

**Empaques ecológicos, una práctica con limitaciones
y ventajas para los servicios de comida rápida en la
ciudad de Machala**

**Ecological packaging, a practice with limitations
and advantages for fast food services in the city of
Machala**

Karla Alexandra Noriega-Honores
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
knoriega1@utmachala.edu.ec

María Elizabeth Zapata-Rosales
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
mzapata2@utmachala.edu.ec

María Fernanda Villavicencio-Rodas
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
mvillavicencio@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2021.6.716

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo explorar el aumento del uso de contenedores plásticos en las empresas de comida rápida de la ciudad de Machala, motivado por la alta demanda de entregas a domicilio durante la pandemia del COVID-19; además, conocer la predisposición de las empresas entrevistadas, para utilizar en sus entregas contenedores amigables con el medio ambiente, sus posibles ventajas y limitaciones en la aplicación de esta práctica en un contexto local. La metodología aplicada fue de carácter cualitativo, donde se recolectó información mediante entrevistas aplicadas a los gerentes de 10 establecimientos. Entre los resultados obtenidos, se destaca un considerable aumento en el uso de contenedores plásticos en el servicio de delivery y la existencia de barreras para los servicios de comida rápida. Por lo tanto, se concluye que entre las ventajas está la predisposición por parte de los consumidores en comprar productos en contenedores ecológicos y que los gerentes la consideran como ventaja competitiva la implementación de los mismos; mientras que como desventajas se encuentran la seguridad del viaje, el precio, el desconocimiento de proveedores y la falta de disposición de los consumidores a pagar más por contenedores eco amigables.

Palabras clave: conciencia ambiental; contenedores plásticos; COVID-19; empaques ecológicos; entregas a domicilio; sostenibilidad.

Cómo citar este artículo:

APA:

Noriega-Honores, K., & Zapata-Rosales, M., & Villavicencio-Rodas, M., (2021). Empaques ecológicos, una práctica con limitaciones y ventajas para los servicios de comida rápida en la ciudad de Machala. 593 Digital Publisher CEIT, 6(6), 126-136. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.716>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

The objective of this research was to explore the increase in the use of plastic containers in fast food companies in the city of Machala, motivated by the high demand for home deliveries during the COVID-19 pandemic; in addition, to know the predisposition of the interviewed companies to use environmentally friendly containers in their deliveries, their possible advantages, and limitations in the application of this practice in a local context. The methodology applied was qualitative, where information was collected through interviews with the managers of 10 establishments. Among the results obtained, a considerable increase in the use of plastic containers in the delivery service and the existence of barriers for fast food services stand out. Therefore, it is concluded that among the advantages is the predisposition on the part of consumers to buy products in ecological containers and that managers consider the implementation of such containers as a competitive advantage; while the disadvantages are the safety of the trip, the price, the lack of knowledge of suppliers and the unwillingness of consumers to pay more for eco-friendly containers.

Key words: environmental awareness; plastic containers; covid-19; eco-friendly packaging; home deliveries; sustainability.

Introducción

Durante los últimos años, el uso excesivo del plástico ha generado un gran impacto en el medio ambiente, ya que son desechados de manera abrupta por la industria de comida rápida y demás sectores, sin considerar el daño que causan, sin embargo, gracias a la Organización de las Naciones Unidas y los derechos humanos, se implementó la Responsabilidad Social Empresarial con la cual las empresas han adoptado buenas prácticas orientadas a beneficiar a grupos o comunidades.

Según Khan *et al.* (2021), afirman que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) “son aquellas actividades realizadas por parte de una empresa u organización para adquirir resultados sostenibles al involucrarse en temas que están relacionados con los impactos económicos, éticos, legales y filantrópicos creados por sus iniciativas”.

El sector de comida rápida o también conocido como restaurantes “*fast food*”, está conformado por empresas que ofrecen atractivas propuestas de alimentos, como: pizzas, hamburguesas, *sándwiches*, papas fritas, *hot dogs*, tacos, etc., los mismos que son preparados de una manera rápida, y son consumidos inmediatamente después de efectuarse la compra (Gallego-Schmid *et al.*, 2019).

El incremento de estos restaurantes se debe al actual estilo de vida que lleva la sociedad, otro aspecto fundamental es que sus horarios de atención son flexibles al cliente y manejan precios asequibles a sus bolsillos, es por ello, que han aplicado nuevas estrategias para satisfacer las necesidades del consumidor, como son las entregas a domicilio, las mismas que aumentaron a causa de la pandemia COVID-19.

Cabe destacar que esta implementación ha causado pros y contras, por una parte, ha beneficiado al consumidor y se ha convertido en una ventaja competitiva para las empresas generando ganancias y ampliando su cartera de clientes, pero por otra, el uso excesivo de contenedores plásticos se ha intensificado, a tal

punto de convertirse en uno de los problemas más grandes que enfrenta el mundo.

La conciencia ambiental es el conocimiento y raciocinio que tienen las personas acerca de los problemas que se dan en el entorno ecológico ambiental (Gan *et al.*, 2021); es fundamental para las empresas ya que incentiva a sus *stakeholders* a cuidar el medio ambiente, esta acción no sólo les permite protegerlo sino también su permanencia en el mercado y así llevar a cabo sus operaciones de forma positiva.

La presente investigación pretende explorar el aumento del uso de contenedores plásticos en las empresas de comida rápida de la ciudad de Machala, motivado por la alta demanda de entregas a domicilio durante la pandemia del COVID-19; además, conocer la predisposición de las empresas entrevistadas, para utilizar en sus entregas contenedores amigables con el medio ambiente, sus posibles ventajas y limitaciones en la aplicación de esta práctica en un contexto local.

Según la Alianza Basura Cero Ecuador (2020) “Ecuador genera cerca de 375 mil toneladas de residuos sólidos urbanos al año, 57% son orgánicos, mientras que el porcentaje restante es material inorgánico.”; adicionalmente, El Instituto Nacional de Estadística y Censos (2020) manifiesta que “El 96% de la basura se entierra y sólo se recicla el 4%, de lo enterrado, el 66,5% es orgánico y el 33,5% restante corresponde a desechos inorgánicos que pueden ser reciclados en su mayoría.

La contaminación plástica en el planeta es una de las problemáticas que sufren los humanos, animales y plantas, esta recobró fuerza por la necesidad de cubrir los alimentos y evitar que estén expuestos al virus del COVID-19, lo que pretende salvaguardar la salud de las personas. Se estima que el 9% de los plásticos son reutilizados, mientras que el resto se alojan en los mares y océanos (Alarcón, 2020).

De tal manera, es viable emplear una tendencia ecológica dirigida a crear contenedores a base de materiales reciclados, que traten de

evitar las emisiones contaminantes y el uso desenfrenado de recursos naturales y energía, a la vez implementar el modelo de economía circular la cual consiste en el proceso de incluir material reciclado en los envases, desde su nueva fabricación hasta obtener un producto con valor añadido (Revista Líderes, 2019).

Por esta razón es indispensable realizar dicha investigación y lograr obtener datos sobre el aumento en el uso de contenedores plásticos durante la pandemia del COVID-19 y si representan o no una ventaja competitiva, debido a que el consumidor actual es más ecológico y consciente del daño que causan sus acciones, lo que le permite discernir entre los materiales utilizados en los productos que consume a diario.

La sostenibilidad y la economía circular en el manejo de residuos plásticos

Las empresas están comprometidas con sus clientes y el medio ambiente, es por ello que la sostenibilidad forma parte de su propuesta de valor; para Conte Grand *et al.* (2018), la sostenibilidad pretende obtener el bienestar para todas las personas, basándose en los valores que estas poseen, por lo que se debe hacer un uso adecuado del medio ambiente, en donde sus recursos deben ser utilizados de manera racional en el ámbito económico, social y ambiental para alcanzar las metas a futuro.

Por su parte Rupprecht *et al.* (2020), afirman que en la actualidad la comunidad no toma en consideración la diversidad de especies que existen en el planeta, y que la sostenibilidad se basa en satisfacer las necesidades de los humanos en tiempo presente sin hacer daño a la generación futura para que esta pueda alcanzar los niveles satisfactorios de vida.

Para alcanzar el posicionamiento, la fidelización de sus clientes, generar valor agregado y mejorar su reputación, las empresas incentivan tener una conciencia ambiental empresarial, la cual se refiere a las emociones, valores, sentimientos, responsabilidades, prácticas y estilos de vida que los gerentes de las empresas transmiten a los consumidores

mediante acciones positivas hacia el entorno ambiental (Espejel & Castillo, 2019; Souza *et al.*, 2016).

Una alternativa aplicada por las industrias es la economía circular, fundamentada en la fabricación de productos sin provocar desperdicios sobre el medio ambiente, es decir, la elaboración de bienes que puedan ser reutilizados, donde los gerentes deben establecer estrategias dirigidas a sus trabajadores, con incentivos económicos para incentivar la recolección de productos, de tal manera que se fabriquen y distribuyan nuevamente (González Ordaz & Vargas- Hernández, 2017; Sani *et al.*, 2021).

Asimismo, la economía circular es de procedimiento industrial, que restaura o regenera de manera intencional o de diseño, los productos que son desechados a través de métodos técnicos y biológicos, utilizando energías renovables, y evitando químicos dañinos que malogren la reutilización y el retorno al ecosistema (Porcelei & Martínez, 2018; Meseguer *et al.*, 2021).

Otra solución para disminuir los residuos generados es el reciclaje, que es un proceso que consiste en aprovechar todos aquellos residuos sólidos para generar materia prima que será utilizada en un nuevo ciclo de producción. Su objetivo principal es evitar la tala indiscriminada de árboles, disminuir la contaminación del medio ambiente y ayudar a conservar los recursos naturales como el agua, suelo y minerales (Sanmartín *et al.*, 2017; Nañez *et al.*, 2021).

Además, esta actividad se caracteriza por clasificar los desechos desde su origen hasta su última fase de vida útil, por ende, dicha acción ayuda a fortalecer la cultura ambientalista y a preservar los recursos no renovables, teniendo como ventaja la disminución del volumen de basura que se aloja en los rellenos sanitarios de una localidad (Reyes *et al.*, 2015).

Para reducir los residuos plásticos desechados por personas y empresas, se implementa la gestión de residuos sólidos urbanos (RSU) el mismo que es importante en

el cumplimiento de la función de los recursos, el ecosistema y el bienestar de los humanos, esta actividad es imprescindible en la economía circular sostenible, por tanto, se requiere que las empresas ofrezcan trabajos de residuos de altos estándares de calidad a un buen precio (Molinos & Maziotis, 2021).

El plástico que las empresas fabrican está pensado en utilizarse hasta un cierto tiempo y proceder a ser desechado por las personas, por lo cual el embalaje de los productos que generalmente son de plástico representa un 42% de la totalidad que han sido producidos, lo que genera un mayor residuo afectando la vida de las diferentes especies que habitan en el planeta (Chertkovskaya *et al.*, 2020; Sánchez *et al.*, 2021).

En el uso del plástico se incrementó hasta 288 millones de toneladas y la mitad se empleó en productos de consumo desechables únicos, estos permanecen en la naturaleza durante siglos, algunos como el policarbonato, el polipropileno y el cloruro de polivinilo liberan sustancias tóxicas ocasionando daños ambientales graves, y emisiones de dióxido de carbono en la atmósfera (Mohammadhosseini *et al.*, 2021; Gibovic & Bikfalvi, 2021).

Marketing verde y la estrategia de empaque eco amigable

El marketing verde es también conocido como marketing ecológico, marketing sostenible y ecomarketing, se refiere a la comercialización de productos que se caracterizan por ser fabricados con materia prima reciclada y amigable con el medio ambiente, necesita de los elementos del *marketing mix* (producto, precio, plaza y promoción) para elaborar estrategias que permitan conservar y cuidar el medio ambiente (Salas, 2018).

Estas actividades abarcan desde la creación, comunicación, prestación de servicios y la inclinación hacia alimentos orgánicos ha hecho que los consumidores adopten nuevos estilos de vida, por ende, las organizaciones deberán orientar sus esfuerzos de *marketing* para

producir, empaquetar y promover productos sensibles y responsables con las preocupaciones ecológicas (Yang *et al.*, 2021; Macário *et al.*, 2019; Groening *et al.*, 2018).

Una de las estrategias del marketing verde para las empresas es el uso de envases eco amigables con el medio ambiente. Según Wandosell *et al.* (2021), señalan que los envases ecológicos se desarrollan tomando en cuenta las opiniones y criterios de los consumidores y de las normativas, leyes, regulaciones y acciones impuestas por los gobiernos, son dos fuerzas que motivan a las empresas a elaborar nuevas estrategias respecto al *packaging* ecológico.

Los empaques y envases son indispensables para preservar, conservar y proteger la calidad de los alimentos, facilitando el transporte y comercialización de estos, sin embargo, estos materiales han generado daños perjudiciales, provocando una nueva tendencia de consumo ecológico con contenedores que mantengan e inclusive mejoren la calidad del producto envasado, teniendo en cuenta que sean seguros para la vida y salud (Kozłowicz *et al.*, 2019).

Para Mattia *et al.* (2021), el desarrollo de envases ecológicos involucra a varias áreas profesionales como tecnología, *marketing*, diseño e ingeniería y necesita de una orientación holística y multidisciplinaria para mantener el equilibrio entre producto y envase, abarcando así las buenas prácticas de reciclaje, manteniendo la calidad y vida útil de los envases, lo que hará que los consumidores perciban el rediseño de los envases y estén dispuestos a pagar un poco más por el producto.

Los consumidores hoy en día se sienten atraídos por envases sostenibles, debido a que los medios de comunicación juegan un papel fundamental para dar a conocer este tipo de material, ya que con su estilo de vida y conciencia ambiental permite que sientan interés por los mismos, además, ciertos clientes desean conocer la procedencia de los productos que van a adquirir o que adquieren, el precio y de que material es el envase (Wandosell *et al.*, 2021).

La industria de comida rápida y el servicio de *delivery*

La industria de comida rápida es un sector alimentario que se refiere a la venta de alimentos preparados en un lapso corto, y que son consumidos inmediatamente después de efectuar la compra en el punto de venta, en el trabajo o en el hogar y se caracteriza principalmente por la velocidad en la que se brinda el servicio, ya que es fácil de trasladar y de consumir (Gallego-Schmid *et al.*, 2019).

Debido a esto han tenido un constante crecimiento, por lo cual las cadenas de restaurantes internacionales y locales están intentando satisfacer la demanda de los clientes con una variedad de productos y servicios innovadores, debido a que la población cada vez opta por utilizar los restaurantes de comida rápida de acuerdo con su estilo de vida, causando grandes cambios en las nuevas tendencias de consumo (Chun & Nyam-Ochir, 2020).

Para ofrecer un mejor servicio a sus consumidores, los restaurantes de comida rápida han optado por brindar el servicio de entregas a domicilio, que es un modelo de negocio en donde pueden solicitar la comida a través de medios digitales o aplicaciones, el servicio de *delivery* suele demandar una mayor utilización de contenedores y empaques para llevar lo que ocasiona una mayor huella ambiental (Janairo, 2021).

Metodología

La presente investigación tuvo un enfoque cualitativo, el cual se refiere a estudios de escala pequeña, en donde se analiza la vivencia de las personas y sus grupos en períodos y espacios diferentes, se caracteriza por recabar datos no numéricos, entre sus técnicas de investigación se encuentran la entrevista, la observación, grupos focales, análisis de contenido y casos de estudio (Cadena *et al.*, 2017).

La técnica de investigación utilizada para la recolección de la información fue la entrevista, la cual consiste en dialogar con personas en

cualquier sitio, en donde los entrevistados pueden expresarse de mejor manera, dando su punto de vista y percepción de la situación, la información recolectada debe ser valiosa para el desarrollo de un estudio o investigación (Kotler & Armstrong, 2013).

A través, de este instrumento se obtuvo datos desde la percepción de los gerentes o dueños de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Machala, las mismas que abordaron aspectos relacionados con la conciencia ambiental empresarial, el uso de contenedores plásticos y la estrategia de utilizar contenedores ecológicos como ventaja competitiva.

Para la obtención de la información se procedió a elegir a 10 restaurantes de comida rápida mejor posicionados en la ciudad de Machala, en base a las interacciones que tienen en sus redes sociales, además, que se destacan por ofrecer productos agradables al paladar de sus clientes, con precios de acuerdo a la competencia y con cortesía en la atención brindada, lo que les ha permitido sobresalir de los demás.

Se procedió a contactar a los gerentes de los locales seleccionados para realizar la programación de la entrevista, confirmando hora y fecha para el cumplimiento de esta, además, de que se utilizaron estándares éticos de investigación como el consentimiento informado y la participación voluntaria de los dueños de los restaurantes de comida rápida.

Se elaboró la guía de la entrevista con preguntas que fueron adaptadas de acuerdo con las propuestas que mencionan los autores Gustavo *et al.* (2018), en su artículo científico. (ver anexo 1)

Resultados

A continuación, se expresan los resultados en la tabla 1, donde se puede ver el número de casos de restaurantes de comida rápida entrevistados, y la información recabada respecto al aumento del uso de contenedores plásticos, motivado por la alta demanda de entregas a domicilio durante la pandemia del

COVID-19; además de la predisposición para utilizar contenedores amigables con el medio ambiente, sus posibles ventajas y limitaciones

Tabla 1

Resultados de las entrevistas en los principales restaurantes de comida rápida en la ciudad de Machala

Caso	Trabajo en pedidos a domicilio	Aumento de contenedores plásticos	Aplico estrategias	Conciencia del impacto ambiental	Limitaciones y barreras	Consumidor consciente	Disposición de pagar por contenedores	Predisposición del consumidor para adquirir productos en contenedores	Ventaja competitiva por contenedores ecológicos	Disposición a implementar contenedores
Caso 1	Si	30%	Si	Si	Ninguna	Alguno	Alguno	Si	Si	Si
Caso 2	Si	70%	Si	Si	Seguridad del viaje	Si	No	Si	Si	Si
Caso 3	Si	75%	No	Si	Ninguna	Si	No	Si	Si	Si
Caso 4	Si	No hay aumento	No	Si	Distribución y precio	Si	No	No	No	Tal vez
Caso 5	Si	60%	No	Si	Ninguna	Si	No	No	No	Si
Caso 6	Si	60%	No	Si	Precio	Si	No	Si	Si	Si
Caso 7	Si	100%	No	Si	Ninguna	No	Si	Si	No	Si
Caso 8	Si	70% a 80%	No	Si	Desconocimiento de proveedores	Si	Si	Si	Si	Si
Caso 9	Si	80%	No	Si	Precio	No	No	No	Si	Si
Caso 10	Si	100%	No	Si	Precio	No	Alguno	No	Si	Si

Discusión

Los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los gerentes de los restaurantes de comida rápida, sobre el aumento del uso de contenedores plásticos durante la pandemia del COVID-19, se evidencia en lo descrito por La Hora (2020), en donde menciona que sí existió aumento en el uso de fundas plásticas y contenedores desechables a causa del toque de queda y del incremento del servicio de *delivery* en Ecuador.

En cuanto a que, la mayoría de los establecimientos no aplicó estrategias para reducir el uso de contenedores plásticos en tiempos de pandemia, se sostiene con el dato obtenido por Ekos (2021), mediante la décima encuesta global de Empresas Familiares (EF) que indica que, únicamente el 39% de las mismas poseen estrategias relacionadas con la sostenibilidad.

Sin embargo, lo manifestado por los entrevistados, coincide con los datos expuestos en la revista Líderes (2019) con respecto a la conciencia ambiental, donde el 74% de las empresas son conscientes del impacto producido por sus actividades comerciales, por ende, demuestran un compromiso sostenible y aplican varias alternativas para precautelar el daño que causan, además, de obtener beneficios económicos, sociales y ambientales.

Según como lo señala Ekos (2019), el Ecuador no es un país que produce pulpa de papel, por lo tanto, necesita importar esta materia prima, lo que representa un rubro más alto para la elaboración de empaques eco amigables, siendo el precio una limitación para la implementación de contenedores ecológicos en sus establecimientos, resultado obtenido en la investigación.

Así mismo, lo mencionado por los gerentes de los restaurantes se asemeja con el estudio de Líderes (2020), donde destaca que el precio de las fundas ecológicas si es alto a comparación de las regulares, por lo que es complicado incentivar su consumo, pero recalca que los productos son de buena calidad y que cuidan cada uno de los detalles, brindando un buen precio para las empresas, además de que otorgan seguridad en las comidas calientes para ser transportadas a domicilio.

Además, se considera que los consumidores son conscientes del impacto que causan al utilizar contenedores plásticos en los productos, lo cual se comprueba por Ekos (2021), donde señala que el consumidor ecuatoriano en estos tiempos es más consciente de las compras que realiza, las mismas que están relacionadas a reducir la huella ambiental.

En la investigación realizada por Herbes *et al.* (2018), mencionan que, en países como Alemania, Francia y EE. UU existen consumidores que cancelarían más por productos en empaques ecológicos, mientras que, los gerentes de los locales afirman que los consumidores no están dispuestos a pagar más por contenedores ecológicos, debido a que

en países desarrollados existe mayor cultura ambiental que en los países en vías de desarrollo, como Ecuador.

De acuerdo a la información adquirida, los entrevistados consideran que la implementación de contenedores ecológicos sí representa una ventaja competitiva frente a la competencia, lo que se corrobora con lo dicho por Salas (2018), que las empresas que ofrecen productos ecológicos e innovadores a sus clientes, desarrollarán una ventaja competitiva y a la vez se diferenciarán de sus competidores, lo que les permitirá mejorar su imagen y reputación frente a los *stakeholders*.

Se concluye que debido a la pandemia del Covid-19, la utilización de contenedores plásticos aumentó el 70% a 80% debido a la alta demanda de pedidos a domicilio por las empresas de comida rápida situados en la ciudad de Machala; como parte de las limitaciones y barreras que tienen los locales para implementar contenedores ecológicos en sus establecimientos se destacan los siguientes: la seguridad de los productos en el viaje, el precio y el desconocimiento de los proveedores en la ciudad.

Además, la falta de disposición del consumidor a pagar más por un contenedor ecológico, lo que se convierte en un desafío para los gerentes, pues necesitan trabajar en conjunto de manera interna y externa para que puedan aplicar este tipo de estrategias que les permita marcar notoriedad y presencia en el mercado en el que se encuentran operando.

Como parte de las ventajas detectadas se considera la preocupación ambiental de los consumidores, es así como consideran como ventaja competitiva la implementación de empaques eco amigables que reduzcan el impacto al medio ambiente.

Las limitaciones del estudio se basan en que la muestra considerada es reducida, debido a que es de carácter cualitativo; las futuras líneas de investigación se apoyan a que se realice un estudio cuantitativo, donde se obtenga una muestra representativa de todos los restaurantes de la provincia y a nivel nacional, también, se

lo podría elaborar desde una visión del cliente, para evidenciar su consciencia ambiental y la predisposición a pagar más por un empaque ecológico.

Agradecimientos

Esta investigación ha recibido apoyo del grupo de investigación COMARK (GRP-081COMARK), de la Universidad Técnica de Machala.

Referencias bibliográficas

- Alarcón, I. (17 de Octubre de 2020). El uso de bolsas plásticas aumentó por la pandemia. *El Comercio*. Obtenido de elcomercio.com/tendencias/bolsas-plasticas-aumento-pandemia-coronavirus.html
- Alianza Basura Cero Ecuador. (2020). *Alianza Basura Cero Ecuador*. Obtenido de Alianza Basura Cero Ecuador: <https://www.alianzabasuraceroecuador.com/>
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603
- Chertkovskaya, E., Holmberg, K., Petersén, M., Stripple, & Ullström, S. (2020). Making visible, rendering obscure: reading the plastic crisis through contemporary artistic visual representations. *Global Sustainability*, 3, 1-12. doi:<http://doi.org/10.1017/sus.2020.10>
- Chun, S.-H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The Effects of Fast Food Restaurant Attributes on Customer Satisfaction, Revisit Intention, and Recommendation Using DINESERV Scale. *Sustainability*, 12. doi:<https://doi.org/10.3390/su12187435>
- Conte Grand, M., & D'Elisa, V. (2018).

- Sustainable Development and “Green” Concepts. *Revista Problemas del Desarrollo*, 49(192), 61-84. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362018000100061&lng=es&tln=es
- Ekos. (27 de Diciembre de 2019). Zoom al sector: cartón y papel. *Zoom al sector: cartón y papel*. Recuperado el 02 de Agosto de 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-al-sector-carton-y-papel>
- Ekos. (14 de Junio de 2021). 53% de las empresas familiares de Ecuador tuvieron una disminución en las ganancias. *53% de las empresas familiares de Ecuador tuvieron una disminución en las ganancias*. Recuperado el 04 de Agosto de 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/53-de-las-empresas-familiares-de-ecuador-tuvieron-una-disminucion-en-las-ganancias>
- Ekos. (17 de Junio de 2021). Gastronomía sostenible: ¿Cómo cuidar el planeta y generar un consumo más consciente desde la cocina? *Gastronomía sostenible: ¿Cómo cuidar el planeta y generar un consumo más consciente desde la cocina?* Recuperado el 04 de Agosto de 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/gastronomia-sostenible-como-cuidar-el-planeta-y-generar-un-consumo-mas-consciente-desde-la-cocina>
- Espejel, A., & Castillo, I. (2019). Educación ambiental en el bachillerato: De la escuela a la familia. *ALTERIDAD. Revista de Educación*. Obtenido de <https://doi.org/10.17163/alt.v14n2.2019.07>
- Gallego-Schmid, A., Mendoza, J., & Azapagic, A. (2019). Environmental impacts of takeaway food containers. *Journal of Cleaner Production*, 417-427. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.220>
- Gan, Y., Xu, T., Xu, N., Xu, J., & Qiao, D. (2021). How Environmental Awareness and Knowledge Affect Urban Residents’ Willingness to Participate in Rubber Plantation Ecological Restoration Programs: Evidence from Hainan, China. *Sustainability*. doi:<https://doi.org/10.3390/su13041852>
- Gibovic, D., & Bikfalvi, A. (2021). Incentives for Plastic Recycling: How to Engage Citizens in Active Collection. Empirical Evidence from Spain. *Recycling*, 2(6). doi:<https://doi.org/10.3390/recycling6020029>
- González Ordaz, G. I., & Vargas- Hernández, J. G. (2017). La economía circular como factor de la responsabilidad social. *Revista de coyuntura y perspectiva*, 2(3), 105-130. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222017000300004&lng=es&tln=es.
- Groening, C., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1848-1866. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.002>
- Gustavo, J., Pereira, G., Bond, A., Viegas, C., & Borchardt, M. (2018). Drivers, opportunities and barriers for a retailer in the pursuit of more sustainable packaging redesign. *Journal of Cleaner Production*, 187, 18-28. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.197>
- Herbes, C., Beuthner, C., & Ramme, I. (2018). Consumer attitudes towards biobased packaging – A cross-cultural comparative study. *Journal of Cleaner Production*, 194, 203-218. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.106>
- INEC. (Diciembre de 2020). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/gad-municipales/>
- Janairo, J.-I. (2021). Unsustainable plastic consumption associated with online food

- delivery services in the new normal. *Cleaner and Responsible Consumption*, 2. doi:https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100014
- Khan, A., Chen, L.-R., & Hung, C.-Y. (2021). The Role of Corporate Social Responsibility in Supporting Second-Order Social Capital and Sustainable Innovation Ambidexterity. *Sustainability*, 13(13). doi:https://doi.org/10.3390/su13136994
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Décimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- Kozłowicz, K., Nazarewicz, S., Góral, D., Krawczuk, A., & Domin, M. (2019). Lyophilized Protein Structures as an Alternative Biodegradable Material for Food Packaging. *Sustainability*. doi:https://doi.org/10.3390/su11247002
- La Hora. (26 de Octubre de 2020). Uso de plásticos aumentan por pandemia. *Uso de plásticos aumentan por pandemia*. Recuperado el 3 de Agosto de 2021, de https://lahora.com.ec/noticia/1102331219/uso-de-plasticos-aumentan-por-pandemia
- Líderes. (18 de Noviembre de 2019). La Sostenibilidad es el nuevo norte. *La Sostenibilidad es el nuevo norte*. Recuperado el 04 de Agosto de 2021, de https://www.revistalideres.ec/lideres/sostenibilidad-empresas-innovacion-responsabilidad-corporativa.html
- Líderes. (11 de Febrero de 2020). Boga, la empresa que impulsa el uso de bolsas de papel. *Boga, la empresa que impulsa el uso de bolsas de papel*. Recuperado el 02 de Agosto de 2021, de https://www.revistalideres.ec/lideres/empresa-impulsa-bolsas-papel-quito.html
- Macário, V., Cruz, E., Albuquerque, L., & Nobrega, S. (2019). MARKETING E CONSUMO VERDE: A INFLUÊNCIA DO GREEN WASHING NA CONFIANÇA VERDE DOS CONSUMIDORES. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 13(2), 93-110. doi:http://dx.doi.org/10.24857/rgsa.v13i2.2038
- Mattia, G., Di Leo, A., & Pratesi, C.-A. (2021). Recognizing the Key Drivers and Industry Implications of Sustainable Packaging Design: A Mixed-Method Approach. *Sustainability*, 13(9), 5299. doi:https://doi.org/10.3390/su13095299
- Meseguer, V., Galvez, F., Molina, V., & Wandosell, G. (2021). The Main Research Characteristics of the Development of the Concept of the Circular Economy Concept: A Global Analysis and the Future Agenda. *Frontiers in Environmental Science*, 9. doi:https://doi.org/10.3389/fenvs.2021.704387
- Mohammadhosseini, H., Alyousef, R., & Md. Tahir, M. (2021). Towards Sustainable Concrete Composites through Waste Valorisation of Plastic Food Trays as Low-Cost Fibrous Materials. *Sustainability*. doi:https://doi.org/10.3390/su13042073
- Molinos, M., & Maziotis, A. (2021). The Cost of Reducing Municipal Unsorted Solid Waste: Evidence from Municipalities in Chile. *Sustainability*, 13(12). doi:https://doi.org/10.3390/su13126607
- Nañez, S., Reier, R., Pi, O., & Vázquez, J. (2021). Digitalization, Circular Economy and Environmental Sustainability: The Application of Artificial Intelligence in the Efficient Self-Management of Waste. *Sustainability*, 13(4). doi:https://doi.org/10.3390/su13042092
- Porcelei, A. M., & Martínez, A. N. (2018). Análisis legislativo del paradigma de la economía circular. *Revista Dereito GV*, 1067-1105. doi: https://doi.org/10.1590/2317-6172201840
- Revista Líderes. (13 de Septiembre de 2019). Los 'envases del futuro' ante la crisis ambiental. *Revista Líderes*. Obtenido de https://www.revistalideres.ec/lideres/

envases-crisis-ambiental-reciclaje-plastico.html

- Reyes, A., Pellegrini, N., & Reyes, R. (2015). El reciclaje como alternativa de manejo de los residuos sólidos en el sector minas de Baruta, Estado Miranda, Venezuela. *Revista de Investigación*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142015000300008&lng=es&tlng=es.
- Rupprecht, C. D., Vervoort, J., Berthelsen, C., Mangnus, A., Osberne, N., Thompson, K., . . . McGreevy. (2020). Multispecies sustainability. *Global Sustainability*, 3. doi:<https://doi.org/10.1017/sus.2020.28>
- Salas, H. (2018). Marketing ecológico: La creciente preocupación empresarial por la protección del medio ambiente. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*(15), 151- 169. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2018000100010&lng=es&tlng=es.
- Sánchez, L., Tovar, N., Suarez, J., Bravo, J., & Rojas, D. (2021). Mechanical and Market Study for Sand/Recycled-Plastic Cobbles in a Medium-Size Colombian City. *Recycling*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.3390/recycling6010017>
- Sani, D., Picone, S., Bianchini, A., Fava, F., Guarnieri, Patricia, & Rossi, J. (2021). An Overview of the Transition to a Circular Economy in Emilia-Romagna Region, Italy Considering Technological, Legal–Regulatory and Financial Points of View: A Case Study. *Sustainability*, 13(2). doi:<https://doi.org/10.3390/su13020596>
- Sanmartín, G., Zhigüe, R., & Alaña, T. (2017). EL RECICLAJE: UN NICHOS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO CON ENFOQUE AMBIENTALISTA. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100005&lng=es&tlng=es.
- Souza, C., Rodrigues, J., & Sánchez, M. D. (2016). MOTIVACIONES PARA ACCIONES DE RSE EN RESORTS EN BRASIL. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*(2), 32-54. doi:[10.17561/ree.v0i2.3173](https://doi.org/10.17561/ree.v0i2.3173)
- Wandosell, G., Parra-Meroño, M. A., & Baños, R. (2021). Green Packaging from Consumer and Business Perspectives. *Sustainability*. doi:<https://doi.org/10.3390/su13031356>
- Yang, S.-P., Chang, S.-C., Liang, T.-C., Situmorang, R.-O., & Hussain, M. (2021). Consumer Confusion and Green Consumption Intentions from the Perspective of Food-Related Lifestyles on Organic Infant Milk Formulas. *Sustainability*. doi:<https://doi.org/10.3390/su13041606>

Anexos

Entrevista
Objetivo: Explorar el aumento del uso de contenedores plásticos en las empresas de comida rápida de la ciudad de Machala, motivado por la alta demanda de entregas a domicilio durante la pandemia del COVID-19.
1. ¿Su empresa trabajó con pedidos a domicilio durante y después del confinamiento debido al COVID-19?
2. ¿En qué porcentaje la empresa ha aumentado el uso de contenedores plásticos para entregas a domicilio a partir de la pandemia?
3. ¿Ud. aplicó estrategias para reducir el uso de contenedores plásticos?
4. ¿Ud. es consciente del impacto ambiental que genera utilizar contenedores plásticos?
5. ¿Cuáles cree Ud. que son las limitaciones y barreras para implementar contenedores ecológicos en su establecimiento?
6. ¿Su consumidor es consciente del impacto que genera el uso de los contenedores plásticos?
7. ¿Ud. cree que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos en contenedores ecológicos?
8. ¿Cuál cree Ud. que es la predisposición que tienen las personas de comprar productos en contenedores reciclables?
9. ¿Ud. cree que el implementar contenedores ecológicos para sus productos le representará una ventaja competitiva frente a la competencia?
10. ¿Estaría dispuesto a implementar contenedores ecológicos?