambiente mientras ayudan a generar un futuro sostenible. Fabricadas a partir de recursos renovables gestionados de forma responsable. El 96 por ciento de las cajas de cartón ondulado están fabricadas con material suministrado por programas de abastecimiento de fibra certificados como la Iniciativa Forestal Sostenible (SFI), el Consejo de Administración Forestal (FSC) y American Tree Farm System (ATFS). Los participantes del programa están comprometidos con la silvicultura sostenible en sus propios bosques y deben alentar a sus proveedores a practicar la silvicultura sostenible.

Evaluación del ciclo de vida (LCA), reciclaje y contenido reciclado, además de suministrar existencias vitales para la fabricación de nuevos productos de papel, los aumentos constantes en el reciclaje de cartón ondulado ayudan a la industria a seguir reduciendo su huella medioambiental. El contenido reciclado de las cajas de cartón corrugado está vinculado al uso total de fibra del sistema y, por lo tanto, está vinculado a muchas variables en una evaluación del ciclo de vida (LCA) (Barroso, 2018).

La cantidad de fibra virgen nueva requerida en el sistema se compensa con el contenido reciclado que afecta el consumo de energía y las emisiones en las plantas. El uso de casi el 50 por ciento de fibra reciclada en la caja de cartón corrugado promedio contribuye a una reducción significativa de los desechos en los vertederos y la generación posterior de metano, lo que reduce el impacto del ciclo de vida de la industria en el potencial de calentamiento global (GWP).

1.4.6. Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad del Sector Cartonero

La sostenibilidad corporativa se ha convertido en una palabra de moda en empresas grandes y pequeñas. Wal-Mart Stores, Inc. (WMT), McDonald's Corporation (MCD) y muchos de los verdaderos gigantes corporativos han nombrado a la sustentabilidad como una prioridad clave para avanzar. Ahora, otras corporaciones están bajo presión para mostrar cómo planean comprometerse y entregar sus bienes y servicios de manera sostenible. Esto, por supuesto, plantea la pregunta de qué significa exactamente todo esto (Barrio, 2016).

La sostenibilidad corporativa en la inversión puede caer bajo los términos ESG para medio ambiente, social y gobernanza o el acrónimo SRI que significa inversión socialmente responsable.

La sostenibilidad se define con mayor frecuencia como la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. Tiene tres pilares principales: económico, ambiental y social. Estos tres pilares se conocen informalmente como personas, planeta y ganancias.

El pilar medioambiental suele recibir la mayor atención. Las empresas se están centrando en reducir su huella de carbono, los residuos de envases, el uso de agua y su efecto general sobre el medio ambiente. Las empresas han descubierto que tener un impacto beneficioso en el planeta también puede tener un impacto financiero positivo.

Reducir la cantidad de material utilizado en el embalaje suele reducir el gasto total en esos materiales, por ejemplo: Walmart se centró en los envases a través de su iniciativa de desperdicio cero, presionando para que haya menos envases a través de su cadena de suministro y que más de esos envases se obtengan de materiales reciclados o reutilizados (Barrio, 2016).

Otros negocios que tienen un impacto ambiental innegable y evidente, como la minería o la producción de alimentos, abordan el pilar ambiental a

través del benchmarking y la reducción. Uno de los desafíos con el pilar ambiental es que el impacto de una empresa a menudo no se calcula en su totalidad, lo que significa que hay externalidades que no se están capturando.

Los costos totales de las aguas residuales, el dióxido de carbono, la recuperación de tierras y los desechos en general no son fáciles de calcular porque las empresas no siempre son las que están enganchadas por los desechos que producen. Aquí es donde entra en juego la evaluación comparativa para intentar cuantificar esas externalidades, de modo que el progreso en su reducción se pueda rastrear e informar de manera significativa (Tello, Agila, & Legarda, 2018).

El pilar social se vincula con otro concepto mal definido: la licencia social. Una empresa sostenible debe tener el apoyo y la aprobación de sus empleados, partes interesadas y la comunidad en la que opera. Los enfoques para obtener y mantener este apoyo son varios, pero se trata de tratar a los empleados de manera justa y ser un buen vecino y miembro de la comunidad, tanto local y globalmente.

Por el lado de los empleados, las empresas se centran nuevamente en las estrategias de retención y participación, que incluyen beneficios más receptivos, como mejores beneficios por maternidad y paternidad, horarios flexibles y oportunidades de aprendizaje y desarrollo. Para la participación de la comunidad, las empresas han ideado muchas formas de retribuir, incluida la recaudación de fondos, el patrocinio, las becas y la inversión en proyectos públicos locales.

El pilar económico de la sostenibilidad es donde la mayoría de las empresas sienten que están sobre un terreno firme. Para ser sostenible, una empresa debe ser rentable. Dicho esto, las ganancias no pueden superar a los otros dos pilares. De hecho, el beneficio a cualquier precio no es en absoluto de lo que se trata el pilar económico. Las actividades que se encuadran en el pilar económico incluyen el cumplimiento, la gobernanza adecuada y la gestión de riesgos. Si bien esto ya es algo que está en juego

para la mayoría de las empresas norteamericanas, no lo es a nivel mundial (Berg & Lingqvist, 2017).

En ocasiones, este pilar se denomina pilar de gobernanza, en referencia al buen gobierno corporativo. Esto significa que las juntas directivas y la administración se alinean con los intereses de los accionistas, así como con los de la comunidad de la empresa, las cadenas de valor y los clientes finales. Con respecto a la gobernanza, los inversores pueden querer saber que una empresa utiliza métodos de contabilidad precisos y transparentes, y que los accionistas tienen la oportunidad de votar sobre temas importantes.

También pueden querer garantías de que las empresas evitarán conflictos de intereses en la elección de los miembros de la junta, que no utilicen contribuciones políticas para obtener un trato indebidamente favorable y, por supuesto, que no se involucren en prácticas ilegales.

Es la inclusión del pilar económico y el lucro lo que hace posible que las corporaciones se sumen a las estrategias de sostenibilidad. El pilar económico proporciona un contrapeso a las medidas extremas que las empresas a veces se ven obligadas a adoptar, como el abandono instantáneo de los combustibles fósiles o los fertilizantes químicos en lugar de introducir cambios por etapas (Berg & Lingqvist, 2017).

1.4.7. Impacto ambiental de las empresas cartoneras

El cartón es uno de los materiales más utilizados para envasar productos electrónicos y alimentos. Debido a esto, es uno de los artículos que se recicla junto con la ropa usada, la electrónica y el plástico. El reciclaje de cartón ayuda a reducir los desechos sólidos, reduce la demanda de nuestros recursos naturales, reduce la cantidad de basura que va al vertedero y contribuye a un aire más limpio. Por otro lado, no reciclar cartón tiene efectos negativos.

A continuación, se presentan 4 razones por las que es tan malo no reciclar cartón:

1. Termina en un vertedero

Aunque el cartón está hecho de papel, este producto crea mucho peso y ocupa mucho espacio. Y dado que se utiliza mucho para el embalaje, se encuentra en todas partes y puede constituir una gran proporción de los residuos domésticos. De hecho, el papel y el cartón pueden constituir entre una cuarta parte y la mitad de toda la basura doméstica que se produce cada año. Imagínese la cantidad de espacio que ocuparía el vertedero si no se recicla.

Un vertedero no es un lugar agradable. Emite un olor desagradable, contamina el medio ambiente y contamina los cursos de agua y la tierra circundante, lo que representa un riesgo para la salud. No es posible lograr un flujo de residuos sin vertido en vertederos si el cartón no se recicla.

2. Afecta negativamente a la vida silvestre

El cartón se fabrica a partir de pulpa de madera y fibras de celulosa, lo que significa que para fabricar cartón nuevo es necesario talar árboles nuevos. Si no recicla cartón, aumenta la cantidad de árboles que deben talarse. Esto conduce a la destrucción del hábitat circundante y también a la vida silvestre. Entonces, el efecto general de no reciclar cartón es significativo a gran escala (Barrio, 2016).

3. Aumenta la cantidad de metano en la atmósfera.

Dado que el cartón es biodegradable, produce metano (el gas de efecto invernadero) al descomponerse. Si no recicla el cartón, terminará en un vertedero y aumentará la cantidad de metano que se libera a la atmósfera. Como resultado, ocupará un espacio innecesario y contribuirá también al calentamiento global. La presencia de metano en nuestra atmósfera es peligrosa y el reciclaje de cartón es una de las mejores formas de asegurarse de que se reduzca su cantidad (Doilet, 2020).

4. Aumenta el consumo de recursos naturales

Es un hecho bien conocido que la reutilización y reutilización de productos y materiales nos ahorra tener que generar nuevos recursos para convertirlos en materiales y productos utilizables. A diferencia de crear una tonelada del material desde cero, la reprocesamiento ahorra hasta 390 kWh de energía, requiere solo el 75% de la energía total necesaria para crear desde cero y ahorra hasta 1,1 barriles (46 galones) de aceite.

Entonces, cuando el cartón no se recicla, ejerce presión sobre los recursos naturales utilizados en la producción de los materiales, aumenta el consumo de recursos naturales en otras áreas como la energía y el petróleo, y genera más emisiones de azufre en comparación con la creación del material a partir de materiales reciclados (Hidalgo, 2020).

La huella de carbono del cartón ondulado de origen primario (virgen) se basa en 17 estudios, con una media de 1,14 kg CO₂e / kg y una desviación estándar de 0,45. El porcentaje de cartón reciclado se basa en el conjunto de datos de papel y cartón de la EPA, que establece que se reciclaron 45,970 mil toneladas estadounidenses de papel y cartón en 2018, de un total de 67,390 mil toneladas (Cuenca, 2020).

1.5. Marco Legal

La Organización Internacional de Normalización (ISO) (2015) establece los siguientes parámetros para las industrias cartoneras:

La gestión medioambiental por ISO 14001 aporta beneficios en múltiples áreas de una organización, entre ellos: ayuda a prevenir impactos ambientales negativo; evita multas, sanciones, demandas y costos judiciales, al reducir los riesgos de incumplimiento de la normativa legal aplicable; facilita el cumplimiento de las obligaciones formales y materiales exigidas por la legislación medio ambiental vigente; permiten optimizar inversiones y costos derivados de la implementación de medidas correctoras; facilita el acceso a las ayudas económicas de protección ambiental; reduce costos productivos al favorecer el control y el ahorro de las materias primas, la reducción del consumo de energía y de agua y la minimización delos recursos y desechos;

mejora la relación o imagen frente a la comunidad. Estos aportes de la norma ISO 14001, son positivos en un sistema de gestión de la calidad, he ahí la relación estrecha entre las normas ISO 14001 y la norma ISO9001.

La norma ISO 14001 se ajusta a los requisitos de ISO para todas las normas de los Sistemas de Gestión. Los requisitos incluyen una estructura de alto nivel, texto básico idéntico y los términos comunes con definiciones muy básicas que han sido diseñadas para beneficiar a los usuarios de aplicación de múltiples normas de sistemas de gestión ISO.

Este estándar internacional no incluye requisitos específicos para otros sistemas de gestión, como puede ser la calidad, la salud y la seguridad laboral, además de la energía o la gestión financiera. La norma internacional facilita que la organización utilice el enfoque basado en los riesgos y el pensamiento común con el que integrar el Sistema de Gestión Ambiental con los requisitos de otros Sistemas de Gestión. La norma, contiene todos los requisitos necesarios para realizar una evaluación de conformidad. Una empresa que quiere demostrar la conformidad de esta norma, puede hacerlo mediante:

- Autodeterminación y autodeclaración
- Búsqueda de la confirmación de su cumplimiento por las partes que tienen un interés en la empresa.
- Pedir confirmación de su autodeclaración por parte externa a la empresa
- La búsqueda de la certificación de su Sistema de Gestión Ambiental por parte de una empresa externa.

En esta norma existirán diferentes formas verbales que son utilizadas como:

- Deberá: indica un requisito
- Debería: indica una recomendación
- Podrá: indica permiso
- Puede: indica una posibilidad

Contexto de la organización

Comprensión de la organización y de su contexto

La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión ambiental. Estas cuestiones incluyen las condiciones ambientales capaces de afectar o de verse afectadas por la organización. Determinación del alcance del sistema de gestión ambiental La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión ambiental para establecer su alcance (Norma Internacional, 2015, pág. 6).

Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:

- Las unidades, funciones y límites físicos de la organización.
- Sus actividades, productos y servicios
- Su autoridad y capacidad para ejercer control e influencia.

De igual manera en el punto 4.4. Sistema de gestión ambiental, establece que:

Para lograr los resultados previstos, incluida la mejora de su desempeño ambiental, la organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión ambiental, que incluya los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional. (Norma Internacional, 2015, pág. 7)

Además, en cuanto al liderazgo y compromiso establecido en el punto 5, afirma que la alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión ambiental:

- Asumiendo la responsabilidad y la rendición de cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión ambiental;
- Asegurándose de que se establezcan la política y los objetivos ambientales, y que éstos sean compatibles con la dirección estratégica y el contexto de la organización;
- Asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión ambiental en los procesos de negocio de la organización;

- Asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión ambiental estén disponibles;
- Comunicando la importancia de una gestión ambiental eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión ambiental;
- Asegurándose de que el sistema de gestión ambiental logre los resultados previstos;
- Dirigiendo y apoyando a las personas, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión ambiental;
- Promoviendo la mejora continua;
- Apoyando otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad (2015, pág. 7).

En cuanto a los roles, responsabilidades y autoridades en la organización, se establece que:

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen y comuniquen dentro de la organización. La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para: a) asegurarse de que el sistema de gestión ambiental es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional (2015, pág. 8).

Certificación FSC. (Forest Stewardship Council)

Obtener una certificación FSC verifica que la organización cumple con los estándares sociales y ambientales más altos del mercado. A medida que crece el interés público por la salud de los bosques y los recursos madereros del mundo, el FSC brinda soluciones confiables a problemas sociales y ambientales (FSC, 2021).

FSC ofrece certificaciones en 3 diferentes áreas:

- Manejo Forestal
- Cadena de Custodia
- Madera Controlada.

Cada tipo de certificación corresponde con distintas fases de producción y donde los productos forestales ingresan a la cadena de producción/distribución. Los controles de cumplimiento de FSC garantizan que los ingredientes y productos con la etiqueta FSC provengan de bosques gestionados de manera responsable (FSC, 2021).

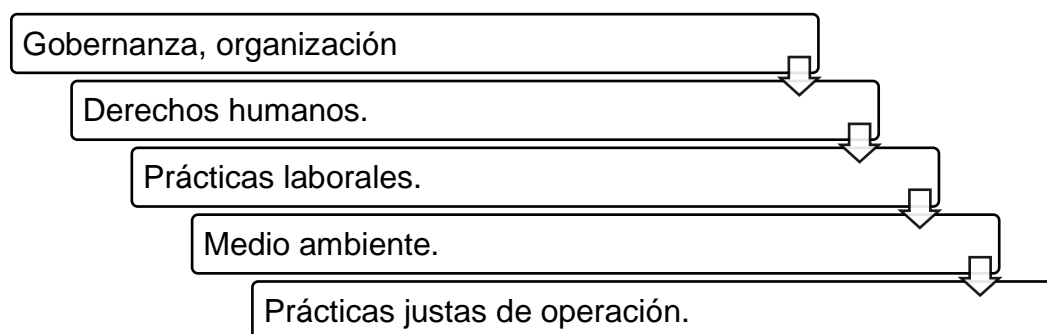
Norma ISO 26 000 Social Responsibility

Por el otro lado, en normativas para organizaciones, la norma ISO 26 000 Social Responsibility o en español como Responsabilidad Social fue diseñada para dar lineamientos en cooperación con toda clase de organización en el manejo del desarrollo sostenible (Geolnova, 2022).

La ISO 26 000 se presenta como una guía diseñada para dirigir, proteger y orientar a las organizaciones en dirección hacia la sostenibilidad y responsabilidad social corporativa, incluyendo los marcos más importantes: legal, social y ambiental. En la siguiente figura se observa los principios en los que se basa la norma.

Figura 5

ISO 26000 Social Responsibility



Fuente: Revista Geolnova (2022)

Leyes que garantizan la práctica de RSE en Ecuador

Actualmente no existe ninguna ley obligatoria acerca de las prácticas de RSE en Ecuador, sin embargo, la constitución del Ecuador 2008 garantiza que:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el Buen Vivir, Sumak Kawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradado (Constitución del Ecuador, 2008, pag 7).

Además, existen otras instituciones legales que orientan las buenas prácticas de la RSE tales como:

- Ley Orgánica de Empresas Públicas
- Ley Orgánica de Transparencia y Administración de la Información Pública
- Ley Orgánica del Servicio Público
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

CAPITULO 2: METODOLOGIA

2.1. Tipo de investigación

El tipo de estudio será no experimental, puesto que se basa en los sucesos que se emergen en las empresas del sector cartonero, con el fin de no manipular las variables, donde la observación juega un papel muy importante para la recolección de información que luego serán analizadas.

2.2. Enfoque de la investigación

La investigación presenta un enfoque cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) los parámetros de investigación utilizan el análisis de recolección de datos para responder preguntas de investigación y responder con precisión las hipótesis de investigación utilizando medidas numéricas, datos y el uso estadístico de patrones de comportamiento en la población sujeta (Domínguez, Sánchez, & Sánchez, 2009).

2.3. Alcance de la investigación

El estudio es correlacional y descriptivo. Es descriptivo porque agrega o mide datos presentados en múltiples aspectos, dimensiones, eventos, comunidades, fenómenos, eventos, contextos o situaciones (Arias, 2012). El objetivo es preguntarse si las instituciones analíticas son plenamente responsables socialmente. Además, tiene un rango de correlación porque mide la relación entre dos o más variables cuantificables y, de esta forma, la relación positiva o negativa entre RSE y competitividad en el campo. El sector del cartón se evalúa en empresas del Guayas.

El objetivo de la presente investigación es dar a conocer la relación de dos variables en todo contexto relacionado con los índices de competitividad, en este caso dando la ventaja competitiva-financiera, las características relevantes de cada variable con el fin de determinar específicamente su impacto en el proceso o problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

El método para lograr esta circunferencia es consistente con la metodología utilizada en la preparación de este estudio. Primero, se identificó el fenómeno y las variables estudiadas. Luego se eligió un método para recopilar información para demostrar cada resultado de RSE. El alcance descriptivo permite sacar conclusiones de los datos recopilados utilizando las herramientas predefinidas de la encuesta (Dahlsrud, 2008).

2.3.1. Horizonte de tiempo

El diseño del estudio fue no experimental, seccional. En el campo no experimental, esto se debe a que observará fenómenos en su entorno natural y luego los estudiará mediante la manipulación deliberada de variables dependientes. (Lerma, 2009). En una sección transversal, los datos se recopilan de un solo punto de tiempo durante un período de tiempo para describir y evaluar variables midiendo su efecto en un momento dado (Arias, 2012).

Según Cabrera (2006) plantea “Un estudio transversal constituye el estudio de un evento en un momento dado, superando así la limitación del factor tiempo. En este caso la unidad de tiempo viene determinada sólo por las exigencias de las condiciones del estudio, es decir por el necesario para recoger y analizar los datos” (p.30).

El diseño de investigación de un estudio de uno o más eventos en un momento específico en lugar de un estudio longitudinal que rastrea el factor de riesgo a lo largo del tiempo. En este contexto, el período de tiempo a ser analizado será desde el 2019 al 2020.

2.4. Instrumento o Herramienta de Análisis de Información

El instrumento de recolección de información tiene como finalidad validar la pregunta de investigación planteada. Según Monterrey y Gómez (2007) “Para entender qué es la prueba de hipótesis estadística, debemos partir del concepto de hipótesis de investigación y determinar en qué se diferencia de una hipótesis estadística” (p. 197). Si la hipótesis de investigación tiene una respuesta, esa respuesta representa una posible

respuesta a la pregunta de investigación y tiene dos valores de verdad (verdadero o falso) para determinar la respuesta. Para las preguntas de investigación, se supone que las estadísticas son datos que representan la información contenida en los datos (Monterrey & Gómez, 2007).

El cuestionario seleccionado se desarrollará a escala Likert y se centrará en la RSE, la competitividad, el sector cartonero y las relaciones que tienen los tres y cómo participan e influyen en su beneficio mutuo.

Junto al cuestionario, se realizará una serie de preguntas en formato entrevista, para permitir a quien realice la encuesta tener un conocimiento previo de la información que se requiere contestar en la encuesta. Por otro lado, estas preguntas en formato entrevista, nos permitirá conocer que tan profundo es el conocimiento del entrevistado sobre Responsabilidad Social Empresarial.

2.5. Desarrollo del Instrumento

Para el diseño del instrumento a utilizar en el presente estudio, se tomó como base dos estudios previos relacionados a la RSE y el desempeño de las organizaciones. Con respecto a la selección de los factores que se medirán en escala Likert, se tomó referencia el estudio realizado en la Universidad de Extremadura de España, titulado “Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa”. Dicha investigación tuvo como objetivo definir un instrumento que permita validar una escala de medida de la orientación hacia RSE y el grado de relación con variables estratégicas, en la cual se analizaron más de 700 empresas (Gallardo-Vázquez, Sánchez-Hernández, & Corchuelo-Martínez-Azúa, 2013).

Partiendo de este estudio se seleccionaron 20 factores divididos en 7 categorías que permitirán medir escalas de la variable independiente, en este caso el nivel de RSE en las empresas cartoneras. Para medir la variable dependiente, el nivel de competitividad del sector cartonero, se escogieron 13 factores divididos en 3 categorías.

Con respecto a la estructura del cuestionario y el peso de las variables, el presente estudio tomó como base la investigación titulada “Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador”. Esta investigación analizó la relación de las prácticas de RSE y el desempeño financiero de las empresas (Padilla, Arévalo, Bustamante, & Vidal, 2017). Partiendo de la metodología aplicada en este estudio, el instrumento de esta investigación también busca obtener un índice de RSE por medio de tres pilares o dimensiones, cada uno dividiéndose a su vez en factores o componentes.

El análisis del índice de RSE se compone de los pilares sociales, económicos y ambientales, con un peso de 40%, 40% y 20% respectivamente. En el mismo sentido se designó un peso a cada componente de cada dimensión, obteniendo el siguiente esquema:

Tabla 6

Esquema de pesos de Indicadores de RSE

INDICADORES RSE			
%	Dimensión RSE	%	Componente
40%	Dimensión Social	15%	RS1- Trabajadores
		15%	RS2- Clientes
		10%	RS3- Política Social
40%	Dimensión Económica	15%	RE1- Productos
		15%	RE2- Impacto en la comunidad
		10%	RE3- Gestión de RSE
20%	Dimensión Medioambiental	20%	RA1- Impacto Ambiental
100%		100%	

Para la obtención de un índice de competitividad del sector cartonero se aplicó un esquema similar. Los indicadores de competitividad se dividen en Innovación, Desempeño y Competitividad Interna.

Tabla 7

Esquema de pesos de Indicadores de Competitividad

	%	COMPONENTE
Indicadores de competitividad	40%	IC1- Innovación
	30%	IC2- Desempeño
	30%	IC-3 Competitividad Interna

100%

Tomando en consideración el instrumento previamente explicado se recopilará los datos necesarios para poder obtener un índice de RSE y de Competitividad de las empresas y del sector analizado.

2.6. Validación del Instrumento

En función de determinar la validez del instrumento a utilizar en la presente investigación, se desarrolló un análisis de fiabilidad a través del coeficiente de Alfa de Cronbach. Este coeficiente permite medir de forma sencilla la consistencia interna del constructo de una escala. El alfa de Cronbach se mide entre valores del 0 y 1, cuanto más cercano a 1 sea el coeficiente, mayor fiabilidad tendrá el instrumento. En el caso de obtener un valor negativo, este se interpreta como un alto grado de inconsistencia en el instrumento utilizado (Oviedo & Campo-Arias, 2005).

Para poder analizar el instrumento mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, primero se desarrolló un análisis de todos los datos obtenidos en escala Likert, a través del programa SPSS Statistics. Este análisis tuvo como resultado un coeficiente de 0.922 de un total de 33 elementos analizados.

Tabla 8

Análisis de Coeficiente de Alfa de Cronbach

Resumen de Procesamiento de Casos			
		N	%
Casos	Válido	5	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	5	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadística de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.922	33

En base al resultado obtenido de 0.922 como coeficiente de Alfa de Cronbach, se afirma la validez del instrumento. El análisis de los 33 elementos y el efecto que tendría la eliminación de cada uno en la validez del instrumento se encuentra puede ser revisado en los anexos de esta investigación. Una vez explicado el diseño y la validez del instrumento, se procede a explicar cómo se analizarán los datos que se recolectarán.

2.7. Análisis de Datos

El presente estudio tiene como objetivo estudiar el impacto de las actividades de RSE en los niveles de competitividad de las empresas cartoneras del Guayas, para lo cual se debe primero medir primero el nivel de aplicación de RSE, luego comprobar la existencia de una relación entre las variables analizadas y cómo es esta relación. Para el análisis estadístico de los resultados se utilizará el programa SPSS Statistics de IBM.

Primero se analizará los datos para la obtención de un índice de RSE tomando en consideración cada dimensión, se obtendrá la media, desviación estándar, mediana y moda de cada variable. Luego se procede a obtener un promedio general por cada componente de cada dimensión con el fin de poder obtener un índice promedio de RSE en las empresas del sector cartonero del Guayas. Se aplicará los mismos análisis para obtener un índice de Competitividad por cada uno de los tres componentes. De esta forma conoceremos cual es el nivel de progreso en actividades de RSE de las empresas estudiadas y el nivel de competitividad del sector.

Segundo, para comprobar si existe una relación entre las variables anteriormente mencionadas, se realizará un análisis de correlación de Pearson. El coeficiente de correlación de Pearson permite medir la relación estadística entre dos variables. El análisis permitirá conocer si existe una relación significativa o no entre los índices de RSE y los indicadores de Competitividad. Este análisis primero se realizará entre el índice general de RSE del sector cartonero de las guayas versus los indicadores de Innovación, Desempeño y Competitividad Interna. Por último, se realizará el mismo

análisis de correlación de Pearson entre la Dimensión Social, Económica, de RSE y cada indicador de Competitividad. Con este análisis se buscará comprobar la relación de las variables y explicar cómo se manifiesta en cada dimensión.

2.8. Fuentes de recolección de datos

Este cuestionario fue aplicado a empresas del sector cartonero de la provincia del Guayas, de forma virtual con la herramienta de Microsoft Teams y Zoom Meets para la realización de entrevistas y encuestas a las áreas o personal encargado de temas de RSE en cada una de las 5 cartoneras a evaluar.

2.8.1. Fuentes primarias

La fuente primaria utilizada en esta investigación fue a través del cuestionario descriptivo, el cual se encuentra en un formato lineal de escala Likert, siendo 0 el valor más bajo y 5 el valor mayor. De esta manera se estableció valor numérico a la relación correspondiente a la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad de las cartoneras en la provincia del Guayas.

2.8.2. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias que se obtuvieron en la investigación fueron mediante recopilación de información vía internet, como libros científicos, publicaciones en revistas científicas, legislaciones, constitución del Ecuador y libros los cuales permitieron elaborar un marco teórico y legal con temas como: a) conceptos de RSE b) indicadores de competitividad, c) leyes del Ecuador, d) Industria cartonera, etc.

2.9. Población y Muestra

La población de investigación está conformada por 17 empresas del sector cartonero del Ecuador, enfocándose en las 5 ubicadas en la provincia del Guayas.

La población es “el conjunto de elementos o individuos que reúnen las características que se pretenden estudiar” (Fuentelsaz, 2004, p.5).

La presente investigación se centra en analizar a las empresas cartoneras de la provincia del Guayas, provincia que aglomera a las empresas del sector que aportan más al PIB, además, de ser la provincia que reúne a la mayor cantidad de empresas del sector. Se seleccionaron 5 empresas del sector cartonero (PROCARSA, CARTOPEL, GRUPASA, Industria Cartonera Ecuatoriana S.A, CARTORAMA C.A), el cual representa a su totalidad en la ubicación del Guayas, que será la muestra para el análisis descriptivo-correlacional de la investigación.

CAPÍTULO 3: RESULTADOS

3. Análisis de Resultados del Cuestionario

Para dar inicio al análisis de los resultados obtenidos se explicará la estructura del cuestionario utilizado en recolección de datos, el cual está constituido por dos partes principales. La primera parte del cuestionario se centra en analizar variables de la RSE, que permitan determine un índice de Responsabilidad Social Empresarial por cada empresa y por último un índice promedio del sector analizado. Esta primera parte se divide en 20 preguntas, las cuales están clasificadas acorde a cada dimensión analizada de la RSE, que son, la variable Social, Económica y Ambiental.

La segunda parte de nuestro cuestionario está conformada por 13 preguntas, las cuales están orientadas a medir el nivel de competitividad de las empresas del sector estudiado. Semejante a la primera parte de nuestro cuestionario, la segunda parte se divide en 3 variables, las cuales son Innovación, Desempeño y Competitividad Interna. Todo el cuestionario se desarrolló en base a la escala Likert para poder medir los niveles de desarrollo de cada variable, siendo 5 “Gran Avance” y 1 “Ningún Avance”.

3.1. Análisis de Indicadores de RSE

3.1.1. Análisis Dimensión Social

Dentro de la Dimensión Social de la RSE, se evaluó 3 factores: Trabajadores, Clientes y Política Social. Iniciando con el factor Trabajadores, como se evidencia en la tabla 3, se evaluaron 6 variables, siendo la variable de *Preocupación por bienestar de empleados*, la variable que más sobresale con una puntuación de 4 en la escala Likert. La variable con menor nivel de desarrollo, puntuación de 3.40, es la variable de *Políticas de flexibilidad laboral*.

Estos resultados se explican a través del sector que se analiza, al ser un sector productivo, con plantas de fabricación, siempre se requerirá la presencia de personal operativo, por ende, esta variable tiene un regular desarrollo. Por otro lado, el mediano avance en la variable de *Preocupación por bienestar de empleados* se puede explicar por el cumplimiento de estándares de seguridad dentro de las plantas de cada empresa.

Tabla 9

Análisis de Dimensión Social-Trabajadores

		Desv.					Máximo	N
		Medi a	estándar	Median a	Mod a	Mínim o		
Variable								
	Preocupación por bienestar de empleados	4.00	0.000	4.00	4	4	4	5
	Salarios acordes a las competencias y rendimientos	3.80	0.837	4.00	3 ^a	3	5	5
RS1- Trabajadores	Compromiso con la formación y desarrollo de sus empleados	3.60	0.548	4.00	4	3	4	5
	Políticas de flexibilidad laboral	3.40	0.548	3.00	3	3	4	5
	Igualdad de oportunidades para todos los empleados	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5

Continuando con el análisis del factor Clientes, evidenciamos que las variables de Satisfacción de clientes y Gestión de reclamos y quejas en la Tabla 4 registran un mediano avance, lo cual se traduce en que existe una constante preocupación por parte del sector en el nivel de servicio que ofrecen a sus clientes.

Tabla 10

Análisis Dimensión Social-Clientes

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RS2- Clientes	Satisfacción de clientes	4.60	0.548	5.00	5	4	5	5
	Gestión de reclamos y quejas	4.00	0.707	4.00	4	3	5	5

Para finalizar el análisis del último factor de la Dimensión Social, tenemos en el mismo nivel las variables de Cumplimiento de políticas de anticorrupción y Cumplimiento de códigos de ética y conducta. Estas variables tienen una calificación de 4.20 en la escala Likert, estos resultados se traducen en la iniciativa por parte del sector de ser constante en el cumplimiento de políticas internas y externas.

Tabla 11*Análisis Dimensión Política Social*

Variable		Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RS3- Política Social	Participación de proyecto sociales en la comunidad	3.80	0.837	4.00	3a	3	5	5
	Cumplimiento de códigos de ética y conducta	4.20	0.447	4.00	4	4	5	5
	Cumplimiento de políticas de anticorrupción	4.20	0.837	4.00	4a	3	5	5

Al analizar de forma completa la Dimensión Social se evidencia que la variable más desarrollada es la Satisfacción de clientes, obteniendo un 4.6 en la escala Likert, y la variable Políticas de flexibilidad laboral con una puntuación de 3.4. Estos resultados exponen que en el sector cartonera existe una gran preocupación por el nivel de servicio y la satisfacción que generan en sus clientes con sus productos, pero tienen un limitante en la flexibilidad laboral, algo que es común en industrias, debido al trabajo en planta que se realiza para elaboración de sus productos.

Tabla 12*Análisis Dimensión Social*

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RS1- Trabajadores	Preocupación por bienestar de empleados	4.00	0.000	4.00	4	4	4	5
	Salarios acordes a las competencias y rendimientos	3.80	0.837	4.00	3 ^a	3	5	5
	Compromiso con la formación y desarrollo de sus empleados	3.60	0.548	4.00	4	3	4	5
	Políticas de flexibilidad laboral	3.40	0.548	3.00	3	3	4	5
	Igualdad de oportunidades para todos los empleados	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5
RS2- Clientes	Satisfacción de clientes	4.60	0.548	5.00	5	4	5	5
	Gestión de reclamos y quejas	4.00	0.707	4.00	4	3	5	5
RS3- Política Social	Participación de proyecto sociales en la comunidad	3.80	0.837	4.00	3 ^a	3	5	5
	Cumplimiento de códigos de ética y conducta	4.20	0.447	4.00	4	4	5	5
	Cumplimiento de políticas de anticorrupción	4.20	0.837	4.00	4 ^a	3	5	5

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño

3.1.2. Análisis Dimensión Económica

En nuestro cuestionario la Dimensión Económica se encuentra dividida en 3 factores que son Productos, Impacto en la comunidad y Gestión de RSE. Partiendo del primer factor, Productos, se puede evidenciar en la tabla 7, la calificación más alta la

obtiene la variable de *Preocupación por ofertar productos de alta calidad*, aunque el resto de sus variables se ubican en el mismo rango de 4-5 puntos en la escala Likert.

Tabla 13

Análisis Dimensión Económica-Productos

Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
Preocupación por ofertar productos de alta calidad	4.60	0.548	5.00	5	4	5	5
RE1- Productos Cumplimiento de estándares nacionales e internacionales de calidad	4.20	0.447	4.00	4	4	5	5
Adecuación de precio con relación a calidad	4.00	0.707	4.00	4	3	5	5

El siguiente factor analizado fue el Impacto en la comunidad, dentro de este factor se analizaron dos variables. La variable de Respeto por los derechos de los consumidores registra un mediano avance con una puntuación de 4.6, lo que se puede explicar cómo un alto nivel de compromiso en la calidad del servicio y producto que entregan no solo a sus clientes, ya que en todo momento sus acciones están encaminadas al respeto de los derechos de los consumidores. Por el contrario, la variable de Inversión en el bienestar de la comunidad registra una puntuación de 3.8, lo que significa que el sector tiene un avance regular en el nivel de inversión en actividad que genere beneficio a la comunidad donde está inmerso el sector.

Tabla 14

Análisis Dimensión Económica-Impacto en la comunidad

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RE2- Impacto en la comunidad	Respeto por los derechos de los consumidores	4.60	0.894	5.00	5	3	5	5
	Inversión en el bienestar de la comunidad	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5

El último factor analizado en la Dimensión Económica corresponde a Gestión de RSE. En base a los resultados expuestos en la tabla 9, las dos variables analizadas, Incorporación de compras responsables y Estrategias y objetivos de RSE, se encuentran en un nivel de mediano avance. La definición de estrategias, el cumplimiento de objetivos y la documentación de estos procesos, es limitada y en ocasiones no es clara. Dentro del proceso de recolección de datos y entrevista, se evidenció que no hay proceso claro de cómo documentar las actividades de RSE.

Tabla 15

Análisis Dimensión Económica-Gestión de RSE

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RE3- Gestión de RSE	Incorporación de compras responsables	3.80	0.837	4.00	3 ^a	3	5	5
	Estrategias y objetivos de RSE	3.40	0.548	3.00	3	3	4	5

Al evaluar toda la Dimensión Económica, se manifiesta que las variables más desarrolladas son Preocupación por ofertar productos de alta calidad y Respeto por los derechos de los consumidores, ambas variables comparten una puntuación de 4.6 en la escala Likert. Esto se puede traducir a la alta preocupación por el sector cartonero de ofrecer al mercado un producto y servicio integral que pueda más que satisfacer a sus clientes. En cambio, la variable con menor nivel de desarrollo fue la de Estrategias y objetivos de RSE, demostrando que hay formas de mejorar en ese aspecto.

Tabla 16

Análisis Dimensión Económica

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RE1- Productos	Preocupación por ofertar productos de alta calidad	4.60	0.548	5.00	5	4	5	5
	Cumplimiento de estándares nacionales e internacionales de calidad	4.20	0.447	4.00	4	4	5	5
	Adecuación de precio con relación a calidad	4.00	0.707	4.00	4	3	5	5
RE2- Impacto en la comunidad	Respeto por los derechos de los consumidores	4.60	0.894	5.00	5	3	5	5
	Inversión en el bienestar de la comunidad	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5
RE3- Gestión de RSE	Incorporación de compras responsables	3.80	0.837	4.00	3 ^a	3	5	5
	Estrategias y objetivos de RSE	3.40	0.548	3.00	3	3	4	5

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

3.1.3. Análisis Dimensión Ambiental

La Dimensión Ambiental es la última en analizar dentro de los indicadores de RSE. Esta dimensión solo consiste en un factor, el cual contiene dos variables: *Cumplimiento de políticas medioambientales*, *Inversión en reducción de impacto medioambiental* y *Capacidad de minimizar impacto ambiental*. La variable de *Cumplimiento de políticas medioambientales* registra una puntuación de 4.2, siendo la más alta de las variables, lo cual se traduce en un alto compromiso por parte del sector cartonero en el cumplimiento de estas políticas. Por otro lado, la variable de *Capacidad de minimizar impacto ambiental* registra un regular avance, esto demuestra que, a pesar del cumplimiento de políticas medioambientales, aún el sector debe de invertir y desarrollar mecanismos o procesos que les permitan minimizar el impacto que genera su actividad al medio ambiente.

Tabla 17

Análisis Dimensión Ambiental

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
RA1- Impacto Ambiental	Cumplimiento de políticas medioambientales	4.20	0.837	4.00	4 ^a	3	5	5
	Inversión en reducción de impacto medioambiental	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5
	Capacidad de minimizar impacto ambiental	3.40	0.548	3.00	3	3	4	5

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

3.1.4. Índice de Responsabilidad Social Empresarial

Para poder determinar un índice que nos permita medir cual realmente el avance que ha tenido el sector cartonero de la provincia del Guayas en RSE, se determinó un peso a cada factor analizado en nuestra encuesta, luego se buscó un promedio general por el peso de cada factor, acorde a los resultados de cada variable por las empresas evaluadas.

Tabla 18

Índice Promedio de RSE-Sector Cartonero

		Promedio General
Dimensión Social de la RSE	<i>RS1- Trabajadores</i>	3.72
	<i>RS2- Clientes</i>	4.133
	<i>RS3- Política Social</i>	4.20
Dimensión Económica de la RSE	<i>RE1- Productos</i>	4.27
	<i>RE2- Impacto en la comunidad</i>	4.20
	<i>RE3- Gestión de RSE</i>	3.60
Dimensión Medioambiental	<i>RA1- Impacto Ambiental</i>	3.80
Índice Promedio RSE	Índice Promedio RSE	3.989
Desviación estándar	Desviación Estándar RSE	0.2727

Como se puede evidenciar en la tabla 12, el sector cartonero tiene un índice promedio de RSE de 3.989 lo que lo acerca bastante a un mediano avance en aplicación de Responsabilidad Social Empresarial. Denota la inversión y preocupación de la industria cartonera de desarrollar actividades que sean de beneficio social, económico y ambiental. La desviación estándar de 0.2727 demuestra que no hay gran dispersión entre los datos, con aquello podemos afirmar que las dimensiones analizadas están dentro del mediano avance.

3.2. Análisis de Indicadores de Competitividad

En la segunda parte de nuestro cuestionario, se reunieron datos para analizar los indicadores de competitividad de la industria cartonera, estos indicadores se dividen en tres: Innovación, Desempeño y Competitividad Interna. Iniciando por Innovación, tal como se puede evidenciar en la tabla 13, la variable con mayor calificación es la *de Aplicación de mejoras en procesos de producción y/o distribución* y variable menor puntuada es la *de Desarrollo de nuevos productos/servicios*. Esto demuestra que la industria está orientada a mejorar sus procesos logísticos internos como externos y busca optimizar sus procesos de producción para mejorar toda la cadena productiva. Sin embargo, el hecho de que sus actividades estén orientadas a mejorar los aspectos antes mencionados ha limitado el desarrollo de nuevos productos, esto se puede explicar por dos motivos. El primer motivo puede ser la falta de demanda de los consumidores por un nuevo producto ya que sí existe una oferta completa, o, el segundo motivo es la falta de desarrollo por parte de la industria en ofertar al mercado nuevos productos o servicios.

Continuando con Desempeño, la variable con mayor desarrollo es la *de Fidelización de clientes*, teniendo una puntuación de 4.2 en la escala Likert. Evidencia que los clientes del sector cartonero tienen un grado alto de satisfacción del producto/servicio ofertado en el mercado, tal como se evidencio en la primera parte del análisis de los resultados. La variable más baja con 3.2 en la escala Likert, es *Retorno sobre patrimonio (ROE)*, tal como se expone en la tabla 14. Con una escala similar se encuentran las variables de *Retorno sobre activos (ROA)* y *Posicionamiento en mercado*, ambas variables comparten una puntuación de 3.6 de la escala Likert.

Tabla 19

Análisis de Indicador de Innovación

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
IC1- Innovación	Implementación de proyectos de investigación y desarrollo	3.60	0.548	4.00	4	3	4	5
	Desarrollo de nuevos productos/servicios	3.20	0.447	3.00	3	3	4	5
	Aplicación de mejoras en procesos de producción y/o distribución	4.00	1.000	4.00	3 ^a	3	5	5

Tabla 20

Análisis de Indicador de Desempeño

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
IC2- Desempeño	Fidelización de clientes	4.20	0.837	4.00	4 ^a	3	5	5
	Retorno sobre activos (ROA)	3.60	0.548	4.00	4	3	4	5
	Retorno sobre patrimonio (ROE)	3.20	0.447	3.00	3	3	4	5
	Posicionamiento en mercado	3.60	0.548	4.00	4	3	4	5

El último indicador por analizar es el nivel de competitividad que se obtiene desde la gestión interna de la empresa. Como muestra la tabla 15, la variable con mayor desarrollo es la de *Transparencia en gestión financiera*, puntuada con 4.6, mientras que la variable que denota menor desarrollo es la de *Recursos tecnológicos y sistemas de información*. Esto quiere decir, que las empresas del sector cartonero son transparentes en el ámbito financiero, esto se debe a que, al ser empresas grandes, están reguladas por entidades de control. Por otro lado, existe una falta de desarrollo o inversión en tecnologías y sistemas dentro de las empresas del sector, esto se puede explicar por las actividades que realiza la empresa.

Tabla 21

Análisis de Indicador de Competitividad Interna

	Variable	Media	Desv. estándar	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	N
IC-3 Competitividad Interna	Formación y capacitación del personal	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5
	Capacidad directiva de gestores	4.20	0.837	4.00	4 ^a	3	5	5
	Calidad de productos y servicios	4.20	0.447	4.00	4	4	5	5
	Recursos tecnológicos y sistemas de información	3.20	0.447	3.00	3	3	4	5
	Transparencia en gestión financiera	4.60	0.548	5.00	5	4	5	5
	Conocimiento de mercado y know-how	3.80	0.447	4.00	4	3	4	5

3.3. Índice de Competitividad

En la segunda parte de nuestra encuesta también se reunió información que nos permita obtener un indicador del nivel de competitividad que tienen las empresas del sector estudiado. Para poder obtener este indicador se dio un peso a cada categoría evaluada, la cual contiene las variables analizadas. Luego de generar los pesos de cada categoría se determinó el indicador promedio de competitividad de las empresas cartoneras.

Tabla 22

Índice Promedio de Competitividad de Empresas Cartoneras

	Promedio General
Índice de <i>IC1- Innovación</i>	3.60
Competitividad <i>IC2- Desempeño</i>	3.65
<i>IC-3 Competitividad Interna</i>	3.97
Índice Promedio Competitividad	3.74
Desviación Estándar de Competitividad	0.198839

El índice obtenido es de 3.74, lo cual demuestra que las empresas del sector cartonero están en un nivel de regular avance en el ámbito competitivo. Se registra una desviación estándar de 0.198839, mostrando que hay una mínima dispersión de los datos.

3.4. Análisis de la Relación entre RSE y Competitividad

Luego de analizar las dos partes del cuestionario se obtuvieron índices promedios por las variables de RSE y las variables de Competitividad. Para poder analizar cuál es la relación que existe entre actividades relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño competitivo de las empresas, se realizó una correlación entre los índices obtenidos, de esta

forma podremos medir cómo funciona esta relación en caso de existir, y como se manifiesta en cada dimensión estudiada.

Tabla 23

Correlación de Índice de RSE con Indicadores de Competitividad

Índice RSE		IC1- Innovación	IC2- Desempeño	IC-3 Competitividad
Índice RSE	CP	1	0.8678	0.9995
	Sig.		0.9315	0.6749
	N	5	5	5

De acuerdo con lo expuesto a la tabla 17, se evidencia que el coeficiente de Pearson entre el Índice de RSE y el Indicador de Innovación es 0.8678 con una significancia de 0.9315, lo que significa que existe una fuerte relación positiva entre estas dos variables. Similar es el caso de la relación entre el Índice de RSE y el Indicador de Competitividad, siendo esta relación mucho más fuerte y con un valor de significancia prácticamente 1.

No obstante, el coeficiente de Pearson obtenido entre el Índice de RSE y el Indicador de Desempeño, el cual estaba conformado por variables de Desempeño financiero, tiene una correlación moderada siendo esta inferior a 0.5 y una significancia de 0.6749, lo que la hace la más baja en comparación a los otros índices analizados.

Continuando con el análisis de las tres dimensiones de la RSE y los Indicadores de Competitividad, se realizó la correlación entre cada una de estas variables. Como podemos observar las variables con mayor fuerza de correlación son las dimensiones de RSE y el Indicador de Competitividad, todas obteniendo un coeficiente de Pearson superior a 0.9, y una correlación con la misma puntuación.

Tabla 24

Análisis de Correlación entre Indicadores de RSE e Indicadores de Competitividad

		IC1- Innovación	IC2- Desempeño	IC-3 Competitividad
RS	CP	0.7743	0.2870	0.9222
	Sig.	0.8799	0.5357	0.9603
	N	5	5	5
RE	CP	0.8208	0.4175	0.9646
	Sig.	0.9060	0.6461	0.9821
	N	5	5	5
RA	CP	0.8807	0.7308	0.9070
	Sig.	0.9385	0.8549	0.9524
	N	5	5	5

Por otro lado, se puede observar que la dimensión de Responsabilidad Social presenta una baja fuerza de correlación débil de 0,2870, con una significancia de 0.5357. Una fuerza de correlación moderada se evidencia entre la dimensión de Responsabilidad Económica y el Indicador de Desempeño, con un coeficiente de Pearson de 0.4175. Se puede comprender que las dimensiones de RSE no presentan una correlación comparativamente fuerte con el Indicador de Desempeño como lo presentan con el Indicador de Innovación y el Indicador de Competitividad.

Basándonos en los resultados obtenidos del análisis de correlación de Pearson entre el Índice de RSE y los indicadores de Competitividad, se rechaza la Hipótesis₀ y se acepta la Hipótesis₁. Podemos afirmar la existencia de una relación positiva entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad del Sector Cartonero de la provincia del Guayas.

CAPITULO 4:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La siguiente investigación ha reflejado las siguientes conclusiones:

Con respecto al primer objetivo manifestado en la misma: Analizar las teorías relacionadas con la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial a través de estudios anteriores para explicar beneficios obtenidos por cada empresa según su nivel de RSE.

Acorde a la revisión de las teorías expuestas en este estudio, se concluye que la aplicación de actividades de RSE y el desempeño competitivo tienen una relación positiva en la industria cartonera del Guayas. Actualmente, el sector está siendo evaluado bajo las prácticas de RSE, donde el uso de estas llega a ser una obligación implícita para estar dentro del mercado local e internacional. Los beneficios alcanzados por las empresas que implementan las Practicas de Responsabilidad Social Corporativa son innumerables, sin embargo, uno de los más resaltantes es la publicidad y el buen nombre de la marca o empresa dentro del mercado, la ayuda social ambiental y económica brindada hacia la comunidad genera un gran impacto a la industria, permitiéndoles salir en internet, radios, periódicos y diferentes medios de comunicación ajenos a publicaciones asociados con la actividad. Comercial.

Con respecto al segundo objetivo manifestado en la misma: Analizar los indicadores de competitividad del sector cartonero a través de instrumentos estadísticos para determinar el impacto de la RSE de las industrias cartoneras.

El análisis de los indicadores de competitividad demostró que las empresas estudiadas registran un buen avance en la mayoría de las variables analizadas. Siendo las variables de innovación las que requieren de mayor mejora, específicamente en el desarrollo de nuevos productos. No obstante, se debe de recordar que las empresas cartoneras ya cuentan con estándares

fijos en el producto que entregan, por lo que el desarrollo de nuevos productos depende mucho de la demanda del mercado, una demanda que por ahora no es tan significativa.

Por otro lado, la aplicación de mejoras en los procesos de producción y distribución es constante, a pesar de que una mayor inversión es requerida. Es claro que para las empresas del sector que ofertar productos y servicios de alta calidad, les permite competir en el mercado. En el desempeño financiero se evidenció un avance regular, el cual demuestra que las variables requieren de un mayor desarrollo. Sin embargo, el desempeño financiero depende de la capacidad directiva de los administradores de las empresas y del mercado.

Por último, se descubrió que existe una gran inversión y preocupación por parte de las empresas en tener personal capacitado. Es por este motivo que el 100% de las empresas encuestadas cuentan con planes de formación y desarrollo para sus colaboradores.

Con respecto al tercer objetivo manifestado en la misma: Identificar la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en el sector cartonero de la provincia del Guayas mediante un enfoque cuantitativo con el fin de verificar su incidencia.

Se afirma que la competitividad de las empresas estudiadas en esta investigación presenta una relación positiva directa con las actividades relacionadas a prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. No obstante, la relación encontrada no fue la misma cuando se analizó individualmente cada Dimensión de RSE con cada Indicador de Desempeño. Iniciando por las variables en donde la correlación que existe entre el Índice de RSE y los Indicadores de Desempeño es fuerte, se descubrió que las actividades de Responsabilidad Social tienen un impacto positivo en el nivel de competitividad e innovación de las empresas, menos en el indicador de desempeño que analizaba variables financieras y de rentabilidad.

La dimensión de Responsabilidad Económica mantiene una relación positiva alta con los indicadores de avance en innovación y competitividad, pero registró una leve relación con el indicador de desempeño financiero. En el caso de la Responsabilidad Ambiental, registró una relación positiva con todos los indicadores de competitividad.

En conclusión, podemos afirmar que la práctica de actividades relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial dentro del sector cartonero tiene un impacto positivo en los niveles de competitividad de las empresas del sector. En pocas palabras, mientras más orientadas estén las estrategias de las empresas en cumplir, implementar y poner en práctica actividades relacionadas a la RSE, mayor será la oportunidad que tendrán en ganar más espacio en el mercado, conseguir y retener clientes, y la calidad de los productos y servicio que ofertan. Sin embargo, la aplicación de las prácticas antes mencionadas no asegura el rendimiento financiero de las empresas, se puede argumentar que la RSE permite a las empresas a ser más competitivas, pero esto no asegura su éxito financiero, ya que este depende mucho de los gestores de la empresa.

4.2. Recomendaciones

En base al estudio realizado, una de las principales problemáticas presentadas en las empresas analizadas es la falta del personal dedicado al tema de Responsabilidad Social Empresarial, por lo que se sugiere armar un departamento delegado a funciones directas con el tema, de esta manera, no se mezclan las direcciones y se establece una guía para los eventos a realizar. Implementar procesos claros para la documentación los procesos de RSE y alinear las estrategias de las empresas del sector a las prácticas de RSE, son factores clave que permitirán resolver esta problemática.

Se evidenció que la formación y crecimiento del personal es tomada con suma importancia para la industria cartonera, por lo que se recomienda seguir con la inversión en programas de capacitación y desarrollos de los colaboradores. Un factor igual de importante para la industria es el nivel de servicio que se ofrecen a los clientes. Es claro que las empresas de la industria buscan mejorar a la par la calidad de los productos y servicios que ofertan.

Además, se sugiere plantear un presupuesto de inversión para publicidad a nivel nacional e internacional para que la comunidad y los clientes puedan conocer la ventaja de su proveedor, ya que se ha concluido que este factor de RSE representa distinción y competitividad en el campo local y extranjero.

Con relación a la investigación realizada, se recomienda para futuras investigaciones ampliar la población, se considera importante analizar, además de la industria cartonera, todo el sector papelerero y cartonero. Por otro lado, se recomienda incluir variables que permitan medir cual es el impacto ambiental que genera cada empresa y evaluar con mayor profundidad los índices financieros. Por último, ampliar el horizonte de tiempo del estudio puede dar una perspectiva más completa de cómo evoluciona la aplicación de prácticas de RSE en la competitividad.

Anexo 1: Cuestionario

ANEXOS

<u>INDICADORES RSE</u>					1.1 <u>ESCALA</u>						
PILAR		SUBPILAR	Nivel		0	1	2	3	4	5	
40%	Dimensión Social de la RSE	15%	RS1- Trabajadores	Preocupación por bienestar de empleados							
				Salarios acordes a las competencias y rendimientos							
				Compromiso con la formación y desarrollo de sus empleados							
				Políticas de flexibilidad laboral							
				Igualdad de oportunidades para todos los empleados							
		15%	RS2- Clientes	Satisfacción de clientes							
				Gestión de reclamos y quejas							
		10%	RS3- Política Social	Participación de proyecto sociales en la comunidad							
				Cumplimiento de códigos de ética y conducta							
				Cumplimiento de políticas de anticorrupción							
40%	Dimensión Económica de la RSE	15%	RE1- Productos	Preocupación por ofertar productos de alta calidad							
				Cumplimiento de estándares nacionales e internacionales de calidad							
				Adecuación de precio en relación con calidad							
		15%	RE2- Impacto en la comunidad	Respeto por los derechos de los consumidores							
				Inversión en el bienestar de la comunidad							
		10%	RE3- Gestión de RSE	Preocupación por incorporar compras responsables							
				Estrategias y objetivos de RSE							
20%	Dimensión Medioambiental	20%	RA1- Impacto Ambiental	Cumplimiento de políticas medioambientales							
				Inversión en reducción de impacto medioambiental							
				Capacidad de minimizar impacto ambiental							

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD				ESCALA LIKERT					
PILAR		SUBPILAR	Nivel	0	1	2	3	4	5
INDICADORES DE COMPETITIVIDAD	40%	IC1- Innovación	Implementación de proyectos de investigación y desarrollo						
			Desarrollo de nuevos productos/servicios						
			Aplicación de mejoras en procesos de producción y/o distribución						
	30%	IC2- Desempeño	Satisfacción y fidelización de clientes						
			Retorno sobre activos (ROA)						
			Retorno sobre patrimonio (ROE)						
			Posicionamiento en mercado						
	30%	IC-3 Competitividad	Formación y capacitación del personal						

		dad In-house	Capacidad directiva de gestores							
			Calidad de productos y servicios							
			Recursos tecnológicos y sistemas de información							
			Transparencia en gestión financiera							
			Conocimiento de mercado y know-how							

Anexo 2: Análisis de coeficiente de Cronbach

	Estadísticas de Total de Elemento			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
RS1-TRABAJADORES [Preocupación por bienestar de empleados]	124.40	122.300	0.000	0.923
RS1-TRABAJADORES [Salarios acorde a las competencias y rendimientos]	124.60	105.300	0.949	0.913
RS1-TRABAJADORES [Compromiso con la formación y desarrollo de sus empleados]	124.80	116.700	0.448	0.921
RS1-TRABAJADORES [Políticas de flexibilidad laboral]	125.00	116.000	0.509	0.920
RS1-TRABAJADORES [Igualdad de oportunidades para todos los empleados]	124.60	117.300	0.496	0.920
RS2-CLIENTES [Satisfacción de clientes]	123.80	112.200	0.845	0.916
RS2-CLIENTES [Gestión de reclamos y quejas]	124.40	113.800	0.530	0.920
RS2-CLIENTES [Participación de proyecto sociales en la comunidad]	124.60	122.300	-0.038	0.929
RS3-POLITICA SOCIAL [Cumplimiento de códigos de ética y conducta]	124.20	115.200	0.719	0.918
RS3-POLITICA SOCIAL [Cumplimiento de políticas de anticorrupción]	124.20	111.200	0.589	0.919

RE1-PRODUCTOS [Preocupación por ofertar productos de alta calidad]	123.80	112.200	0.845	0.916
RE1-PRODUCTOS [Cumplimiento de estándares nacionales e internacionales de calidad]	124.20	115.200	0.719	0.918
RE1-PRODUCTOS [Adecuación de precio con relación a calidad]	124.40	113.800	0.530	0.920
RE2-IMPACTO EN LA COMUNIDAD [Respeto por los derechos de los consumidores]	123.80	112.700	0.463	0.921
RE2-IMPACTO EN LA COMUNIDAD [Inversión en el bienestar de la comunidad]	124.60	117.300	0.496	0.920
RE3-GESTIÓN DE RSE [Preocupación por incorporar compras responsables]	124.60	105.300	0.949	0.913
RE3-GESTIÓN DE RSE [Estrategias y objetivos de RSE]	125.00	111.500	0.908	0.916
RA1-IMPACTO AMBIENTAL [Cumplimiento de políticas medioambientales]	124.20	111.200	0.589	0.919
RA1-IMPACTO AMBIENTAL [Inversión en reducción de impacto medioambiental]	124.60	121.800	0.030	0.925
RA1-IMPACTO AMBIENTAL [Capacidad de minimizar impacto ambiental]	125.00	111.500	0.908	0.916
IC1- INNOVACIÓN [Implementación de proyectos de investigación y desarrollo]	124.80	116.700	0.448	0.921

IC1- INNOVACIÓN [Desarrollo de nuevos productos/servicios]	125.20	127.700	-0.554	0.930
IC1- INNOVACIÓN [Aplicación de mejoras en procesos de producción y/o distribución]	124.40	101.800	0.966	0.912
IC2- DESEMPEÑO [Satisfacción y fidelización de clientes]	124.20	106.700	0.862	0.914
IC2- DESEMPEÑO [Retorno sobre activos (ROA)]	124.80	125.700	-0.301	0.929
IC2- DESEMPEÑO [Retorno sobre patrimonio (ROE)]	125.20	127.700	-0.554	0.930
IC2- DESEMPEÑO [Posicionamiento en mercado]	124.80	116.700	0.448	0.921
IC3- Competitividad [Formación y capacitación del personal]	124.60	117.300	0.496	0.920
IC3- Competitividad [Capacidad directiva de gestores]	124.20	106.700	0.862	0.914
IC3- Competitividad [Calidad de productos y servicios]	124.20	115.200	0.719	0.918
IC3- Competitividad [Recursos tecnológicos y sistemas de información]	125.20	127.700	-0.554	0.930
IC3- Competitividad [Transparencia en gestión financiera]	123.80	112.200	0.845	0.916
IC3- Competitividad [Conocimiento de mercado y know-how]	124.60	117.300	0.496	0.920

REFERENCIAS

- Sánchez, A. (2019). *Sector Florícola del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato, Observatorio Económico y Social de Tungurahua . Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Diagn%C3%B3stico-sector-flor%C3%ADcola-Ecuador.pdf>
- Alonso, M. d., Rodríguez, M. d., Cortez, K. A., & Abreu, J. L. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y administración*, 57(1), 53-77. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000100004&lng=es&tling=es.
- Alvarado, A., & Walesska, M. (2008). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *Estudios Gerenciales*, 37-59.
- Andrade, R. (2014). *Diseño de un modelo de gestión basado en Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3775/1/T1330-MBA-Andrade-Dise%C3%B1o.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: introducción ala metodología científica* (Sexta ed.). Caracas: Editorial Episteme.
- Banco Central del Ecuador . (2021). *Balanza Comercial*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- Barrio, E. (2016). *La gestión de la responsabilidad corporativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

- Barroso, F. (2018). *La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>
- BCE. (2019). *Participación de las empresas ecuatorianas*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1353-el-533-de-la-produccion-nacional-se-genera-en-guayas-y-pichincha>
- Berg, P., & Lingqvist, O. (2017). Pulp, paper, and packaging in the next decade: Transformational change. *Retrieved June, 26*.
- Bowen, H. (2001). *Social Responsibilities of the Businessman*.
- Cabrera, L. (2006). Un estudio transversal retrospectivo sobre prolongación y abandono de estudios universitarios RELIEVE. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 12(1), 105-127. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/916/91612106.pdf>
- Cajiga, J. (2009). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.
- Carroll, A., & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Castro, R. (2013). *Indagación sobre el origen del concepto de responsabilidad social empresarial*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76413/1/indagacion_responsabilidad_social.pdf
- Castro, R. (2013). *Indagación sobre el origen del concepto de responsabilidad social empresarial*.
- Comunidad Económica Europea. (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.

- Constitución del Ecuador. (2008). *Cancillería de Gobierno*. Obtenido de https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/constitucion_2008.pdf
- Corporación Financiera Nacional. (2021). *Industrias manufactureras. Fabricación de papel y productos de papel*. Quito: CFN.
- Correa, J. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>
- Cuenca, M. (2020). Proceso de elaboración de cartón para banano en la cartonera Incarpalm, ubicada en la Provincia de El Oro. *Dialnet*.
- Currás, R. (2019). Valencia, España. Recuperado el Noviembre de 2021
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1(15), 1-13. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.132>
- Davis, K. (1975). *Five propositions for social responsibility*. *Business horizons* (Vol. 18).
- Delgado, S., & Ena, B. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Madrid- España: Editorial Paraninfo. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3775/1/T1330-MBA-Andrade-Dise%C3%B1o.pdf>
- Doilet, M. (2020). Análisis del Sistema de Facturación Electrónica y su aplicación en las Empresas Cartoneras en Guayaquil. (*Master's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas*).
- Domínguez, S., Sánchez, E., & Sánchez, G. (2009). *Guía para elaborar una tesis* (Primera ed.). México: McGraw-Hill.

- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Ekosnegocios. (1 de Octubre de 2012). La persona responsable es la que actúa conscientemente siendo ella la causa directa o indirecta de un hecho ocurrido. *Revista Ekos Negocios*. Recuperado el 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/responsabilidad-social-en-ecuador>
- Evans, A. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55-74.
- FEDEXPORT. (2021). *Incremento exportador*.
- Fernandez, P. (Mayo de 2013). *Instituto Boliviano del Comercio Exterior* . Recuperado el Diciembre de 2021, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38495646/ABC_responsabilidad_social-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638654565&Signature=KpABpGvpviUnTVJUxOt~iKnPAqGhDw16wbczcPX-qfaGiAWaunrPSdieecBhiudjZ9keVUYkvfr96sdvhoNAwN4LxUOpPDPPr3gBvpHHCMo2jzhXti0n7Ooqll6U0mfT8
- FORETICA. (2006). *Inversión Socialmente Responsable. La gestión del riesgo y la calificación de criterios RSE*. Madrid: Medialuna Comunicación S.L.
- FSC. (2021). *Bosques para todos y para siempre*. Obtenido de <https://ec.fsc.org/es-ec>
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., & Corchuelo-Martínez-Azúa, M. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de contabilidad*, 16(1), 11-23.

- Geoinnova. (Enero de 2022). *Geoinnova*. Obtenido de <https://geoinnova.org/blog-territorio/medioambiente-iso-26000/>
- Godoy, J. R., & Ruiz Acero, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de empresas innovadoras del Sector Alimentos y Bebidas en. *Pensamiento y Gestión*(31), 109-136.
- Grunauer , A. (2017). *Análisis del sector camaronero ecuatoriano y sus ventajas*. Machala. Obtenido de <file:///C:/Users/Alfonso%20Grunauer/Downloads/221-Texto%20del%20art%C3%ADculo-364-1-10-20170706.pdf>
- Hartman, L., DesJardins, J., & Espinoza, F. (2011). *Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. Mc GrawHill. Obtenido de http://www.academia.edu/12400012/Etica_en_los_Negocios
- Hernández, F., & Sánchez, J. P. (2015). La influencia de la responsabilidad social empresarial (rse), en los resultados económicos (re) de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). *Xxiii congreso eben españa.*, 17.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HIL.
- Hidalgo, V. (2020). Mejoramiento de los procesos de configuración para imprentas flexográficas, basado en la metodología SMED en contribución a la productividad de las empresas cartoneras . (*Bachelor's thesis*).
- Incarpalm. (2021). *Grupo Incarpalm, Industria del Banano*. Obtenido de <http://incarpalm.com.ec/incarpalm/cajas-de-carton-para-exportacion-de-banano/>
- Jost, S. (2012). *Responsabilidad social empresarial: una respuesta ética ante los desafíos legales*. Obtenido de

https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=0ade669e-4a46-3edf-bd16-e7eb6403e0fb&groupId=252038

Labarca, N. (2007). *Revista Omnia* . (Universidad del Zulia) Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>

López, A., Contreras, R., & Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad no sector alimenticio. *Scielo*, 24(43), 261-283. Recuperado el 7 de Diciembre de 2021, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-35922011000200013&script=sci_abstract&tlng=pt

Luts, B. (2010). La acción social en la teoría sociológica: Una aproximación. *Revista Argumentos vol.23 no.64 Ciudad de México sep./dic. 2010*, 8.

McWilliams, & Siegel. (2000). Strategic management: A stakeholder perspective. 21(5), 603-609.

MEF. (2010). *Instructivo para la formulación de indicadores de desempeño*. Lima: Ministerio de Economía y Finanzas de Perú.

Mercado, P., & García, P. (Enero de 2007). La Responsabilidad Social en Empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio Exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21210205.pdf>

Ministerio de Producción y Comercio Exterior . (2019). *Protocolo Técnico, Logístico Y De Seguridad Para La Exportación De Camarón*. Obtenido de http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-Camaron_2019_compressed.pdf

Monterrey, P., & Gómez, C. (2007). Aplicación de las pruebas de hipótesis en la investigación en salud: ¿estamos en lo correcto? *Universidad Médica*, 48(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/2310/231018668002/>

- Montoya, J. (2013). *La responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la organización*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/12095/1/7711507.2013.pdf>
- Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Villalta, M. (2016). Stakeholders, responsabilidad social en ecuador Stakeholders, social responsibility in ecuador. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 3(2), 21-30. Obtenido de <https://doi.org/10.26423/rctu.v3i2.147>
- Mordor Intelligence. (2020). *Latin America Paper Packaging Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts (2021 - 2026)*. Mordor Intelligence. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/latin-america-paper-packaging-market>
- Norma Internacional. (2015). *Sistema de gestión ambiental*. Norma Internacional.
- Normas ISO. (2013). *Cálculo de la Huella de Carbono*. Normas ISO.
- Nowajewski , F., Pérez, A., & Schlesinger, E. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Futuro*.
- Nowajewski, F., Pérez, A., & Schlesinger, E. (Noviembre de 2016). Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Chile: Universidad de Chile.
- Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. doi:ISSN 0034-7450
- Pacheco, A., & Pérez, D. (2014). *Desperdicios en empresas cartoneras de San Luis Potosí*. Potosí: Grupo SEPSA.
- Padilla, C., Arévalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico

en Ecuador. *Información tecnológica*, 28(4), 93-102. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>

Palmer, H. (2012). Corporate social responsibility and financial performance: does it pay to be good? Obtenido de https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1502&context=cmc_theses

Plaza, J. A., Belmonte, L. J., & Burgos, J. (2011). *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa CEDE*. Recuperado el Diciembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80718688002>

RAJAPACK. (2022). *RAJA BLOG*. Obtenido de <https://www.rajapack.es/blog-es/productos/la-importancia-del-embalaje-en-la-exportacion-escoger-el-contenedor/>

Research and Markets. (15 de Enero de 2020). *Global Corrugated Board Packaging Market: Size, Growth, Trends and Forecast (2020-2025)*. Obtenido de CISION PR NEWSWIRE: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-corrugated-board-packaging-market-size-growth-trends-and-forecast-2020-2025-300987515.html>

Revista Corrugado Digital. (2020). *Grupasa, Primera Planta Cartonera En Lograr Certificado Carbono Neutro De Sambito*. Obtenido de <http://www.revistacorrugando.com/News/detalle/143/grupasa%2C-primera-planta-cartonero-en-lograr-certificado-carbono-neutro-de-sambito>

Revista EKOS. (2018). Zoom al sector: papel y cartón. *EKOS NEGOCIOS*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-al-sector-papel-y-carton>

Revista EKOS. (2021). Zoom papel y cartón: Un sector que complementa el desempeño eficaz de otras industrias. *EKOS NEGOCIOS*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-papel-y-carton-un->

sector-que-complementa-el-desempeno-eficaz-de-otras-industrias#:~:text=De%20acuerdo%20a%20la%20Superintendencia,%20C74%25%20del%20sector%20manufacturero.

Ricoy, C. (2005). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, vol. 138, núm. 1, enero-julio, 2005, pp. 11-47, La Habana.

Rives, L., & Bañón, A. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 17(3), 27--42. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2725440>

Román, A. (bril de 2012). *Modelos de gestión en las organizaciones de salud*. Obtenido de Medware: <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES01/5329#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20modelo%20de,a%20las%20prioridades%20del%20sistema>.

Sánchez, A. (2019). *Sector Bananero del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato , Observatorio Economico y Social de Tunguragua . Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/08/Sector-bananero-ecuatoriano-final.pdf>

Sánchez, A. M., Vaya, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2020). *Sector papel y cartón del ecuador*. Universidad técnica de amabato. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/09/Sector-papel-y-carton-del-Ecuador.pdf>

ScienceDirect. (July–September de 2008). doi:[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70043-3)

Segundo, C., Andrade, V., & Pesántez, D. (2016). Posicionamiento y eficiencia del banano, camaron y flores del Ecuador en el mercado mundial. *Revista Ciencia UNEMI*, 2-5.

- Solari, E. (2018). Lo que dice la academia sobre los efectos de la aplicación de prácticas de RSE. *Ciencias Administrativas*, 6. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/67784>
- Solís Plúas, I. M. (28 de Enero de 2021). Gestión eficiente de los inventarios en procesos dinámicos y complejos: análisis de la industria cartonera del Ecuador. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15892>
- Tello, G. E., Agila, M. V., & Legarda, C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 60-69.
- Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (3 de Mayo de 2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55, 329-344. Obtenido de <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150308>
- Vidal, G. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Villacís, C. A., Suarez, Y. F., & Güillín, X. M. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466.
- Villacís, C., Suárez, Y., & Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466. Obtenido de https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/295/pdf_186
- Web y empresas. (2018). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. Administracion, Ingenieria, Gestion y mucho mas!
- Weber, O., Koellner, T., Habegger, D., Henrik, S., & Ohnemus, P. (30 de Junio de 2008). The relation between the GRI indicators and the financial performance of firms. *Progress in Industrial Ecology, an International*

Journal, 5(3), 236-254. Obtenido de
<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/PIE.2008.019127>

World Business Council on Sustainable Development [WBCSD]. (2018).
wbcSD. Obtenido de <https://www.wbcSD.org/Overview/Our-history>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Martillo Velasco, José Francisco**, con C.C: # 0931416275 y **Sandoya Mora, Ariana Lissbeth**, con C.C: # 0956686638 autores del trabajo de titulación: **Influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad del sector cartonero de la provincia del Guayas**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de febrero de 2022

f. 

Nombre: **Martillo Velasco, José Francisco**

C.C: # 0931416275

f. 

Nombre: **Sandoya Mora, Ariana Lisbeth**

C.C: # 0956686638



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad del sector cartonero de la provincia del Guayas.		
AUTOR(ES)	Martillo Velasco José Francisco Sandoya Mora Ariana Lisbeth		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. MCE. Jessica Paola Ramírez Lascano		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de febrero del 2022	No. DE PÁGINAS:	91
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, Gerencia Estratégica, Estrategias de Posicionamiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Responsabilidad Social Empresarial, Guayas, Competitividad, Empresas, Sector Cartonero.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El objetivo de la presente investigación fue el de analizar la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la competitividad en las 5 empresas del sector cartonero de la provincia del Guayas a través de métodos estadísticos para evidenciar la situación actual. En cuanto a la metodología implementada se estableció un diseño no experimental y descriptivo de corte no transversal. La presente investigación se centró en analizar a las empresas cartoneras de la provincia del Guayas, siendo esta la provincia reúne la mayor cantidad de empresas del sector y las que generan mayor aporte al PIB genera. Se seleccionaron 5 empresas del sector cartonero (PROCARSA, CARTOPEL, GRUPASA, Industria Cartonera Ecuatoriana S.A, CARTORAMA C.A). La investigación determinó un índice de RSE y un indicador promedio de competitividad, los cuales permitieron realizar un análisis de correlación para evaluar la existencia de una relación entre estas variables. Se concluyó que en el sector cartonero existe una relación positiva entre la Responsabilidad Social Empresarial e indicadores de competitividad.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +0984935494 +0995029273	E-mail: arianasandoyam@gmail.com josmartillo@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Teléfono: +593-4-380 4600 Extensión: 1637 E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			