

# Matices de Economía Circular mediante Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa: Empresas ecuatorianas del sector comercial de alimentos y bebidas



Compiladoras: Mónica Llanos Encalada Ph. D.  
y Ana María Correa, Mgtr.



**MATICES DE ECONOMÍA  
CIRCULAR MEDIANTE  
PRÁCTICAS DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL  
CORPORATIVA: EMPRESAS  
ECUATORIANAS DEL SECTOR  
COMERCIAL DE ALIMENTOS Y  
BEBIDAS**

**COMPILADORAS**

**MÓNICA LLANOS ENCALADA, PH.D.**

**ANA MARÍA CORREA VACA, MGTR.**

**2024**

**TÍTULO**

**MATICES DE ECONOMÍA CIRCULAR MEDIANTE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: EMPRESAS ECUATORIANAS DEL SECTOR COMERCIAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**COMPILADORAS:**

Mónica Llanos Encalada, Ph.D.

Ana María Correa Vaca, Mgtr.

**AUTORES**

Mónica Llanos Encalada, Ph.D.

Ana María Correa Vaca, Mgtr.

Melany Ginamar Mera Álava

Ariana Valeria Monar López

Hang Jol Hong Chang

Joselyne Eliana Vallejo Peñafiel

**AÑO**

2024

**EDICIÓN**

Lcda. Alejandra González Andrade. -Departamento de Publicaciones Universidad ECOTEC

**ISBN**

978-9942-960-94-8

**No. PÁGINAS**

161

**LUGAR DE EDICIÓN**

Samborondón –Ecuador

**DISEÑO DE CARÁTULA**

Departamento de Comunicación - Universidad Tecnológica ECOTEC

**NOTA EDITORIAL:**

El contenido de este libro es el resultado de una investigación rigurosa que tributa a la línea de investigación: Desarrollo Empresarial e Innovación. Las compiladoras han seleccionado cuidadosamente esta investigación científica, valorando su impacto y relevancia, con el propósito de contribuir al avance del conocimiento en este campo específico.

# Contenido

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 1. LA ECONOMÍA CIRCULAR Y SUS DESAFÍOS.....</b>	<b>15</b>
Mónica Llanos Encalada, Ph.D.....	15
1.1 Introducción .....	15
1.2 Principios de la Economía Circular .....	18
1.3 Estrategias para la implementación de la Economía Circular .....	19
1.4 Conclusiones .....	23
1.5 Referencias Bibliográficas .....	24
<b>CAPÍTULO 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, VÍA ALTERNA HACIA LA ECONOMÍA CIRCULAR .....</b>	<b>27</b>
Mónica Llanos Encalada, Ph.D.....	27
2.1 Introducción .....	27
2.2 Ejes y Variables de la Responsabilidad Social Corporativa .....	28
2.3 Regulaciones de la Economía Circular y la Responsabilidad Social Corporativa .....	29
2.4 Conclusiones .....	31
2.5 Referencias Bibliográficas .....	31
<b>CAPÍTULO 3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN PROCESOS DE IMPORTACIÓN: SECTOR DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS- PROVINCIA DEL GUAYAS .....</b>	<b>34</b>
Melany Ginamar Mera Álava .....	34
Mónica Llanos Encalada, Ph.D.....	34
3.1 Introducción .....	34
3.2 Responsabilidad social corporativa en empresas ecuatorianas .....	36
3.3 La importación de productos de bebidas no alcohólicas.....	38
3.4 Organismos o Entidades que Regulan Estos Procesos .....	39
3.5 Etiquetado de las bebidas no alcohólicas.....	40
3.6 Partidas Arancelarias y Aranceles .....	41
3.7 Barreras Comerciales en la Industria de Bebidas no alcohólicas .....	42
3.8 Metodología .....	42
3.9 Análisis de resultados .....	43
3.9.1 Evolución de la importación y exportación de bebidas no alcohólicas de la provincia del Guayas .....	43
3.9.2 Fuerzas Competitivas .....	47
3.9.3 Incidencia de la RSC en Empresas Comerciales del Sector de bebidas no alcohólicas .....	51

3.10 Referencias Bibliográficas .....	64
<b>CAPÍTULO 4. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EMPRESAS COMERCIALES DEL SECTOR DE ENLATADOS Y CONSERVAS- PROVINCIA DEL GUAYAS.....</b>	<b>69</b>
Ariana Valeria Monar López .....	69
Ana María Correa Vaca, Mgtr. ....	69
4.1 Introducción .....	69
4.2 Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	70
4.3 Sector de Enlatados y Conservas.....	71
4.3.1 Importación de frutas de conserva y atún .....	73
4.3.2 Principales Reglamentaciones para la Importación de Enlatados y Conservas de acuerdo al SENAE.....	75
4.3.3 Importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el Comercio Internacional.....	77
4.4 Importación de las Empresas Comerciales del sector de enlatados y conservas .....	78
4.5 Metodología .....	80
4.6 Análisis de resultados .....	80
4.7 Conclusiones .....	94
4.8 Referencias Bibliográficas .....	94
<b>CAPÍTULO 5. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN PROCESOS DE IMPORTACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES DEL SECTOR LÁCTEO- PROVINCIA DEL GUAYAS.....</b>	<b>95</b>
Hang Jol Hong Chang .....	95
Ana María Correa Vaca, Mgtr .....	95
5.1 Introducción .....	95
5.2 Responsabilidad social corporativa .....	96
5.3 Sector Lácteo.....	97
5.3.1 El sector lácteo e importaciones del sector en Ecuador .....	99
5.4 Clasificación arancelaria productos lácteos .....	100
5.4.1 Aranceles y entidades reguladoras de productos lácteos .....	101
5.5 Certificados internacionales .....	104
5.6 Metodología .....	105
5.7 Análisis de Resultados .....	106
5.7.1 Balance Comercial .....	107
5.7.2 Participaciones de los países de origen de las importaciones .....	108
5.7.3 Importaciones de la Industria Lácteas .....	109
5.8 Lista de cotejo Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector lácteo .....	114
5.9 Conclusiones y Recomendaciones .....	125

**CAPÍTULO 6. LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EMPRESAS COMERCIALES DEL SECTOR DE CONFITERÍA- PROVINCIA DEL GUAYAS-PERIDO 2020 – 2022 ..... 131**

Joselyne Eliana Vallejo Peñafiel .....	131
Ana María Correa Vaca, Mgtr.....	131
6.1 Introducción .....	131
6.2 Proceso de importación.....	132
6.2.1 Proceso de importación del sector de confitería.....	133
6.2.2 Requisitos que deben cumplir los productos de confitería.....	135
6.2.3 Responsabilidad social corporativa.....	137
6.3 Metodología .....	137
6.4 Análisis de Resultados .....	138
6.5 Conclusiones .....	156
6.6 Referencias Bibliográficas .....	157

# Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Ciclo de la Economía Circular .....	17
<b>Figura 2.</b> Ejes de la Responsabilidad Social Corporativa .....	28
<b>Figura 3.</b> Organizaciones de Apoyo a la cadena de valor .....	43
<b>Figura 4.</b> Representación gráfica de Importación de Bebidas no Alcohólicas en Ecuador.....	45
<b>Figura 5.</b> Representación gráfica de balanza comercial de bebidas no alcohólicas .....	46
<b>Figura 6.</b> Representación de proveedores que exportan a Ecuador Bebidas No Alcohólicas .....	48
<b>Figura 7.</b> Análisis de las variables del FODA del sector de bebidas no alcohólicas .....	51
<b>Figura 8.</b> Estrategias y objetivos de RSC.....	52
<b>Figura 9.</b> La RSC como parte de la Cultura Organizacional.....	52
<b>Figura 10.</b> Rendición de cuentas .....	53
<b>Figura 11.</b> Procedimiento para denunciar abusos.....	53
<b>Figura 12.</b> Igualdad de oportunidades .....	54
<b>Figura 13.</b> Promueve en otros el cumplimiento de Derechos Humanos .....	54
<b>Figura 14.</b> Capacitación a colaboradores .....	55
<b>Figura 15.</b> Bienestar de trabajadores .....	55
<b>Figura 16.</b> Condiciones Laborales.....	56
<b>Figura 17.</b> Prevención de contaminación.....	56
<b>Figura 18.</b> Prevención en actividades .....	57
<b>Figura 19.</b> Disminución de recursos no renovables.....	57
<b>Figura 20.</b> Comportamiento anticorrupción.....	58
<b>Figura 21.</b> Asociación con empresas socialmente responsables .....	58
<b>Figura 22.</b> Relaciones éticas con otras empresas.....	59
<b>Figura 23.</b> Información al consumidor .....	59
<b>Figura 24.</b> Productos seguros y saludables .....	60
<b>Figura 25.</b> Comunicación con consumidores .....	60
<b>Figura 26.</b> Ayuda social.....	61
<b>Figura 27.</b> Interés en grupos vulnerables .....	61
<b>Figura 28.</b> Promueve salud y calidad de vida .....	62
<b>Figura 29.</b> Diagrama de Ishikawa.....	63
<b>Figura 30.</b> Productos alimenticios que importa Ecuador .....	71
<b>Figura 31.</b> Informe de la importación de atún en el año 2022.....	74
<b>Figura 32.</b> Informe de la importación de atún en el año 2022.....	79
<b>Figura 33.</b> Matriz FODA .....	83
<b>Figura 34.</b> La empresa impulsa estrategias y objetivos de RSC.....	84
<b>Figura 35.</b> La empresa tiene una cultura de RSC .....	84

<b>Figura 36.</b> La empresa es transparente en la toma de decisiones .....	85
<b>Figura 37.</b> Mecanismos de reclamación, para denunciar posibles abusos y exigir compensación.....	85
<b>Figura 38.</b> Garantiza igualdad de oportunidades, no discriminación, sin trabajo forzoso e infantil.....	86
<b>Figura 39.</b> Influye en el comportamiento de terceros para que satisfagan los derechos humanos .....	86
<b>Figura 40.</b> Capacita a sus colaboradores por medio del acceso al conocimiento y la información.....	87
<b>Figura 41.</b> Fomenta el bienestar mental, físico y social de sus trabajadores.....	87
<b>Figura 42.</b> Garantiza condiciones laborales justas .....	88
<b>Figura 43.</b> Previene la generación de agentes contaminantes .....	88
<b>Figura 44.</b> Revierte el impacto negativo de sus actividades .....	89
<b>Figura 45.</b> Fomenta la educación del personal sobre comportamientos anticorrupción .....	89
<b>Figura 46.</b> Se asocia con empresas socialmente responsables .....	90
<b>Figura 47.</b> Promueve el comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones .....	90
<b>Figura 48.</b> Provee toda la información necesaria sobre el producto al consumidor .....	91
<b>Figura 49.</b> Ofrece productos y servicios que sean seguros y saludables.....	91
<b>Figura 50.</b> Permite la comunicación bilateral con sus consumidores .....	92
<b>Figura 51.</b> Participa y ayuda a instituciones o grupos de la sociedad que lo necesitan .....	92
<b>Figura 52.</b> Promueve campañas en pro de grupos vulnerables en la sociedad.....	93
<b>Figura 53.</b> Desarrolla actividades que promuevan la salud y mejorar la calidad de vida .....	94
<b>Figura 54.</b> Importación de productos lácteos por países.....	99
<b>Figura 55.</b> Balanza comercial del sector lácteo .....	108
<b>Figura 56.</b> Proyección de Importación Lacto albúmina.....	110
<b>Figura 57.</b> Proyección de importación de lactosa anhidra .....	110
<b>Figura 58.</b> Proyección de importación de Cloruro de calcio.....	111
<b>Figura 59.</b> Proyección de importación de tetra pack .....	112
<b>Figura 60.</b> Gobernanza de la organización.....	115
<b>Figura 61.</b> La empresa tiene una cultura de RSC .....	115
<b>Figura 62.</b> Transparencia en la toma de decisiones .....	116
<b>Figura 63.</b> Mecanismos de reclamación para denuncia de abusos .....	116
<b>Figura 64.</b> Igualdad de oportunidades, no discriminación, trabajo forzoso e infantil.....	117
<b>Figura 65.</b> Compromiso para cumplir con los Derechos Humanos .....	117
<b>Figura 66.</b> Capacitación al personal .....	118
<b>Figura 67.</b> Bienestar integral de los trabajadores .....	118
<b>Figura 68.</b> Condiciones laborales justas .....	119
<b>Figura 69.</b> Cuidado del medio ambiente.....	119
<b>Figura 70.</b> Prevención de impacto negativo de actividades .....	120
<b>Figura 71.</b> Disminución de recursos no renovables.....	120
<b>Figura 72.</b> Fomenta la anticorrupción entre sus empleados .....	121



<b>Figura 73.</b> Comportamiento ético en la relación con otras organizaciones .....	121
<b>Figura 74.</b> Información del producto al consumidor .....	122
<b>Figura 75.</b> Productos y servicios seguros y saludables .....	122
<b>Figura 76.</b> Comunicación bilateral con consumidores.....	123
<b>Figura 77.</b> Participación y ayuda a la comunidad.....	123
<b>Figura 78.</b> Campañas en pro de grupos vulnerables .....	124
<b>Figura 79.</b> Promoción de la salud y calidad de vida .....	124
<b>Figura 80.</b> Balanza comercial del sector de confitería.....	141
<b>Figura 81.</b> Importaciones del sector de confitería .....	142
<b>Figura 82.</b> Exportaciones del sector de confitería .....	142
<b>Figura 83.</b> Impulso de estrategias y objetivos de RSC .....	144
<b>Figura 84.</b> Cultura de RSC.....	144
<b>Figura 85.</b> Rendición de cuentas por parte de la gerencia .....	145
<b>Figura 86.</b> Dispone de mecanismos de reclamación.....	145
<b>Figura 87.</b> Igualdad de oportunidades .....	146
<b>Figura 88.</b> Influencia para el cumplimiento de los derechos humanos .....	147
<b>Figura 89.</b> Capacita a sus colaboradores por medio del acceso al conocimiento y la información.....	147
<b>Figura 90.</b> Fomenta el bienestar mental, físico y social de sus trabajadores.....	148
<b>Figura 91.</b> Garantía de condiciones laborales justas.....	148
<b>Figura 92.</b> Prevención de agentes contaminantes .....	149
<b>Figura 93.</b> Reversión del impacto ambiental de sus actividades .....	150
<b>Figura 94.</b> Disminución del uso de recursos no renovables .....	150
<b>Figura 95.</b> Educación sobre comportamientos anticorrupción.....	151
<b>Figura 96.</b> Asociación con empresas socialmente responsables .....	151
<b>Figura 97.</b> Comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones .....	152
<b>Figura 98.</b> Provee información sobre el producto al consumidor.....	152
<b>Figura 99.</b> Productos y servicios seguros y saludable .....	153
<b>Figura 100.</b> Comunicación bilateral con consumidores.....	153
<b>Figura 101.</b> Ayuda a grupos de la sociedad .....	154
<b>Figura 102.</b> Campañas a favor de grupo vulnerables .....	154
<b>Figura 103.</b> Actividades para promover la salud y calidad de vida .....	155
<b>Figura 104.</b> Diagrama de Ishikawa (Espina de Pescado) para la Evaluación de Responsabilidad Social Corporativa en Empresas de Confitería en la Provincia del Guayas .....	156

# Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Población y muestra de estudio.....	12
<b>Tabla 2.</b> Importaciones Nacionales CFN .....	44
<b>Tabla 3.</b> .....	46
<b>Tabla 4.</b> Proveedores de otros países que exportan a Ecuador bebidas no alcohólica .....	47
<b>Tabla 5.</b> Barreras de Entrada .....	49
<b>Tabla 6.</b> Competencia de Conservas en Lata de Origen Nacional en Ecuador, 2003.....	72
<b>Tabla 7.</b> Competencia de Conservas en Lata de Origen Extranjero en Ecuador, 2003 .....	73
<b>Tabla 8.</b> Balanza comercial con cifras generales del periodo de 2020 – 2022.....	81
<b>Tabla 9.</b> Importaciones por uso o destino económico del periodo de 2020 – 2022.....	82
<b>Tabla 10.</b> Códigos según tipo de producto.....	101
<b>Tabla 11.</b> Tasas arancelarias según tipo de producto lácteo.....	102
<b>Tabla 12.</b> Empresas del sector lácteo por tamaño.....	106
<b>Tabla 13.</b> PIB del Sector .....	107
<b>Tabla 14.</b> Importaciones.....	109
<b>Tabla 15.</b> Clasificación arancelaria del sector de confitería.....	134
<b>Tabla 16.</b> Empresas del sector de confitería del Guayas.....	138
<b>Tabla 17.</b> Importaciones del sector de confitería periodo 2020-2022.....	139
<b>Tabla 18.</b> Principales países de procedencia de las importaciones según códigos de sub partida del sector de confitería .....	140
<b>Tabla 19.</b> Matriz FODA.....	143

# INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los países en principio, fue asociado al progreso industrial de los mismos, por ello, con el crecimiento acelerado del capitalismo e ideologías concomitantes del consumismo y materialismo se propició una cultura consumista sin precedentes, por tanto, se pasó, del consumo de productos de primera necesidad a productos suntuarios, desarrollando aún más la industrialización.

“... la cual promueve el fortalecimiento del capitalismo como régimen económico fundado en el predominio del capital como elemento de producción y creador de riqueza, un conjunto de capitales o capitalistas considerado como entidad económica. Este sistema requiere que se invierta en mayor equipamiento y materia prima capaz de incrementar la producción y satisfacer las necesidades del mercado, pues los recursos económicos pasan a ser primordiales...” (Llanos, 2016).

Este escenario dio paso al desarrollo globalizado, pero con el transcurrir del tiempo, la industrialización enfocada en la acumulación de riquezas trajo consigo el impacto en grupos y entornos relacionados a las industrias: medio ambiente; comunidad; trabajadores; mercado; entre otros. Por lo cual, esta corriente de pensamiento mayoritaria afirma que la responsabilidad de las compañías no sólo debe ser económica, sino que, debe asumir un rol social (Wood, 1991; Carroll, 1999; Waddock, 2004) citado por (Capriotti y Schulze, 2010). Esta corriente sostiene que dicho rol (vinculado a sus responsabilidades sociales), en relación con grupos de interés, debe ser exigible a las compañías, además de sus funciones puramente económico-financieras.

La sociedad mediática; el crecimiento acelerado e irresponsable de la mayoría de organizaciones; el cambio climático: casos de corrupción; entre otros, permitió que se de paso a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Las acciones de RSC, al ser iniciativas voluntarias, han avanzado lentamente; además, no consideraba los procesos de producción y consumo con una responsabilidad anclada en el cambio de una economía lineal por una economía circular. Por ello, la Unión Europea, toma la iniciativa de promover la economía circular desde el establecimiento de políticas públicas. “La economía circular, por tanto, implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos, todas las veces que sea posible para crear un valor añadido, de esta forma el ciclo de vida de los productos se extiende...” (Parlamento Europeo, 2021).

El Ecuador no tiene documentado el estado de prácticas de empresas del sector de producción, si estas, responden a lineamientos de RSC o no, menos aún, la reglamentación y disposiciones de estas prácticas. En el ámbito legal ecuatoriano, no existe una ley específica o marco jurídico que obligue a todas las organizaciones a desarrollar proyectos de RSC, ya que, se considera que esto limitaría la acción organizacional (Suárez y otros, 2020); además, la aplicación de una ley implica exigencia u obligación, por lo tanto, se faltaría al principio de ser una práctica voluntaria.

Existen organizaciones ecuatorianas, que cuentan con prácticas de RSC, en especial aquellas que constituyen grandes corporaciones o empresas multinacionales, lo que se conoce, son lineamientos solicitados por los municipios para realizar un estudio de impacto ambiental para el permiso de uso de suelo, pero al parecer no existe un seguimiento y asesoría sobre el mismo.

Es importante, desde la academia como parte de la sociedad civil, conocer la realidad de prácticas de RSC en el sector de comercio de alimentos y bebidas, pues, este sector interviene en el diseño de productos; empaques; almacenamiento y distribución. Frente a ello la presente investigación es de gran utilidad pues mediante casos de estudio analiza la realidad e iniciativas del sector.

Cabe mencionar que, los dos primeros capítulos del presente texto, buscan una reflexión y fundamentación de las variables centrales del estudio, Economía Circular y Responsabilidad Social, en el cual se insertan los resultados de una investigación realizada en empresas de la provincia del Guayas- Ecuador, los mismos, se exponen en los capítulos tres al seis.

Por lo tanto, los temas expuestos son: Capítulo 1, aborda la Economía Circular y sus desafíos, frente a un nuevo modelo económico que busca ser alternativa al modelo tradicional lineal, a partir de prácticas que minimicen la contaminación ambiental, manejo responsable de recursos y residuos, y, a la vez, prácticas sostenibles. En el Capítulo 2, se aborda la Responsabilidad Social como vía para llegar a la Economía Circular, pues los autores consideran que la primera es un gran paraguas en el cual se aloja la EC con sus respectivas prácticas.

En los capítulos, tres al seis, se aborda el estudio de campo realizado en empresas representativas del Sector Comercial de bebidas y alimentos de la Provincia del Guayas en Ecuador, tomando como variable independiente la RSC, y, como dependiente, los procesos de importación, por lo tanto, en el Capítulo 3, se presenta el análisis de empresas de comercio de bebidas no alcohólicas; posteriormente en el Capítulo 4, el estudio se centra en empresas comerciales de alimentos enlatados y conservas; en el Capítulo 5 el sector lácteo; y, finalmente en el Capítulo 6, el sector comercial de confitería. Los cuatro subsectores abordados

pertenecen al sector comercial de bebidas y alimentos de la provincia del Guayas, seleccionada para el estudio por ser el puerto principal de Ecuador y de mayor movimiento comercial.

En cuanto a la metodología, se considera pertinente explicarla en este apartado, puesto que aplica de manera transversal a cada uno de los subsectores que se abordan. Para el estudio se seleccionó las empresas del sector comercial de bebidas y alimentos seleccionado a partir del Clasificador Internacional Industrial Uniforme para actividades económicas por parte de las Naciones Unidas (CIUU) y acogido por el Ecuador. Para ello se utilizó la información de la Superintendencia de Compañías, luego de ello, se aplicaron los siguientes criterios de exclusión: empresas activas; que tengan su balance del 2022 subido a la plataforma; que cuenten con información publicada en los sitios web de la compañía u organismos oficiales. En la tabla 1, se aprecia la población y muestra.

**Tabla 1.**

*Población y muestra de estudio*

No	Sector	CIUU	Descripción	Universo	Muestra no probabilística por conveniencia
1	Sector comercial de alimentos y bebidas no alcohólicas	G4630.94	Venta al por mayor de bebidas no alcohólicas (jugos, gaseosas, agua mineral, etcétera).	32	4
2	Empresas comerciales de alimentos de enlatados y conservas	G4630.99	Venta al por mayor de otros productos comestibles (enlatados y conservas).	18	5
3	Sector comercial de productos lácteo	G4630.21	Venta al por mayor de productos lácteos, incluido helados, bolos, etcétera.	30	8
4	Sector comercial de confitería	G4630.92	Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería.	15	4

Nota: se muestra el universo y muestra de cada uno de los subsectores que constan en los capítulos del tres al seis, una vez aplicados los criterios de exclusión.

Para el diseño del instrumento para la recolección y sistematización de información de la Variable de RSC, se diseñó una lista de cotejo en el cual se alinea las prácticas de las empresas que se estudió, con los principios fundamentales de la norma *Standart International Organization (ISO 26000)*, en temas de RSC, quedando los ítems de valoración los siguientes: responsabilidad; transparencia; comportamiento ético; respeto a los derechos humanos; respeto a los intereses de las partes interesadas o *stakeholders*; respeto por la ley; y respeto por las normas internacionales de comportamiento.

Áreas cubiertas por la lista de cotejo:

- Gobernanza de la organización (Cláusula 6.2 de la ISO 26000):
  - Aborda la rendición de cuentas, la transparencia y la implementación de estrategias de responsabilidad social (RSC), lo cual está alineado con la ISO 26000 en su énfasis en la importancia de una gobernanza responsable y transparente.
- Derechos Humanos (Cláusula 6.3 de la ISO 26000):
  - Los mecanismos de reclamación, la igualdad de oportunidades y la prevención del trabajo infantil y forzoso están bien cubiertos. La influencia sobre terceros también es un punto importante en la ISO 26000, y está reflejado en la lista.
- Prácticas Laborales (Cláusula 6.4 de la ISO 26000):
  - La capacitación, el bienestar de los empleados y las condiciones laborales justas están en línea con las directrices de la ISO 26000. Estas áreas son esenciales para el bienestar de los trabajadores y están bien representadas.
- Medio Ambiente (Cláusula 6.5 de la ISO 26000):
  - Las acciones para prevenir la contaminación, revertir impactos negativos y reducir el uso de recursos no renovables se alinean con la ISO 26000, que establece directrices para minimizar el impacto ambiental.
- Prácticas Justas de Operación (Cláusula 6.6 de la ISO 26000):
  - La promoción de comportamientos éticos y la lucha contra la corrupción, así como la asociación con empresas socialmente responsables, se alinean con las expectativas de la ISO 26000 en cuanto a justicia y ética en los negocios.
- Asuntos de Consumidores (Cláusula 6.7 de la ISO 26000):
  - La lista cubre la provisión de información al consumidor y la seguridad de los productos, ambos principios fundamentales en la ISO 26000 relacionados con la protección de los consumidores y el respeto hacia ellos.

- Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad (Cláusula 6.8 de la ISO 26000):
  - La lista contempla la participación en actividades de mejora de la calidad de vida y apoyo a grupos vulnerables, aspectos esenciales en la ISO 26000 para el desarrollo comunitario y la mejora del bienestar social.

La lista de cotejo aplicada, abarca aproximadamente el 85% de las áreas de la ISO 2600. No cubre explícitamente los siguientes puntos: involucramiento de las partes interesadas; evaluación continua de los impactos sociales y ambientales de las actividades empresariales; equilibrio entre las prioridades económicas, sociales y ambientales; elaboración de informes de responsabilidad social o sostenibilidad. Todos estos elementos son importantes en la ISO 26000, sin embargo, para los investigadores no fueron de libre acceso, ya que, uno de las grandes limitantes del estudio, es la poca colaboración por parte de las empresas, de proporcionar información, así como la insuficiente visualización de sus prácticas de gestión.

# CAPÍTULO 1

## *La Economía Circular y sus desafíos*

*Mónica Llanos Encalada, Ph.D.*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
mllanos@ecotec.edu.ec

### 1.1 Introducción

La Economía Circular (EC) busca establecer un modelo mejorado de producción y consumo sostenible a lo largo del tiempo, a través de esta, se optimizan los recursos, se reduce el gasto de materias primas y se enfoca en el uso de residuos, para promover el reciclaje o generar un nuevo uso de materiales para convertirlos en productos totalmente nuevos (Ridaura, 2020). Por lo tanto, la EC, permite cambiar la forma de fabricación y elaboración de productos, que permitan aumentar el reciclaje y reutilización de materiales que se extraen de los mismos.

La producción tradicional requiere consumo indiscriminado de materia prima, que en muchas ocasiones se obtiene de recursos no renovables, o que, su desarrollo requiere un largo periodo de tiempo. A través de la EC, se puede incrementar el desarrollo económico de una comunidad a partir de la reutilización de residuos o reciclaje de materias primas o productos elaborados.

Es complicado mantener el mismo nivel de extracción de recursos o materia primas, debido a que, muchos de éstos provienen de componentes no renovables que pueden escasear o incluso agotarse con el tiempo. Por ello, es necesario, concientizar a la población respecto a los beneficios de fomentar escenarios de EC en todos los ámbitos de producción, comercialización y desempeño de la comunidad, entre ellos el consumo.

En la economía circular como modelo de producción y consumo, se integra la economía, con la sostenibilidad, la cual valora los productos, materiales y recursos, es decir, no sólo la materia prima sino también los recursos con los cuales se elaboran los productos como: agua; energía eléctrica; entre otros, además de reducir al mínimo los residuos durante el proceso de fabricación y consumo (Fundación para la Economía Circular, 2020).

En otras palabras, la EC, es la integración de los ejes de Responsabilidad Social Corporativa: económico; social y ambiental, aplicado a procesos de producción y consumo. Se toma como ejemplo la naturaleza,



por lo cual, se busca aprovechar al máximo los recursos, para reducir la producción o por el contrario darle un giro diferente a la misma, para ello el consumo debe ser parte de esta iniciativa. La producción deberá centrarse en la reutilización de elementos que por sus características propias no puede volver a la naturaleza.

La EC aboga por utilizar la mayor parte de materiales biodegradables posibles en la fabricación de bienes de consumo...para que estos puedan volver a la naturaleza sin causar daños medioambientales al agotar su vida útil. En el caso que no sea posible, utilizar materiales *eco-friendly*<sup>1</sup>... cuando no sea posible, se reciclará de una manera respetuosa con el medio ambiente (Sostenibilidad para Todos, s.f.).

En el año 2015 han salido a la luz importantes contribuciones sobre EC, entre las que destaca los siguientes: libros de Webster y de Lacy y Rutqvist, los trabajos de EMF y McKinsey y de Wijkman y Skanberg (auspiciado por el Club de Roma), referidos a la Unión Europea (UE), y de *U.S. Chamber of Commerce Foundation*, centrado en los Estados Unidos. Además, en diciembre de 2015 la Comisión Europea publicó el Plan de Acción de la UE para la economía circular (Cerda y Khalilova, Economía Circular, 2016).

La sobrepoblación, el calentamiento y desarrollo global basado en una economía lineal, ha ocasionado una seria preocupación a las naciones sobre la vida de las siguientes generaciones. “De acuerdo a estimaciones moderadas del crecimiento poblacional, para el 2050 se requerirían 3 planetas para proporcionar los recursos naturales que garantizan el actual estilo de vida de la humanidad” (Organización de Naciones Unidas, 2015), citado por (Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca, 2021).

La idea de economía circular ya aparece en el libro de Pearce y Turner (1989) (1) sobre Economía de los Recursos Naturales y del Medio Ambiente. De hecho, el capítulo 2 del libro lleva por título «La economía circular». Esta idea ha cobrado cada vez, más importancia, no sólo en el ámbito académico sino también en los ámbitos político, económico, empresarial y social (Cerda y Khalilova, Economía Circular, 2016).

Por tanto, frente al agotamiento gradual de recursos naturales y las consecuencias nocivas a la preservación del medio ambiente, surge la EC como un modelo que ofrece prácticas eficaces mediante acciones preventivas y remediales a favor del medio ambiente y en beneficio de la población (Frerót, 2014).

Durante la Cumbre sobre el Desarrollo Sostenible, que se celebró en septiembre de 2015, se adoptó la agenda para el Desarrollo Sostenible, lo que refleja creciente comprensión de los Estados miembros sobre un modelo económico sostenible para esta y generaciones futuras, también pretende, un camino a seguir

---

<sup>1</sup> Productos elaborados respetando el medio ambiente, es decir eco amigables o ecológicos.

para reducir la pobreza y mejorar la vida de las personas en todo el mundo. Al mismo tiempo, el enfoque se centra en el cambio climático, que comenzó a tener un impacto profundo en la conciencia de la humanidad, ya que afecta a todos los países de todos los continentes, pues altera las economías nacionales y la biodiversidad y bienestar de la población. (Organización de Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura, 2019).

Una Europa que utilice eficazmente los recursos, es una de las siete iniciativas emblemáticas que forman parte de la estrategia Europa 2020 que pretende generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Actualmente es la principal estrategia de Europa para generar crecimiento y empleo, con el respaldo del Parlamento Europeo y el Consejo Europeo... Esta iniciativa emblemática ofrece un marco de medidas a largo plazo y, de manera coherente, otras a medio plazo entre las cuales ya está identificada una estrategia destinada a convertir a la UE en una «economía circular» basada en una sociedad del reciclado a fin de reducir la producción de residuos y utilizarlos como recursos (Fundación para la Economía Circular, 2020).

**Figura 1.**

*Ciclo de la Economía Circular*



Nota. Esta figura ilustra el ciclo de la Economía Circular que abarca cada uno de los pasos en el proceso de fabricación de productos, en el cual se involucra, no solo el sector industrial, sino también al consumidor como responsable de la cadena productiva. Tomado de (Fundación para la Economía Circular, 2020)

Promover la EC, ayuda a alcanzar el desarrollo sostenible, prácticas que se alinean con la Agenda 2030, al propiciar avances en todas sus dimensiones: social, económica y ambiental. Sin embargo, para ello se

requiere cambiar el actual modelo de producción y diseño de productos, hacer sostenibles los patrones de consumo e impulsar mejoras en la prevención, reutilización, reciclado, recuperación de energía y disposición final de residuos (De Miguel et al., 2021).

## 1.2 Principios de la Economía Circular

La Fundación *Ellen Macarthur*, se asocia con empresas; gobiernos; académicos, para construir un marco para una economía que sea restauradora y regenerativa. Para ello, proponen tres principios:

- Eliminación de los desechos y la contaminación
- Circulación de productos y materiales
- Regenerar la naturaleza

La EC es un marco de soluciones que aborda desafíos globales como el cambio climático; pérdida de la biodiversidad; desechos y contaminación, por ello es trascendental que se constituya en un trabajo sistémico en el cual se involucren todos los actores. El mercado económico en esta línea, implica la fase de producción (fabricación y comercialización); uso (clientes, consumidores); desecho fin del uso (sistemas de recolección de desechos-organismos locales y gubernamentales) (Foundation Ellen Macarthur, 2021).

Para alcanzar estos objetivos planteados se proponen nueve principios que dirijan la EC:

1. El residuo se convierte en recurso. - todo el material biodegradable vuelve a la naturaleza y lo que es biodegradable se reutiliza;
2. Segundo uso. - reintroducir el material que no corresponde a las necesidades iniciales de los consumidores;
3. Reutilización. - Reutilizar los residuos o ciertas partes que todavía pueden funcionar para la elaboración de otros productos;
4. Reparación. - encontrar una segunda vida a los productos por medio de la reparación;
5. Reciclaje. - utilizar los materiales que se encuentran en los residuos;
6. Valoración. - aprovechar energéticamente los residuos que no se pueden reciclar;
7. Economía de la funcionalidad. - eliminar la venta por el alquiler de bienes, cuando el producto termina su función principal vuelve a la empresa para la reutilización;
8. La eco concepción. - considera el impacto ambiental a lo largo del ciclo de vida del producto;
9. Ecología industrial y territorial. - organización industrial en un mismo territorio para una gestión optimizada de stocks y flujo de materiales, energía y servicios. (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, 2020).

### 1.3 Estrategias para la implementación de la Economía Circular

El sistema lineal de extracción-producción-uso-desecho, no considera un manejo adecuado de materiales hasta el final de su vida útil, lo cual trae consigo excesiva generación de residuos que causan un impacto negativo a nivel social; ambiental; y económico. Desde un punto de vista macroeconómico, los impactos que se generan son: ambientales; sociales; y económicos.

- **Impacto Social:** El modelo consumista desplaza el trabajo de artesanos y reparadores por el bajo costo de productos que no internalizan sus costos socio ambientales y, por tanto, hacen de los productos nuevos más económicos que la reparación de estos. Estos efectos se observan primordialmente con equipos electrónicos y textiles por medio de obsolescencia programada y percibida. Por otra parte, el mal manejo de residuos generalmente afecta directamente a los grupos más vulnerables debido a la ubicación de los vertederos, incineradores y rellenos sanitarios sobre los ecosistemas colindantes a comunidades vulnerables y pequeños productores.
- **Impacto Ambiental:** El enfoque en extracción de materiales y disposición final de residuos contribuye al agotamiento de recursos a nivel global. Al mismo tiempo, en Ecuador, se acumulan pasivos ambientales en rellenos y vertederos sin ningún tipo de tratamiento o aprovechamiento que provocan la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) equivalente a 451.36 kilo toneladas de dióxido de carbono (kt CO<sub>2</sub> eq) anuales. Si del total de residuos sólidos generados se comportará un 40%, esto significa una reducción de emisiones de GEI equivalentes a 290.38 kilo toneladas de dióxido de carbono (kt CO<sub>2</sub> eq), (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y pesca, 2021).
- **Impacto Económico:** La gestión de residuos sólidos incurre en un alto costo de manejo que implica el transporte y el enterramiento masivo de residuos que actualmente se estima en USD 95.70 por tonelada en promedio a nivel nacional (Censos, 2023). Este costo generalmente está subsidiado y, por lo tanto, es insostenible. Al mismo tiempo, en su mayoría, el cobro de tasas de recolección de residuos no corresponde con el costo de gestión ni la generación de residuos por cada organización o domicilio, pues pretende evitar, que se generen incentivos para reducir la generación de estos.

Además, al no separar y reintroducir los materiales residuales en el sistema económico-productivo, se desaprovecha su potencial de valorización económica como materia prima. La gestión diferenciada de residuos sólidos es esencial para conocer y cuantificar su rentabilidad en términos del potencial beneficio económico que representaría tanto en ingresos directos como en servicios eco sistémicos. Se estima que el país podría perder entre 1.8 y 2.4 millones de dólares mensuales por el desaprovechamiento de la fracción orgánica. Este rango refleja el valor económico de los residuos transformados a compost en cuanto al

potencial que este material tendría para generar servicios eco sistémicos, específicamente por captura de carbono en los suelos y el valor nutricional que representa.

Bajo las premisas descritas, se apuntan algunas estrategias macro para la implementación efectiva de la EC.

- Armonizar una legislación que favorezca a estrategias circulares: El marco legal debe enfocarse en la reducción de generación de residuos, para identificar oportunidades de utilización de materiales y promover la separación y recuperación de materiales y así garantizar que se cobren de manera adecuada los costos de gestión. Cerca de 190 Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) municipales cuentan con ordenanzas para la Gestión Integral de Residuos Sólidos (GIRS), y en función de lo establecido en la Constitución, el Código Orgánico de Organización territorial Autonomía y Descentralización de Ecuador y el Código Orgánico del Ambiente, buscan garantizar la separación en la fuente, la recolección diferenciada y aprovechamiento de residuos.
- Impulsar modelos de basura cero: Basura Cero es la conservación de todos los recursos a través de la producción y el consumo responsables, la reutilización y recuperación de todos los productos, envases y materiales sin incinerarlos y sin generar emisiones al suelo, agua o aire que supongan una amenaza para el ambiente o la salud humana. La articulación con el sector privado es importante para implementar estos modelos de forma efectiva, y así, crear fuentes de trabajo, emprendimiento y encadenamientos productivos. Por ejemplo, en Ecuador existe una gran oportunidad en la reducción de desperdicios alimenticios que se estima es de 939 mil toneladas anuales, que equivale a 334 millones de dólares al año.
- Innovación e involucramiento de múltiples actores: La colaboración es la base de la economía circular. Se debe promover la articulación de actores para la innovación y financiamiento de la GIRS. El mapeo de actores clave en Ecuador, reportó que 73 organizaciones de la academia, sociedad civil y sector privado trabajan en ello, y están interesados, en colaborar con instituciones públicas para lograr un mayor impacto.
- Implementar Responsabilidad extendida del productor e importador: Este mecanismo crea corresponsabilidad del sector privado productivo y de importación en el manejo de residuos junto al sector público y ciudadanía. El principio de la responsabilidad del productor (REP) está principalmente relacionado con la responsabilidad de residuos desde la producción, y su objetivo se centra en minimizar los daños ambientales cuyo resultado supone la ejecución y mejora de gestión de residuos sólidos. Se promueve la implementación de estrategias circulares como eco diseño, intercambio y recuperación de materiales a través de diversos instrumentos de políticas

públicas y regulaciones tales como: incentivos, tarifas, restricciones, permisos, estándares, etiquetas y difusión de información.

- Promover la simbiosis industrial, mayor detalle en Producción Sostenible: La simbiosis industrial es una oportunidad de colaboración entre entidades productivas para reducir los residuos y trabajar en colaboración. En Ecuador ya existe un registro de materiales para la industria, creado por el Consejo Empresarial para el desarrollo sustentable del Ecuador (CEMDES) y la Simbiosis Industrial Ecuador, en la cual participan varios organismos como: Consejo Empresarial de Responsabilidad Social y Sostenibilidad Ecuador (CERES), Unión Andina de Cemento en Ecuador (UNACEM) y Programa de Naciones Unidas (PNUMA), estas plataformas deben promoverse y aprovecharse para implementar la recuperación, reúso e intercambio de materiales entre industrias, para fomentar la industrialización de residuos.
- Fomentar la separación en la fuente y la recolección diferenciada de residuos por parte de los municipios: La separación en fuente de los usuarios se traduce en mayor facilidad para la recuperación de materiales. La separación en fuente es posible y legalmente obligatoria en Ecuador de acuerdo con el Código Orgánico del Ambiente (CODA), y su implementación reduce los costos de la GIRS. Incrementar la separación en la fuente requiere de trabajo conjunto entre los gobiernos locales, organizaciones de recicladores e infraestructura para implementarla. La articulación del sector privado por medio de REP es una oportunidad para promover la separación en la fuente y así reducir la carga presupuestaria actual de los GADM.
- Mejorar la capacidad de caracterización y monitoreo de generación de residuos cuantitativa y cualitativamente sólidos en cada cantón desde el sector domiciliario y de acuerdo con sus actividades productivas: Estos datos permitirán visualizar e implementar acciones que promuevan un manejo adecuado de residuos y maximizar su aprovechamiento. En Ecuador hasta el 2020 51.4% de los GAD Municipales contaban con una caracterización de residuos actualizada, (Ministerio del medio ambiente (2020). Esta información se puede obtener por medio de articulación con recicladores de base de acuerdo con su recuperación y sector privado desde su producción total, colocación en mercado nacional y recuperación si la tuviesen para instalar metas claras de REP. Para esto, es ideal crear una base de datos de materiales críticos priorizados y rastrear el uso, flujo y distribución de estos.
- Involucrar a recicladores de base y gestores ambientales en el modelo de gestión: Existen más de 20,000 personas que trabajan como recicladores de base en el país, su reconocimiento y

participación en la GIRS se traduce en el bienestar de sus familias y comunidades, a la vez que se convierten en un pilar fundamental para la GIRS. Para garantizar la inclusión de los recicladores de base y gestores ambientales es fundamental su formalización, a través de modelos asociativos, que incorporen enfoques de Economía Popular y Solidaria (EPS) para que sean Sostenibles, así como también el establecimiento de sistemas de compensación por tonelada de residuos no enterrados, en cada GAD Municipal. Para garantizar la inclusión de los recicladores de base y gestores ambientales es fundamental su formalización, a través de modelos asociativos, que incorporen enfoques de EPS para que sean Sostenibles, así como también el establecimiento de sistemas de compensación por tonelada de residuos no enterrados, en cada GAD Municipal.

- Diversificar los mecanismos de financiamiento para garantizar la sostenibilidad de la GIRS: El manejo efectivo de residuos sólidos y minimización de su producción debería eventualmente aportar a una reducción del subsidio promedio que otorgan los GADM del 42% y hasta el 77.7% en la región Amazónica (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2021), que trasladen costos reales a productores y a ciudadanos de acuerdo con su generación y entrega al GADM.

A nivel empresarial, la EC permite salir del modelo lineal de producción, con el objetivo de tener procesos de fabricación que consuman poca energía, y no generen desechos y basura que impacten a la sociedad y medio ambiente. Forma parte de los nuevos modelos económicos sostenibles emergentes que ofrecen alternativas coherentes al sistema actual y que luchan contra el cambio climático en su esencia. Entre las estrategias a nivel de empresa de adopción de la EC, se destacan los siguientes puntos:

- Análisis: se debe identificar los riesgos para la empresa de la economía lineal y las oportunidades de la economía circular. También se debe analizar la organización en función de los flujos de materiales y energéticos. ¿De dónde viene todo lo que consume y a dónde va?
- Objetivos: una vez que esté claro qué podemos aprovechar y qué colaboradores nos pueden ayudar a hacerlo, se deben fijar unos objetivos que consideren la viabilidad técnica y económica.
- Planificación: se debe idear cómo se llevarán a cabo los cambios para cumplir los objetivos fijados.
- Implementación: se debe diseñar una hoja de ruta con responsabilidades y plazos para cumplir las diferentes tareas que requiera el plan.

- **Medición:** se debe realizar un seguimiento de las acciones para ver si cumplen, se acercan o se alejan de los objetivos planteados.
- **Comunicación:** no basta con hacer, también hay que contar. Tanto a nivel interno como externo de la empresa, los diferentes actores deben conocer las acciones que se estén poniendo en práctica (Almeida y Díaz, 2020).

“La EC busca poner a la empresa privada al servicio de la transición hacia un sistema más sostenible; representa un enfoque sistémico de desarrollo económico” (Llanos et al., 2023, pág. 186) que busca ser rentable a largo plazo y responsable con el medio ambiente y el consumidor

Entre las principales razones por las cuales las empresas deberían implementar un modelo de EC, se destacan los siguientes:

- **Beneficios económicos:** crea riqueza en equilibrada; genera empleos; reduce gastos e inversiones; reorienta la producción de los países
- **Beneficios ambientales:** disminuye el uso de los recursos; reduce la producción de residuos; limita el consumo de energía; maximiza los beneficios medioambientales
- **Beneficios sociales:** permite el cambio de hábitos de consumo; crea conciencia; equilibra la sociedad con la economía y el medio ambiente.
- **Reducción de Costos:** las grandes empresas suelen gastar grandes sumas de dinero en enviar residuos a los vertederos.

Al practicar la EC, es posible reducir costes, no sólo eliminar el destino, sino devolviéndolos dentro del propio proceso productivo, además, generar ingresos a partir de su valoración. A partir de estudios, existe una manera de definir una forma de reutilizar los residuos o transformarlos en nuevos productos que se puedan vender. Muchas industrias incluso suelen vender sus propios residuos para que otras empresas puedan utilizarlos como materia prima.

Las empresas que deciden optar por la economía circular logran reducir sus costes operativos debido a la optimización de recursos y a una adecuada gestión de sus residuos que generan, introduciéndolos de nuevo en el ciclo productivo o poniéndolos a disposición del mercado. (Lobato, 2017)

## **1.4 Conclusiones**

La Economía Circular representa la propuesta para implementar nuevas estrategias en la producción, comercialización y consumo de productos, con la finalidad que esta reemplace al modelo tradicional



conocido como Economía lineal. Todo esto apunta a contribuir con una economía sustentable, frente al agotamiento gradual de recursos y la contaminación ambiental.

La EC, representa la integración de los tres ejes principales de la Responsabilidad Social Corporativa, esto es, lo social; lo económico y lo ambiental, con la finalidad que todos los grupos involucrados en la producción; comercialización y consumo implementen prácticas responsables como son: recuperar; reutilizar; reparar; reciclar; rediseñar; manejo responsable de recursos y residuos.

La implementación de prácticas de Economía Circular, se vuelve prioritario para los países y estrategia diferenciadora para las empresas, las cuales no sólo tendrán un aspecto diferenciador al ser socialmente responsables, sino también tendrán ganancias a mediano y largo plazo al reducir sus costos de producción.

### 1.5 Referencias Bibliográficas

Almeida, M., & Díaz, C. (2020). Economía circular, una estrategia para el desarrollo sostenible. Avances en Ecuador. *Revista Internacional de Administración*. doi: DOI: 10.32719/25506641.2020.8.10. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/2407>

Censos, I. N. (diciembre de 2023). *Estadística de Información Ambiental Económica en Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales Gestión de Residuos Sólidos 2022*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Municipios\\_2022/Residuos\\_Solidos/Presentacion\\_GIRS\\_2022vFINAL.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Municipios_2022/Residuos_Solidos/Presentacion_GIRS_2022vFINAL.pdf)

Cerda, E., & Khalilova, A. (2016). Economía Circular. *Economía Industrial*, 11-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5771932>

De Miguel, C., Martínez, K., Pereira, M., & Kohout, M. (2021). *Economía circular en América Latina y el Caribe: oportunidad para una recuperación transformadora*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL). Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47309/S2100423\\_es.pdf?sequence=1&isAlloved=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47309/S2100423_es.pdf?sequence=1&isAlloved=y)

Foundation Ellen Macarthur. (2021). *ellenmacarthur*. Obtenido de <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

- Frerót, A. (2014). Economía circular y eficacia en el uso de recursos: un motor de crecimiento económico para Europa. *Foundation Robert Schuman* (331), 1-10. <https://old.robert-schuman.eu//es/doc/questions-d-europe/qe-331-es.pdf>
- Fundación para la Economía Circular. (s.f.). *economiacircular.org*. Obtenido de <https://economiacircular.org/economia-circular/>
- INEC-AME. (diciembre de 2021). *Boletín Técnico No 04-2020-GAD Municipales*. Obtenido de Estadística de Información Ambiental. Económica en Gobiernos Autónomos. Descentralizados Municipales: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Municipios\\_2020/Residuos\\_solidos\\_2020/Boletin\\_Tecnico\\_Residuos\\_2020.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Municipios_2020/Residuos_solidos_2020/Boletin_Tecnico_Residuos_2020.pdf)
- Llanos, M., Bell, R., & Correa, A. M. (2023). Visibilidad Regional de prácticas de Economía Circular en publicaciones científicas de alto impacto. *Universidad y Sociedad*, 15(6), 185-195. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4136>
- Lobato, I. (2017). *Economía Circular: de la Eco-Obligación a la Eco-Oportunidad*. Tagus. Obtenido de [https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/recursos/materiales/economia-circular-ebook\\_tcm30-442642.pdf](https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/recursos/materiales/economia-circular-ebook_tcm30-442642.pdf)
- Ministerio del medio ambiente, M. d. (2020). *Proyecto: Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos (PNGIDS)*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/5.PROYECTO-PNGIDS.pdf>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y pesca. (2021). *Libro Blanco de Economía Circular de Ecuador*. Quito. Obtenido de [https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Libro-Blanco-final-web\\_mayo102021.pdf](https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Libro-Blanco-final-web_mayo102021.pdf)
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (2020). Obtenido de Economía Circular: qué es, principios, objetivos, beneficios y ejemplos: <https://www.responsabilidadsocial.net/economia-circular-que-es-principios-objetivos-beneficios-y-ejemplos/>
- Ridaura, G. (2020). La Economía Circular en Ecuador: Perspectivas de Cumplimiento de los ODS en la Era Post COVID-19. *Cienciamérica*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746468>

Sostenibilidad para Todos. (s.f.). *sostenibilidad.com*. Obtenido de <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/en-que-consiste-la-economia-circular/>

UNESCO. (2019). *on.org*. Obtenido de <https://www.un.org/es/our-work/support-sustainable-development-and-climate-action>

## CAPÍTULO 2

### *La Responsabilidad Social Corporativa, vía alterna hacia la Economía Circular*

*Mónica Llanos Encalada, Ph.D.*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
mllanos@ecotec.edu.ec

#### **2.1 Introducción**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) define la unificación de actividades empresariales con conciencia ambiental, que incentivan a las corporaciones a implementar prácticas éticas y socialmente responsables dentro de su cadena de valor (Ormaza et al., 2020), como también, dar respuesta a los problemas ambientales y sociales.

Lo que empezó como filantropía social, ha logrado posicionarse como ventaja competitiva para las organizaciones, quienes, no sólo deben preocuparse de su rol ético en la sociedad, sino también, de su relación ética con sus *stakeholders*<sup>2</sup> (Vargas, 2021), puesto que estos, empiezan a cuestionar, cada vez más, el proceso de productos y la repercusión que tienen en la salud del consumidor y bienestar del ecosistema, así que, según lo que obtengan como respuesta elegirán si permanecer o no con dicha organización. Es por esta realidad, la importancia de promover instituciones transparentes (Zambrano, 2020).

El sistema de compra y venta se ha desprendido del concepto de intercambio simple y rápida satisfacción de necesidades, para crear una marca con la que el consumidor se pueda sentir identificado y cuidado, ésta, es una de las mejores propuestas de valor agregado al vender. Por lo tanto, las corporaciones implementan la responsabilidad social corporativa como una estrategia para fortalecer su imagen social y en benéfico al ecosistema, reflejado en la salud de la sociedad y protección del medio ambiente.

La RSC consiste de tres componentes: económicos, ambientales y sociales, cuyo conjunto se lo ha denominado como “triple creación de valor”. Y dentro de la gestión empresarial con respecto a una producción ética y consciente, se realiza una importante reducción, que si bien, no es completa eliminación, de materiales, se utiliza la EC como sistema base. “La responsabilidad social corporativa se basa en diversas

---

<sup>2</sup> Son todos aquellos grupos de interés con los cuales las organizaciones se relacionan de manera directa e indirecta, por lo cual existe un nivel de influencia significativa para el giro del negocio de las organizaciones, entre estos se encuentran: organismos de control; proveedores; distribuidores; clientes; comunidad; competencia; personal e incluso la competencia.

estrategias donde la empresa impacta de manera positiva a sus clientes, la satisfacción y el desarrollo profesional de sus colaboradores, el medio ambiente y la comunidad que lo rodea” (Acosta et al., 2018).

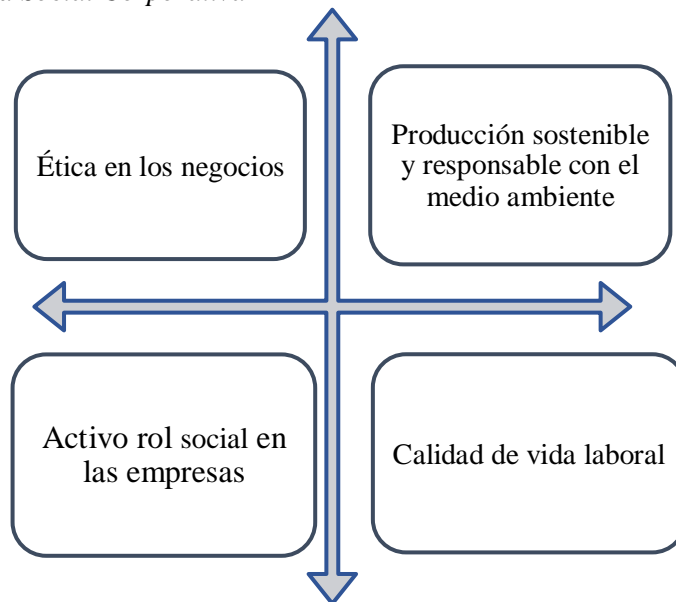
Uno de los organismos impulsores de la RSC, es la Organización de las Naciones Unidas, por medio de la fundación de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, que, en su publicación “Nuestro Futuro Común”, propone un plan de desarrollo sostenible, en el cual destaca la reflexión sobre el futuro de nuevas generaciones y aborda temas como: pobreza; desigualdad; y falta de interés social (Naciones Unidas- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021). Este escrito se transformó rápidamente en un hito para el cambio social. La Responsabilidad Social del Ecuador, considera como parte de estos cinco principales pilares: Valores y principios; Desarrollo Sostenible; Principios del Pacto global; Organización Internacional de Normalización (ISO) 26000; Sistema de Gestión empresarial (SGE 21), (Pecho et al., 2021)

## 2.2 Ejes y Variables de la Responsabilidad Social Corporativa

Dentro de cada sistema existen ejes que la dirección y la RSC no son ajenas a este principio. Para (Pecho et al., 2021), esta presenta los siguientes ejes:

### Figura 2.

*Ejes de la Responsabilidad Social Corporativa*



Nota. se exponen los cuatro ejes que engloba las variables en su conjunto de lo que implica la Responsabilidad Social Corporativa. Fuente (Pecho et al., 2021).

Aquellos ejes expuestos son partes de un todo consciente, es decir que, cada uno de ellos aporta y dirige el actuar reflexivo de las empresas, lo cual deriva en comportamientos empáticos hacia sus empleados; clientes y medio ambiente. Es ineludible destacar que todo este movimiento hacia el cambio, tuvo auge en Europa, y Norteamérica, no tardó en continuar con esta iniciativa, sin embargo, en América Latina, se ha tardado varios años en especial en Ecuador.

Como se ha expuesto en párrafos previos, los *stakeholders* son preponderantes cuando se habla del cambio en las empresas, puesto que el objetivo de oro en las corporaciones siempre va a dirigirse a estos grupos, ya sea: para alcanzar la satisfacción de sus clientes, capturar la atención de los potenciales prospectos, como también, tener una buena reputación en el mercado, en especial productos de alta demanda como lo son los alimentos. Un ejemplo de ello es la producción y comercialización de banano. Según datos de PROECUADOR (2019), la exportación de este producto, tiene un índice alto, sin embargo, existe escasa responsabilidad social, por ello es importante las existencias de estas demandas por parte de comerciantes y consumidores.

La Organización de Estándares Internacionales por sus siglas en inglés *International Organization for Standardization*, (ISO), por un lado, la ISO 26000, es una organización que busca concientizar a las empresas sobre el impacto de sus elecciones a nivel de producción y clima laboral, ayudándolos así, hacia conductas responsables, empáticas, transparentes, pero, sobre todo, éticas. A su vez, toma como responsabilidad primordial cubrir los intereses de los *stakeholders*. Por otro lado, la ISO 26000 constituye una guía o mapa con el que las corporaciones responsables se guían en este vasto mundo de la economía, ecología y calidad de trabajo digno, fundamentándose en los siguientes principios: Derechos humanos; Responsables normas laborales; Medio ambiente; Pelea contra la corrupción (*International Organization for Standardization, s.f.*).

### **2.3 Regulaciones de la Economía Circular y la Responsabilidad Social Corporativa**

En el Ecuador se puede encontrar información relacionada a la EC en los siguientes marcos legales: Constitución de la República del Ecuador, Código Orgánica de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, Código Orgánico del Ambiente, Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva y el Libro Blanco de Economía Circular en Ecuador.

La Constitución de la República del Ecuador, en el Artículo 3 promueve el desarrollo sustentable y la registración de los recursos de manera equitativa y sustentable, para garantizar el buen vivir. Así como también, en el Artículo 14, reconoce el derecho de vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. De igual manera, en el Artículo 66 el estado ecuatoriano asegura una vida digna, salud y saneamiento

ambiental (Asamblea Constituyente de Montecristi, 2008). Por lo tanto, el Estado ecuatoriano otorga el derecho de la restauración de la naturaleza – artículo 71 y promoverá el respeto de los elementos que conforman un ecosistema según el artículo 72.

Según el Registro Oficial N° 303 del 19 de octubre del 2010, del Código Orgánica de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, se establecen las competencias en materia ambiental en todos los niveles de gobierno (Asamblea Nacional, 2010). En el Código Orgánico del Ambiente, el estado ecuatoriano garantiza el derecho a vivir en un ambiente sano a sus habitantes, así como también ecológicamente equilibrado (Asamblea Nacional, 2017)

En el Ecuador se estableció el 6 de julio de 2021, mediante Registro Oficial N° 488, la “Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva”, mismo que se ha desarrollado con la finalidad de reconocer, resguardar, preservar, desarrollar y fomentar el desarrollo de reciclaje y tratamiento de residuos (Asamblea Nacional, 2021). Está ley es de aplicación obligatoria en todo el estado ecuatoriano, tanto por entidades privadas y públicas, así como a personas jurídicas y naturales.

Los principios más relevantes de dicha ley son:

- El que contamina paga: Se deberá incorporar a los costos de producción todas las medidas necesarias para prevenir, evitar o reducir la contaminación.
- Eficiencia: Aplicación de las mejores prácticas de producción, comercio y estrategias de desarrollo sostenible en el uso y aprovechamiento de materiales, recursos, bienes y servicios.
- Participación: Educación, inclusión social y fortalecimiento de la comunidad para prevenir la contaminación.
- Precautorio y Prevención: Aplicación de medidas eficaces y oportunas destinadas a evitar, mitigar o cesar la afectación del daño ambiental a través de la aplicación de la normativa.
- Protección del ambiente y la salud pública: precautelar los derechos a la salud y el ambiente sano para el desarrollo de la vida.
- Reducir impactos: Disminuir las consecuencias asociadas a la extracción de materia prima.
- Trazabilidad: Medición de los residuos a lo largo de la cadena de manejo de un producto.
- De la cuna a la cuna: Considera todo el ciclo de vida de un producto, desde la extracción de materias primas hasta su reutilización y/o aprovechamiento para su re inserción en el ciclo productivo.

Y, en cuanto al modelo de Economía Circular Inclusiva, requiere un cambio del proceso de producción y consumo por parte de empresa y de la sociedad, con la finalidad de restaurar el medio ambiente, con la finalidad de evitar el establecimiento de residuos no reutilizados. Lo que significa que es necesario el cambio de modelo de una economía lineal a una economía circular inclusiva (Puentes y Asociados, 2021).

El Libro Blanco de Economía Circular para Ecuador recopila su conceptualización y plantea a la misma, como parte del modelo de desarrollo regenerativo y restaurativo para el país. En el documento se definen las líneas estratégicas y acciones propuestas para lograrlo. (Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca, 2021, p.14). Este modelo de desarrollo está conformado por 4 ejes primordiales: Política y Financiamiento; Producción Sostenible; Consumo Responsable y Gestión Integral de Residuos Sólidos.

## 2.4 Conclusiones

Como se ha expuesto, la Responsabilidad Social Corporativa es la puesta en práctica de acciones éticas y responsables en cada uno de los procesos de la organización y a su vez con los grupos de interés, por lo cual, se busca transparentar las buenas prácticas en los ejes; económico; social y medio ambiental.

No todas las prácticas de RSC constituyen parte de la ley, sin embargo, se promueven desde la normativa que las organizaciones transparenten sus acciones y responsabilidad en especial con el cuidado del medio ambiente a través a través de prácticas en el manejo de desechos e impacto ambiental que puede generar sus procesos, en especial aquellas organizaciones que por su giro de negocio productivo pueden generar mayor contaminación.

La RSC y la Economía Circular van de la mano, puesto que el segundo representa un nuevo modelo económico, la primera apunta a reducir los impactos y tomar acciones preventivas, por lo cual existe gran similitud entre estas, la EC proporciona las estrategias que van a permitir que la Organización sea Socialmente responsable. En ambos casos, estas prácticas representan una ventaja competitiva y ganancias de rentabilidad a mediano y largo plazo que sería conveniente concientizar a las organizaciones.

## 2.5 Referencias Bibliográficas

Acosta, M., Lovato, S., y Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/DOI:10.22507/rli.v15n2a8>. <https://www.redalyc.org/journal/695/69559233009/html/>



- Asamblea Constituyente de Montecristi. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización. Quito. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15\\_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf)
- Asamblea Nacional. (2017). Código Orgánico del Ambiente. [https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)
- Asamblea Nacional. (2021). *Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva*. Quito. <https://procuraduria.utpl.edu.ec/NormativaExterna/LEY%20ORG%20C3%81NICA%20DE%20ECONOM%20C3%8DA%20CIRCULAR%20INCLUSIVA.pdf>
- International Organization for Standardization. (s.f.). *ISO 26000:2010*. Guía de Responsabilidad Social: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca. (2021). *Libro Blanco de Economía Circular de Ecuador*. Quito- Ecuador: Centro de Innovación y Economía circular CIEC. [https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Libro-Blanco-final-web\\_mayo102021.pdf](https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Libro-Blanco-final-web_mayo102021.pdf)
- Naciones Unidas- CEPAL. (2021). *Construir un futuro mejor: Acciones para fortalecer la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Cuarto informe sobre el progreso y los desafíos regionales. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1a441acf-eeb3-462e-bf93-f2948a22f0ab/content>
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3). <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/html/>
- Pecho, C., Cotrina, J. C., Laucho, J. L., y Ulfe, J. (2021). Responsabilidad social empresarial y el cuidado del medio ambiente. *Revista Iberoamericana de educación, Especial 1*, 2737-632x. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.31876/ie.vi.100](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.31876/ie.vi.100). <https://www.revista-iberoamericana.org/index.php/es/article/view/100>

PROECUADOR. (2019). *PROECUADOR*. PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/>

Vargas, J. (2021). Innovación social: ¿Nueva cara de la responsabilidad social? conceptualización crítica desde la perspectiva universitaria. *Ciencias Sociales*, 27(2), 435-450. <https://www.redalyc.org/journal/280/28066593030/html/>

Zambrano, H. Y. (2020). *Análisis y medición de la incorporación de Programas*. Córdoba: UCOPress. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=299136>

## CAPÍTULO 3

### *Responsabilidad Social Corporativa en procesos de importación: Sector de bebidas no alcohólicas- provincia del Guayas*

*Melany Ginamar Mera Álava*

Universidad Tecnológica ECOTEC  
memera@est.ecotec.edu.ec

*Mónica Llanos Encalada, Ph.D.*

Universidad Tecnológica ECOTEC  
mllanos@ecotec.edu.ec

#### 3.1 Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un tema de gran relevancia en el ámbito empresarial, ya que implica el compromiso de las organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el desarrollo de sus actividades. En este contexto, el sector de bebidas no alcohólicas desempeña un papel importante en la economía de la provincia del Guayas en Ecuador, por lo cual es crucial examinar cómo estas empresas comerciales abordan la RSC en sus procesos de producción sustanciales (Acosta et al., 2018).

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en los procesos sustantivos de las empresas comerciales del sector de bebidas no alcohólicas durante el periodo 2020 – 2022, para ello, se examinan diversas dimensiones de la RSC como: gestión ambiental; responsabilidad hacia los trabajadores; prácticas éticas y contribución a la comunidad, tal como lo acota (Millán, 2021).

Esto permite a las organizaciones; autoridades; y otros actores involucrados, tomar decisiones informadas y promover prácticas más responsables y éticas en el ámbito empresarial. En el sector de bebidas no alcohólicas, las empresas comerciales desempeñan un papel significativo en la economía local, en especial aquellas que se dedican a la importación, distribución y venta de productos tales como: jugos; refrescos; aguas embotelladas; bebidas energéticas; té helado; entre otros productos. Además de generar empleo, impulsan la actividad comercial y fomentan la inversión en la región. En el año 2022 existieron 47 empresas que se dedicaron a la elaboración de bebidas no alcohólicas, de las cuales el 68% se encuentran en las provincias de Pichincha (32%); Guayas (25%), y, Manabí (11%) (Corporación Financiera Nacional B.P., 2023).

Las empresas del sector proporcionan 4.581 plazas de empleo, de las cuales el 90% corresponde a grandes empresas. El sector de elaboración de bebidas no alcohólicas sumó alrededor de \$148.85 MM en el año 2020, equivalente a una participación sobre el Producto Interno Bruto del 0.22%. A su vez, dicho valor, fue 15,37% inferior en comparación a la cifra reflejada en el 2019. No obstante, esta investigación busca promover un enfoque empresarial más responsable y sostenible, que beneficie tanto a las organizaciones como a la sociedad en general (Corporación Financiera Nacional B.P., 2022)

Muchas bebidas no alcohólicas se comercializan en envases plásticos desechables, lo que impacta significativamente la contaminación del medio ambiente, pues, en su gran mayoría terminan en vertederos; ríos o mares, lo cual causa daños a ecosistemas y vida marina (López-Aguirre et al., 2020). La falta de estrategias para el manejo de residuos y alternativas más sostenibles, como envases reciclables o biodegradables, es una preocupación importante para la RSC.

La producción de bebidas, especialmente jugos y refrescos, requiere gran cantidad de agua, por lo que en regiones donde escasea el agua o enfrentan problemas de sequía, el uso responsable de este recurso es esencial para garantizar la sostenibilidad a largo plazo (Naciones Unidas, 2020). Las empresas deben implementar prácticas de conservación del agua y trabajar en colaboración con las comunidades locales para asegurar el uso responsable y equitativo de este recurso (Hugo et al., 2019).

Para Muyulema Allaica et al., (2019) la importación de bebidas desde diferentes partes del mundo implica el transporte de mercancías a larga distancia, lo que puede aumentar significativamente la huella de carbono de las empresas. Los gases de efecto invernadero liberados durante el transporte contribuyen al cambio climático y afectan al medio ambiente globalmente. Las empresas deben considerar la implementación de estrategias para reducir su impacto ambiental relacionado con la logística y el transporte (p.90).

Hay insuficientes investigaciones que aborden la implementación de la RSC en los procesos de importación de estas empresas, esta falta de información limita la comprensión y evaluación de sus prácticas, así como la capacidad de identificar áreas de mejora y proponer recomendaciones para impulsarse de forma responsable y sostenible (Álvarez-Cano et al., 2022)

Abordar esta problemática, requiere un enfoque integral en toda la cadena de suministros que se expresan en el acuerdo ministerial 19 sobre políticas para la gestión integral de plásticos en el Ecuador propuesta por (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2014).

Para Ormaza Andrade et al., (2020) la importación de bebidas desde diferentes partes del mundo implica el transporte de mercancías a larga distancia, lo que puede aumentar significativamente la huella de carbono de las empresas. Los gases de efecto invernadero liberados durante el transporte contribuyen al cambio climático y afectan al medio ambiente globalmente. Las empresas deben considerar la implementación de estrategias para reducir su impacto ambiental relacionado con la logística y el transporte (p.56).

Otro problema es la preocupación por la salud de los consumidores. Aunque estas bebidas no contienen alcohol, contienen altas cantidades de azúcares; edulcorantes artificiales; colorantes; y otros aditivos, que tienen efectos negativos para la salud. Además, la información nutricional y los ingredientes en las etiquetas de productos pueden ser confusos o incompletos, lo que dificulta que los consumidores tomen decisiones informadas. La falta de transparencia en la información puede ser perjudicial para la salud de los consumidores y dificulta la adopción de hábitos alimenticios más saludables. Abordar estos problemas de salud es esencial para promover el bienestar de los consumidores y fomentar prácticas de RSC en el sector (Cevallos-Mero, 2018)

Ante lo expuesto, surge una interrogante central ¿Cómo influye la Responsabilidad Social Corporativa en los procesos de importación de las empresas comerciales del sector de bebidas no alcohólicas?, y para dar respuesta se plantea como objetivo el analizar la influencia de las prácticas de responsabilidad social en los procesos de importación de las empresas comerciales del sector de bebidas no alcohólicas de la provincia del Guayas periodo 2020-2022.

### **3.2 Responsabilidad social corporativa en empresas ecuatorianas**

En el contexto ecuatoriano, las empresas del sector de bebidas no alcohólicas desempeñan un papel importante en la economía del país, por ello la importancia de incorporar estrategias de RSC en sus operaciones, especialmente en los procesos de importación. Apolinario y Guevara, (2021), destacan la relevancia de la RSC en empresas ecuatorianas, que tienen compromiso con la sociedad y el entorno en el desarrollo de operaciones socialmente responsables, en especial cuando la participación de los *stakeholders* cobra relevancia, como partícipes en las operaciones empresariales. Por lo cual la RSC se convierte en una herramienta estratégica para satisfacer las expectativas de todos los grupos partícipes y promover un equilibrio entre los aspectos: económico; social; y ambiental (Rojas et al, 2021).

La RSC, es un concepto cada vez más relevante en el contexto empresarial ecuatoriano, y su aplicación en el sector de bebidas no alcohólicas tiene un impacto significativo en el desarrollo económico y social del

país. En este sentido, es importante profundizar en los argumentos que respaldan su importancia en operaciones de importación (Morán et al., 2019).

Uno de los argumentos clave a favor de la RSC en el sector de bebidas no alcohólicas es su papel en la generación de empleo, lo cual beneficia a las comunidades, al proporcionar ingresos a las familias y contribuir a la estabilidad económica de la región. Estas prácticas, también incluyen el promover condiciones laborales justas y seguras, así como un trato digno y de respeto (Camacho, 2015). Cuando las empresas adoptan prácticas de RSC, tienden a preferir proveedores que también cumplen con estándares éticos y sostenibles, lo que, a su vez, impulsa a otros actores en la cadena de suministro también hacerlo (Burgos et al., 2023), lo cual crea un efecto dominó que eleva los estándares éticos en todo el sector.

Otro argumento a favor de la RSC es su impacto en la inversión de la comunidad local. Estas empresas suelen llevar a cabo proyectos de responsabilidad social que benefician directamente a las comunidades en las que operan, lo cual incluye proyectos de educación; salud; desarrollo comunitario; y conservación ambiental que fortalecen los lazos con la sociedad y contribuyen al bienestar de las personas que la conforman (Ayala, 2021). Todas estas prácticas, mejoran la reputación de la empresa y su relación con los consumidores, con un aumento en la lealtad de marca y, en última instancia, mayor éxito económico.

Las empresas que incorporan la RSC en sus operaciones de importación tienen una ventaja competitiva, están mejor posicionadas para satisfacer las expectativas de consumidores conscientes de la responsabilidad social (Cordero-Ahiman, 2022). Al adoptar prácticas responsables, las empresas pueden construir relaciones sólidas y sostenibles con todas las partes interesadas, lo que a su vez fortalece su posición en el mercado (Acosta-Véliz et al., 2018).

Al incorporar la RSC en los procesos de importación, las empresas de bebidas no alcohólicas en Ecuador demuestran su compromiso con la ética y la responsabilidad. Esto no solo es beneficioso desde una perspectiva moral, sino que también ayuda a evitar problemas legales y riesgos de reputación, que podrían surgir de prácticas comerciales cuestionables (Altamirano et al., 2020).

No obstante, la Responsabilidad Social Corporativa desempeña un papel crucial en el sector de bebidas no alcohólicas en Ecuador. Los argumentos a favor de la RSC en este contexto incluyen la generación de empleo; dinamización de la actividad comercial; inversión en la comunidad local y la satisfacción de la demanda de consumidores responsables.

### 3.3 La importación de productos de bebidas no alcohólicas

En la importación de productos de bebidas no alcohólicas a Ecuador, implica considerar, no solo, las normativas de importación, sino también aspectos éticos en la cadena de suministros, producción e impacto ambiental (Freire et al., 2022), puesto que este tipo de decisiones aseguran las consecuencias adversas por prácticas comerciales irresponsables.

Las empresas importadoras de bebidas no alcohólicas deben considerar el impacto de sus operaciones en los ecosistemas locales y globales. Esto incluye la gestión responsable de recursos naturales utilizados en la producción y minimización de residuos y la contaminación. La ética empresarial exige que las empresas sean conscientes de su huella ambiental y tomen medidas para reducirla. Otro aspecto clave en el contexto de la importación es la transparencia y rendición de cuentas. Las empresas deben ser transparentes en sus operaciones y comunicar abiertamente sus prácticas éticas y sus esfuerzos por mejorar (Espino, 2023).

La importación de bebidas no alcohólicas es un proceso rigurosamente regulado y supervisado, con el objetivo principal de asegurar la seguridad de productos y garantizar el cumplimiento de regulaciones, esenciales para proteger la salud de los consumidores y mantener integridad en la comercialización de productos importados en el mercado nacional (Andrade et al., 2023). Uno de los pasos cruciales en el proceso de importación es la obtención de registros sanitarios emitidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Estos registros representan una evaluación exhaustiva de calidad y seguridad de productos alimenticios. Esta entidad, verifica que los productos cumplan con estándares de inocuidad alimentaria y que no representen riesgos para la salud de los consumidores, garantiza, además, que solo los productos que cumplen con normativas ingresen al mercado ecuatoriano (Guevara y Viteri-Robayo, 2023).

Otro de los requisitos, es la licencia de importación, emitida por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, quien regula el comercio exterior y es responsable de establecer políticas comerciales para garantizar que las importaciones cumplan con las normativas vigentes (Cevallos-Mero, 2018). La documentación aduanera, como: factura comercial y certificado de origen, son esenciales en el proceso de importación, pues proporcionan información detallada de la procedencia y valor de productos importados, lo cual facilita la determinación de aranceles aduaneros. Además, deben cumplir estándares de etiquetado y empaque establecidos por ARCSA (Freire et al., 2022). Esto implica, que las bebidas no alcohólicas deben llevar etiquetas que incluyan información precisa sobre: ingredientes; contenido nutricional; y advertencias de salud. Estos requisitos buscan garantizar la transparencia y protección de los consumidores al proporcionar información completa (Muyulema Allaica et al., 2019).

Los requisitos de importación de bebidas no alcohólicas en Ecuador se encuentran relacionados con el sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU 4.0). En cuanto a la elaboración de bebidas no alcohólicas embotelladas (excepto cerveza y vino sin alcohol), que incluye bebidas aromatizadas y/o edulcoradas como limonadas, naranjadas, bebidas gaseosas (colas), bebidas artificiales de jugos de frutas (con jugos de frutas o jarabes en proporción inferior al 50%), aguas tónicas, gelatina comestible, bebidas hidratantes, entre otras, pertenece al código C110401 el cual clasifica actividades de producción de bebidas no alcohólicas y proporciona una referencia para su categorización en términos industriales y comerciales Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012).

En cuanto a la Clasificación Arancelaria de mercancías de la Región Andina (NANDINA), el sector de bebidas no alcohólicas se encuentra bajo el código 2202 y 2206, comprende: bebidas fermentadas (sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas y no alcohólicas; sidra; aguamiel y demás bebidas fermentadas; (excepto cerveza, vino de uvas, mosto de uvas, vermut y demás vinos de uvas frescos preparados con plantas o sustancias aromáticas).

Estos aranceles, son importantes en el proceso de importación, tanto el CIIU 4.0, como la Clasificación Arancelario NANDINA, son fundamentales para la correcta identificación y clasificación de bebidas no alcohólicas con fines industriales y comerciales, así como, la aplicación de tasas arancelarias correspondientes al proceso de importación. Esta evaluación asegura que exista una adecuada regulación y fiscalización, lo cual contribuye a la seguridad y calidad de productos en el mercado ecuatoriano (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

En resumen, los requisitos previos de importación en Ecuador constituyen un sistema integral destinado a garantizar la seguridad y calidad de bebidas no alcohólicas que ingresan al país, además de, proteger a los consumidores ecuatorianos, asegurando la procedencia y calidad de productos que consumen.

### **3.4 Organismos o Entidades que Regulan Estos Procesos**

Como se ha mencionado anteriormente, en Ecuador, la regulación de importación de bebidas no alcohólicas está regulada por diversos organismos y entidades gubernamentales que desempeñan roles específicos en la supervisión y control de estos procesos, quienes trabajan en conjunto para garantizar que las bebidas importadas cumplan con estándares de calidad y seguridad exigidos en el país (Andrade et al., 2023).

ARCSA, emite los registros sanitarios requeridos para las bebidas no alcohólicas y otros productos alimenticios. Su función principal es asegurar que los mismos, sean seguros para el consumo humano y



cumplan con requisitos de calidad establecidos en las normativas ecuatorianas y de esta manera puedan ser comercializados en el mercado ecuatoriano (Díaz et al., 2017).

En cuanto al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), supervisa los procesos aduaneros relacionados con la importación de bebidas no alcohólicas, su función principal es controlar y regular las operaciones aduaneras y garantizar que se cumplan las regulaciones comerciales y fiscales, su labor incluye verificación de documentación aduanera; determinar aranceles y gravámenes; prevenir el contrabando y la evasión fiscal. Por lo tanto, su papel es crucial en el control de entrada de productos importados al territorio ecuatoriano.

Por su parte, el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador está encargado de regular la importación de productos agropecuarios y verifica que cumplan con las normativas fitosanitarias y calidad establecidas para estos productos. Su labor contribuye a garantizar la inocuidad y calidad de bebidas que ingresan al país (Díaz et al., 2017).

Por último, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) establece estándares técnicos y normas de etiquetado y empaque. Estas normativas aseguran que las bebidas importadas cumplan con los requisitos de calidad y seguridad, además de proporcionar información precisa en las etiquetas para los consumidores ecuatorianos.

En conjunto, estos organismos y entidades trabajan en sinergia para supervisar y regular de manera integral la importación de bebidas no alcohólicas en Ecuador, con fines de mantener la seguridad alimentaria, proteger a consumidores y promover un comercio justo y regulado (Andrade et al., 2023)

### **3.5 Etiquetado de las bebidas no alcohólicas**

El etiquetado de bebidas no alcohólicas está sujeto a regulaciones estrictas destinadas a garantizar la transparencia y seguridad para los consumidores. La información proporcionada en etiquetas busca la toma de decisiones informadas sobre los productos que se consumen, por ello, las regulaciones son rigurosas y específicas (Díaz et al., 2017). En primer lugar, las etiquetas deben contener información detallada sobre los ingredientes que componen el producto, fundamental para personas que tienen alergias o intolerancias alimentarias, lo cual los previene de riesgos para su salud, además, se exige el detalle del contenido nutricional: calorías; grasas; proteínas; carbohidratos y otros componentes nutricionales (Aguirre y Baldeón, 2023).

También es importante la fecha de vencimiento o caducidad del producto, para asegurar que su consumo sea antes de la misma, además, advertencias de salud, como, presencia de edulcorantes o cafeína, información importante para quienes necesitan controlar el consumo de ciertos componentes (Díaz et al., 2017). Es importante destacar que estas regulaciones de etiquetado son establecidas y supervisadas por dos entidades: ARCSA y el INEN. Finalmente, la información de etiquetas debe estar en español, de fácil comprensión con información precisa y clara sobre los productos que adquieren, de esta manera promover un consumo responsable, que promueva la salud de la población ecuatoriana (Aguirre y Baldeón, 2023).

### **3.6 Partidas Arancelarias y Aranceles**

Como se mencionó anteriormente, la importación de bebidas no alcohólicas se encuentra sujeta al sistema de clasificación arancelaria, regulado por la SENA, quien asigna partidas específicas a cada tipo de bebida en dependencia del país de origen. En el caso de bebidas no alcohólicas, va a depender de la naturaleza de las bebidas, sus ingredientes y otros criterios pertinentes (Andrade et al., 2023), por lo tanto, es fundamental que los importadores conozcan de antemano las partidas de los productos que desean importar, así como las tasas arancelarias aplicables según la legislación vigente y acuerdos comerciales pertinentes.

Es importante para los comerciantes, calcular con precisión costos de importación, lo cual incluye no solo aranceles, sino también costos asociados, como: transporte; seguros y trámites aduaneros, ya que, una comprensión adecuada de partidas arancelarias y tasas permite a los importadores estimar de manera precisa el costo total y planificar sus operaciones comerciales de manera eficaz.

Ecuador, como nación comprometida con el comercio internacional y la seguridad alimentaria, participa activamente en diversos convenios y acuerdos internacionales que influyen en la importación de bebidas no alcohólicas y regulación de este sector (Jaramillo y Tonon, 2023). Uno de los bloques regionales más destacados es la Comunidad Andina (CAN), países de América del Sur que promueven cooperación económica y comercio intrarregional. La CAN busca armonizar las regulaciones y estándares en la región, lo que impacta directamente en los procedimientos de importación de bebidas no alcohólicas.

Además, Ecuador ha establecido acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales con impacto significativo en el comercio de bebidas no alcohólicas, uno de los más notables es el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, que busca facilitar el acceso de productos ecuatorianos al mercado europeo y viceversa. Este acuerdo establece reglas claras en cuanto a aranceles, cuotas de importación y estándares de calidad, para una amplia gama de productos, incluidas las bebidas.

Muchos de los tratados comerciales, establecen estándares de calidad y seguridad que deben cumplir los productos que ingresan al país, para proteger la salud de los consumidores ecuatorianos y asegurar la calidad de alimentos y bebidas disponibles en el mercado nacional (Valverde, 2019)

### **3.7 Barreras Comerciales en la Industria de Bebidas no alcohólicas**

Las barreras comerciales representan un desafío importante para la industria de bebidas no alcohólicas a nivel internacional, estas pueden tomar diferentes matices, aunque en general, su objetivo es regular o restringir el flujo de productos entre países, las que causan mayor efecto son: los aranceles y regulaciones alimentarias (Organización Panamericana de la Salud, 2021).

En un mercado global altamente competitivo, los aranceles pueden ser un obstáculo significativo para las empresas que buscan expandirse en el extranjero, para superarlas, las empresas deben realizar análisis de costos y beneficios para determinar si la inversión en aranceles adicionales es rentable, o si deben considerar otras estrategias, como la producción local (Martínez et al., 2022). Además de los aranceles, las regulaciones alimentarias también pueden representar barreras comerciales, ya que, cada país tiene sus propios estándares y requisitos en cuanto a calidad y seguridad de alimentos y bebidas, lo que significa que las empresas deban cumplir con múltiples normativas (Organización Panamericana de la Salud, 2021). Para sobrellevar estas limitantes, las empresas invierten en investigación y desarrollo para adaptar sus productos a normativas específicas de cada país, también colaboran con agencias gubernamentales y organismos reguladores para garantizar el cumplimiento y seguridad alimentaria. Además, algunos acuerdos comerciales bilaterales o regionales pueden reducir o eliminar ciertos aranceles o facilitar el comercio entre países (Valverde, 2019).

### **3.8 Metodología**

La metodología se basa en un enfoque cualitativo, con un estudio descriptivo e inductivo, que permite abordar aspectos relacionados con RSC, tales como: impacto ambiental; derechos humanos; y prácticas de operación en los procesos de importación de empresas del sector de bebidas no alcohólicas en la provincia del Guayas, período 2020- 2022. Del universo seleccionado que se muestra en la tabla 1, para el presente sub sector se seleccionaron 4 empresas

Para abordar la RSC en los procesos de importación de empresas de bebidas no alcohólicas se aplica tres técnicas de análisis clave: técnica Ishikawa, conocido como "*espina de pescado*", para identificar causas y efectos relacionados con la RSC; análisis de: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, conocida como (FODA); análisis de las variables: político, económico, social, tecnológico, legal, ecológico, cuyas siglas son (PESTEL), además, las 5 fuerzas de Porter para examinar el entorno competitivo y dinámicas del

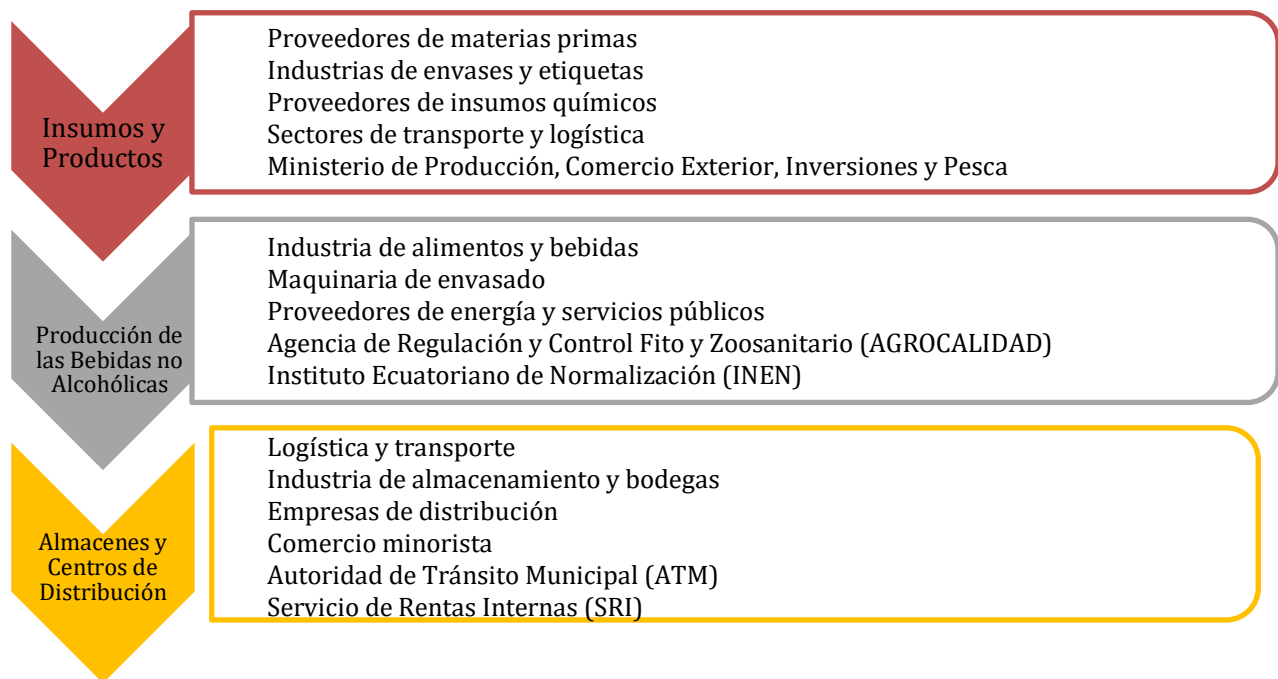
mercado en relación con la RSC en los procesos de importación. Luego, se utiliza, la técnica de cotejo señalada en la introducción para establecer prácticas de RSC.

### 3.9 Análisis de resultados

La RSC en la importación de bebidas no alcohólicas exige gestión ética en la cadena de valor, pues comienza con la selección de proveedores que aseguran una cadena responsable desde la adquisición de materia prima. Las auditorías internas son importantes para evaluar el cumplimiento de estándares y encontrar mejoras que lleven a la sostenibilidad de recursos, calidad y certificaciones éticas, así como la transparencia en las relaciones comerciales.

**Figura 3.**

*Organizaciones de Apoyo a la cadena de valor*



Nota. se aprecia las instituciones que intervienen como apoyo a la cadena de valor de empresas comerciales de bebidas no alcohólicas

#### 3.9.1 Evolución de la importación y exportación de bebidas no alcohólicas de la provincia del Guayas

En cuanto a la evolución de las importaciones totales de bebidas no alcohólicas, mostrada en la Tabla 2, se observa que, en diciembre de 2021, la tasa de inflación anual en Ecuador llegó al 1,94%, se nota un aumento significativo en los precios, especialmente de transporte con 9,8% de incremento, lo cual se contrapone con la evolución de las importaciones de bebidas no alcohólicas, que en 2020 a 2022 mostró un comportamiento diferente (Azán, 2023).

Las tensiones inflacionarias y cambios en el empleo, también impactaron la economía durante el año 2020, con la pérdida de empleos y una disminución en la afiliación a la seguridad social. Los alimentos y bebidas no alcohólicas experimentaron un aumento del 0,53% en el índice de precios al consumidor, posiblemente influenciado por la pandemia (Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios CFN, 2022). A continuación, se presenta un cuadro con información sobre la balanza comercial de dicho sector de bebidas no alcohólicas.

**Tabla 2.**  
*Importaciones Nacionales CFN*

<b>Importación de bebidas no alcohólicas</b>		
<b>Año</b>	<b>FOB (Miles \$)</b>	<b>Costo Promedio por Tonelada en dólares</b>
2020	5.327	1,267.72
2021	8.024	1,178.24
2022	2.207	1,170.10

Nota. (Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios CFN [CFN], 2022)

El aumento en las importaciones de bebidas no alcohólicas en Ecuador refleja un mercado dinámico y en expansión. En 2021, las importaciones alcanzaron \$8.02 millones FOB, un incremento del 51% respecto a 2020, lo cual muestra una creciente preferencia por variedad de bebidas que van desde aguas minerales y jugos naturales hasta refrescos y bebidas energéticas. De enero a octubre de 2022, se mantuvo un flujo constante, con \$2.21 millones FOB, por sus siglas en inglés “*Free on board*”, término internacional comercial, este valor representa el 28% de las importaciones del año anterior (Ampuero, 2023). La tabla "Importación de bebidas no alcohólicas" revela fluctuaciones en el valor FOB y el costo promedio por tonelada, lo cual refleja eficiencia en la cadena de suministro o cambios en la composición de las importaciones (Azán, 2023).

**Figura 4.**

*Representación gráfica de Importación de Bebidas no Alcohólicas en Ecuador*



Nota. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios CFN (2022)

En el contexto empresarial del 2020 a 2022 en Ecuador, las 44 compañías operativas mostraron una notable concentración del 70% en las provincias de Pichincha, Guayas y Manabí. Estas empresas, particularmente las de gran envergadura, desempeñaron un papel crucial en el ámbito laboral, con la creación de 4.106 puestos de trabajo, de un total de 4.581 empleos brindados por el sector. Específicamente, el 90% de estas plazas laborales se vinculan con las grandes corporaciones. Detalles sobre la distribución provincial revelan una participación del 27% para Pichincha y Guayas, un 16% para Manabí; seguida por El Oro con el 7%; Cotopaxi con el 5%, y un 18% distribuido en el resto de provincias del Ecuador.

En el año 2020 a 2022, el sector de Elaboración de Bebidas No Alcohólicas aportó un valor agregado bruto de \$148.85 millones, representa 0.22% del PIB nacional (Martínez Mesías, 2021). Esta cifra fue un 15,37% menor que la registrada en 2019, atribuida a la crisis sanitaria por Covid-19. A pesar de esta disminución, las exportaciones del sector mostraron un patrón de crecimiento sostenido entre 2017 y 2021, con excepción de 2020, donde el valor FOB cayó un 6% respecto al año anterior. Sin embargo, en 2021, las exportaciones se recuperaron significativamente, con \$2.55 MM FOB, un incremento del 38% con respecto al año anterior. Para marzo de 2022, las exportaciones ya representaban el 37% del total reportado en 2021, llegó a \$0.93 MM.

En 2021, las exportaciones del sector experimentaron un aumento del 35%, Estados Unidos y Colombia fueron los principales destinos con un crecimiento del 32%. En cuanto a las importaciones, se registró un incremento del 51% en el uso de productos extranjeros, destaca México y Austria como los principales países proveedores. La distribución por país de destino mostró que Perú representó el 9%, seguido por Panamá; Honduras y Trinidad y Tobago con un 8%, 5% y 5% respectivamente. En el año 2021, las importaciones de bebidas no alcohólicas totalizaron \$8.02 MM FOB, con un aumento del 51% comparado

con 2020. Hasta octubre de 2022, se importaron \$2.21 MM FOB, equivalente al 28% de las importaciones del año anterior. En 2021, las bebidas no alcohólicas fueron mayoritariamente importadas desde México (44%), seguidas por Austria (28%) y Estados Unidos (10%), (Bernal, 2023).

Los indicadores de rentabilidad, como el Retorno sobre activos (ROA) y retorno sobre patrimonio (ROE) y Margen de Utilidad, reflejan un buen desempeño del sector en 2020, ya que presentaron valores positivos en los tres indicadores. El sector de elaboración de bebidas no alcohólicas embotelladas experimentó un aumento del 11% en sus ingresos por ventas y exportaciones en 2021 en comparación con el año anterior.

El monto total de créditos otorgados al sector aumentó significativamente en el año 2021 en comparación con 2020, con un incremento del 272%, de los cuales, el 98% de recursos proporcionados por la banca privada (Ampuero, 2023) A continuación, se presenta un cuadro con información sobre la balanza comercial de dicho sector de bebidas no alcohólicas.

**Tabla 3.**

*Balanza Comercial (Miles \$) en el Sector de Bebidas No Alcohólicas*

<b>Balanza comercial de bebidas no alcohólicas</b>	
<b>Año</b>	<b>FOB (Miles \$)</b>
2020	5.327
2021	8.024
2022	2.207

Nota. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios (CFN, 2022)

**Figura 5.**

*Representación gráfica de balanza comercial de bebidas no alcohólicas*



Nota. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios. (Monar Merchán, 2019).

### 3.9.2 Fuerzas Competitivas

El sector de bebidas no alcohólicas compite en un mercado diverso y en constante evolución, donde las alternativas incluyen desde agua embotellada y refrescos hasta jugos naturales y bebidas energéticas. Además de bebidas no alcohólicas, aunque las alcohólicas también son competidores indirectos en términos de preferencias del consumidor (Ormazan, 2023).

La importación de bebidas no alcohólicas en Ecuador presenta varios desafíos, que incluyen según Espíndola, (2023); costos de Importación; aumento en el valor FOB de importaciones que puede aumentar los costos para las empresas importadoras e impactar los precios al consumidor frente a la competitividad. Los cambios en regulaciones aduaneras y aranceles pueden afectar la eficiencia de la importación y la rentabilidad de empresas. En cuanto a la gestión de la cadena de suministro y la logística de distribución son desafíos importantes, especialmente en un país con diversas regiones geográficas como Ecuador. Por lo cual, la adopción de prácticas de RSC en la importación puede requerir inversiones adicionales en sostenibilidad y responsabilidad social, lo que representa un desafío en términos de costos-beneficios y cumplimiento.

**Tabla 4.**

*Proveedores de otros países que exportan a Ecuador bebidas no alcohólica*

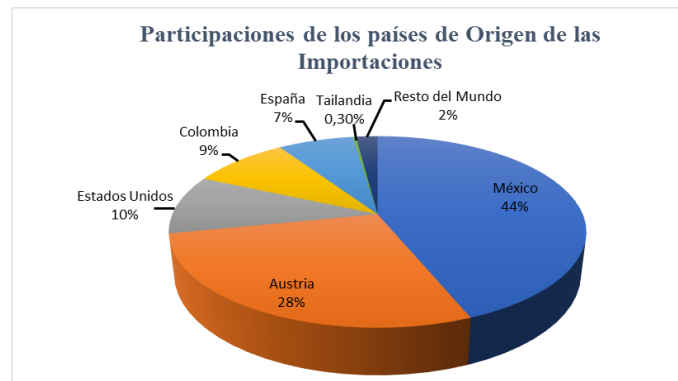
Área Económica	2020	2021	2022
México	2000	3.565	910
Austria	1.356	2.261	753
Estados Unidos	607	778	206
Colombia	609	706	188
España	353	541	74
Tailandia	0	26	0
Resto del Mundo	401	148	76
<b>Total</b>	<b>5,327</b>	<b>8,024</b>	<b>2,207</b>

Nota. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios (2023)



**Figura 6.**

*Representación de proveedores que exportan a Ecuador Bebidas No Alcohólicas*



Nota. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios (Vizueta, 2021)

### ***Poder de negociación del cliente***

El poder de negociación del cliente es un aspecto fundamental en la RSC de las empresas del sector de bebidas no alcohólicas en Guayas entre 2020 y 2022, pues esta ha cobrado una importancia creciente en el ámbito empresarial, extendiéndose a todas las fases de la cadena de suministro, incluida la importación. En este contexto, el poder del cliente refleja su capacidad para influir en las prácticas empresariales. Los consumidores, más conscientes, se enfocan en la RSC de estas empresas, con decisiones de compra éticas y sostenibles (Ampuero, 2023). En síntesis, este poder del cliente es crucial en la RSC de las empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas. Atender las expectativas éticas y sostenibles de consumidores, no solo impacta la reputación, sino que también define el éxito a largo plazo en un mercado cada vez más consciente de la RSC (Azís, 2023)

### ***Amenaza de productos sustitutos***

Esta amenaza constituye un componente crítico del modelo de las "Cinco Fuerzas de Porter", ya que, impacta la viabilidad a largo plazo de las empresas. En el sector de bebidas no alcohólicas, la diversidad de opciones como agua embotellada, jugos y bebidas energéticas aumenta la amenaza de sustitutos, bien sea por la percepción del consumidor sobre calidad y precio; la evolución tecnológica o cambios en las tendencias (Garabiza, 2023). Por ello, la adaptabilidad, diferenciación de productos y competitividad en precios es crucial para mitigar amenazas y mantener una posición sólida en el mercado.

### *Amenaza de nuevos competidores*

Están las compañías extranjeras que pueden ser una amenaza en el mercado, cada una de ellas, tiene ventajas competitivas considerables, como economías de escala; recursos financieros; y una presencia global bien establecida. Las barreras de entrada para competir con estas empresas incluyen la necesidad de igualar o superar sus niveles de inversión en RSC, establecer una cadena de suministro y redes de distribución competitivas, además, enfrentar una fuerte competencia en términos de marketing y publicidad (Bernal, 2023).

**Tabla 5.**

#### *Barreras de Entrada*

<b>Compañía Extranjera</b>	<b>Descripción</b>	<b>Barreras de Entrada</b>
Coca Cola	Coca-Cola es una marca global bien establecida en el mercado de bebidas no alcohólicas. Tiene una amplia red de distribución y una fuerte presencia en todo el mundo.	-Economías de escala que le permiten ofrecer precios competitivos. -Acceso a una cadena de suministro global y redes de distribución. -Fortaleza de marca y lealtad del cliente.
PepsiCo	PepsiCo es otro gigante de las bebidas no alcohólicas con una cartera diversificada de marcas, que incluye Pepsi, Tropicana y Gatorade.	- Economías de escala que permiten la producción eficiente. -Acuerdos de distribución establecidos. -Competencia feroz en términos de marketing y publicidad.
Nestlé	Nestlé, aunque conocida principalmente por sus alimentos y productos lácteos, tiene una presencia significativa en el mercado de bebidas no alcohólicas a través de marcas como Nesquik y Nestea.	-Recursos significativos para la inversión en RSC y desarrollo de productos. -Amplia experiencia en producción y distribución. -Fuerte competencia en el mercado de bebidas.
Danone	Danone es una empresa líder en productos lácteos y también ofrece bebidas saludables, como agua embotellada y bebidas a base de plantas.	-Enfoque en bebidas saludables que pueden atraer a un segmento específico de consumidores. -Recursos para la inversión en sostenibilidad y RSC. -Rivalidad en la industria de bebidas saludables.
La compañía de coca Cola	Coca-Cola Company es una multinacional estadounidense que es una de las mayores embotelladoras de la marca Coca-Cola en el mundo.	-Acuerdos exclusivos de distribución con Coca-Cola. - Recursos para promover la RSC en la cadena de suministro de Coca-Cola. -Dependencia de la marca Coca-Cola para el éxito en el mercado de bebidas no alcohólicas.

Nota. Se aprecia las barreras de entrada de grandes compañías con respectivas estrategias (Mayorga, 2022)

## ***Análisis PESTEL***

*Entorno Político.* - El entorno político en el sector de bebidas no alcohólicas en la provincia del Guayas (2020-2022) es esencial para entender la RSC. En este período, los cambios políticos en Ecuador afectarán la estabilidad empresarial. La estabilidad política es crucial para un entorno empresarial predecible, ya que elecciones y cambios gubernamentales pueden influir en decisiones y estrategias (Mendoza Macías, 2023). El entorno político también afecta las políticas gubernamentales sobre comercio, importaciones, etiquetado de productos, gestión de residuos y responsabilidad ambiental, influyendo en la cadena de suministro (Ampuero, 2023). La gestión de riesgos políticos, como cambios legislativos o conflictos laborales, es esencial para la continuidad operativa y cumplimiento de la RSC (Avellán, 2023).

*Entorno Económico.* - El análisis del entorno económico en el contexto de la RSC en empresas de bebidas no alcohólicas en la provincia del Guayas (2020-2022) es esencial. Durante este período, las fluctuaciones del Producto Interno Bruto (PIB), la inflación, el desempleo y la balanza comercial influyeron en la capacidad para implementar prácticas de RSC. Además, las políticas fiscales y monetarias del gobierno impactaron en los márgenes de beneficio y la capacidad de inversión, por ello la importancia de establecer estrategias.

*Entorno Social.* -El análisis del entorno social en la RSC de empresas de bebidas no alcohólicas en el Guayas, Ecuador (2020-2022), es crucial. La pandemia de COVID-19 y la creciente conciencia social impactaron la demanda y logística, resalta la importancia de la RSC. Expectativas elevadas sobre transparencia y responsabilidad, la atención a la diversidad y equidad laboral, así como la relación con la comunidad local, son fundamentales. Las empresas deben adaptarse a estas tendencias sociales y demostrar un compromiso genuino con la sostenibilidad y ética empresarial para el éxito de la RSC en este contexto específico.

*Entorno Tecnológico.* -El entorno tecnológico es clave en la RSC de empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas, Ecuador (2020-2022). La digitalización y tecnologías como la cadena de bloques y Big Data, garantizan la transparencia, trazabilidad y evaluación del impacto de estas iniciativas.

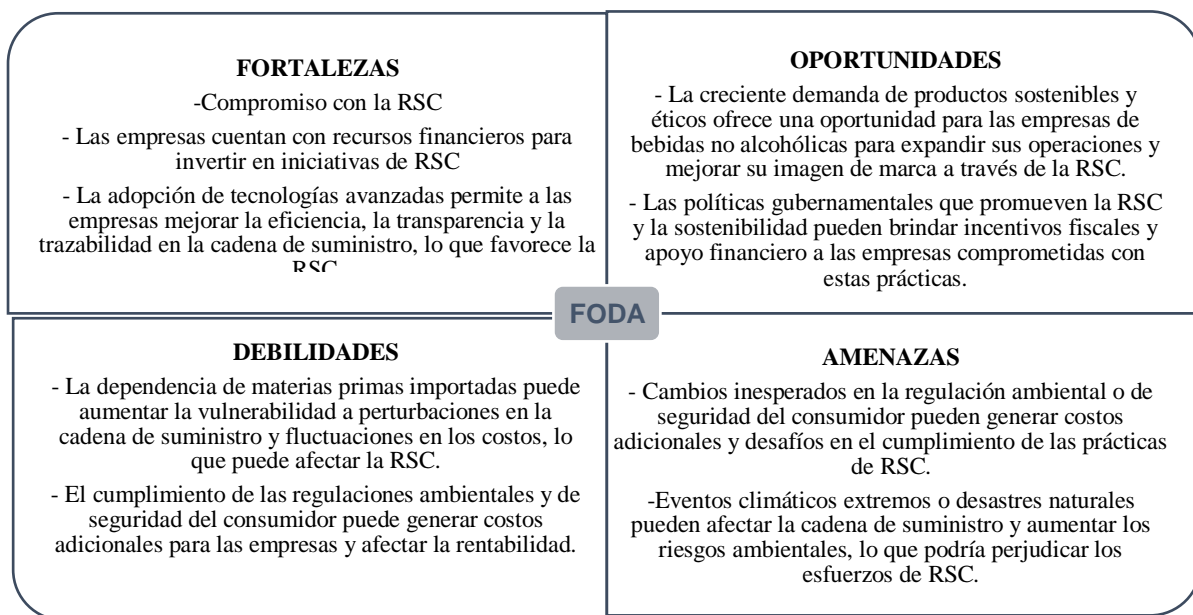
*Entorno Ambiental.* - El análisis del entorno ambiental en RSC de empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas, Ecuador (2020-2022), destaca tendencias como la creciente conciencia ambiental. Las expectativas sobre prácticas sostenibles han aumentado, impulsan la necesidad de cumplir con regulaciones ambientales más estrictas. La gestión de residuos, la sostenibilidad en la cadena de suministro y la eficiencia energética son esenciales. La adopción de tecnologías como la cadena de bloques garantiza la transparencia. La

conservación de recursos naturales y la educación ambiental refuerzan el compromiso con la RSC. Adaptarse a estas tendencias es crucial para demostrar un auténtico compromiso en este contexto específico.

*Entorno Legal.* - El análisis del entorno legal en la RSC de empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas, Ecuador (2020-2022), destaca tendencias como la rigurosa regulación ambiental y normativas sobre seguridad del consumidor y derechos laborales. Cumplir con estas leyes influye directamente en las prácticas de RSC, particularmente en sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Considerar políticas específicas del sector, como etiquetado y calidad de productos, es crucial. Además, las empresas pueden desempeñar un papel activo en la formulación de políticas públicas para promover regulaciones más sostenibles. Adaptarse y comprometerse con el cumplimiento legal es esencial para demostrar auténtico compromiso con la RSC en este contexto.

**Figura 7.**

*Análisis de las variables del FODA del sector de bebidas no alcohólicas*



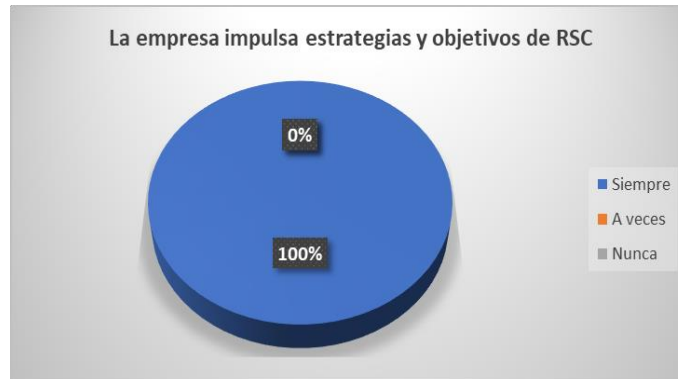
**3.9.3 Incidencia de la RSC en Empresas Comerciales del Sector de bebidas no alcohólicas**

Los resultados obtenidos a partir de la lista de cotejo permiten identificar áreas de mejora. Esencial para decisiones y mejoras alineadas con la RSC en la industria de bebidas no alcohólicas (Ampuero, 2023).

## Variable: Gobernanza de la Organización

**Figura 8.**

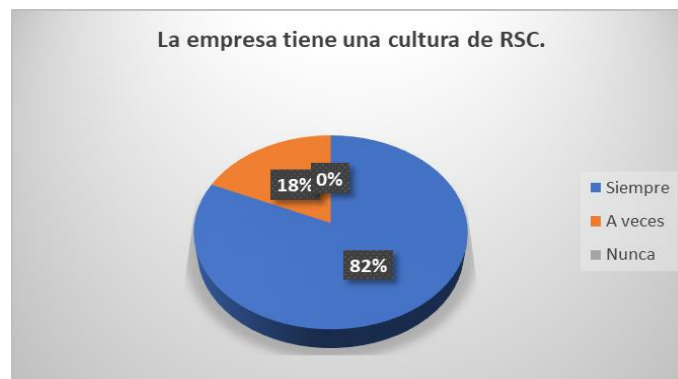
*Estrategias y objetivos de RSC*



Las empresas Negocreativa SAS, Distribuidora importadora Dipor SAS, Saviben LTDA y Mikroced SAS han alcanzado 100% en "Gobernanza de la Organización" mientras que las 56 empresas evaluadas no tienen información de su contexto empresarial en términos de RSC. Aunque refleja un cumplimiento completo, resalta la necesidad de promover la uniformidad en estrategias, para maximizar su impacto en reputación y sostenibilidad a largo plazo.

**Figura 9.**

*La RSC como parte de la Cultura Organizacional*



Los datos subrayan un compromiso sólido con la RSC en las organizaciones analizadas, la encuesta señala que el 82% de empresas mantiene una cultura alineada a la RSC, mientras que el 18% lo hace ocasionalmente lo que destaca la oportunidad de mejora en el desarrollo de una cultura más robusta que priorice las prácticas de socialmente responsables.

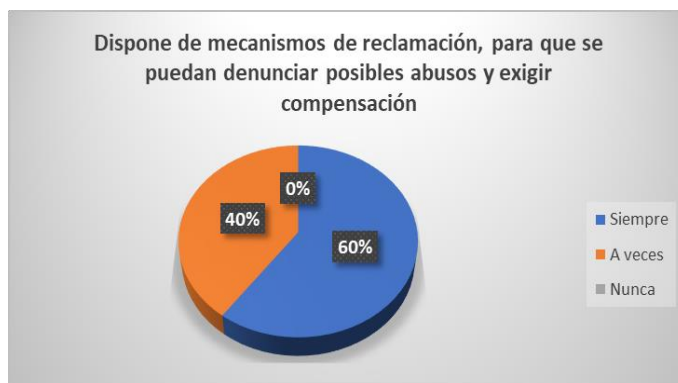
**Figura 10.**  
*Rendición de cuentas*



Los datos muestran que, el 82% de las empresas realizan de forma habitual una rendición de cuentas, el 18% lo realiza ocasionalmente resaltando la necesidad de mejorar la coherencia en la transparencia, un factor crucial para fortalecer la confianza y el compromiso en las prácticas sostenibles. Al mejorar esta consistencia, se puede construir una cultura sólida de RSC con beneficios a largo plazo, lo cual genera confianza y credibilidad en las acciones y compromisos de la alta gerencia.

**Variable: Derechos Humanos**

**Figura 11.**  
*Procedimiento para denunciar abusos*



Los resultados resaltan la relevancia de mecanismos de recuperación en la RSC. Para el 60% de empresas, la opción de reclamos por parte de colaboradores, está siempre disponible, pues se considera esencial para que las partes interesadas denuncien abusos y busquen compensaciones.

**Figura 12.**

*Igualdad de oportunidades*



Las empresas marcaron 100% en garantizar igualdad de oportunidades, evitar la discriminación, trabajo forzoso y trabajo infantil. Esto refleja un compromiso sólido con la RSC, lo que evidencia, una atención destacada hacia estos aspectos. Aunque la respuesta fue "a veces", se aprecia compromiso firme en la implementación de estas prácticas.

**Figura 13.**

*Promueve en otros el cumplimiento de Derechos Humanos*

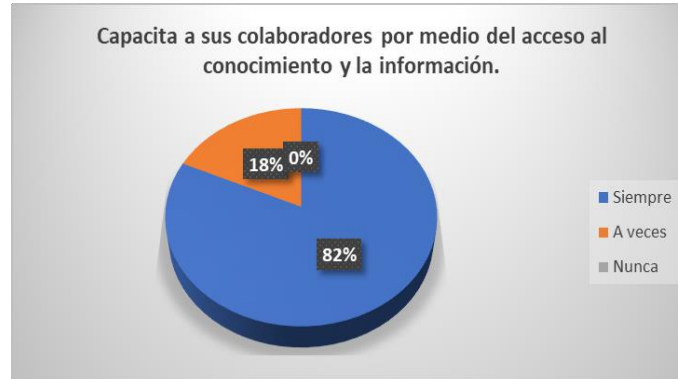


Las empresas marcaron 100% en influir sobre el comportamiento de terceros para garantizar los derechos humanos. Esto destaca su impacto, pero es crucial buscar una influencia más coherente para avanzar hacia una sociedad más justa y ética. A pesar del puntaje perfecto, buscar una mayor coherencia en esta influencia es esencial para potenciar la promoción de los derechos humanos y garantizar un impacto constante y significativo en la sociedad.

## Variable: Prácticas Laborales

**Figura 14.**

*Capacitación a colaboradores*



Las empresas marcaron 82% en la capacitación constante de colaboradores, aunque 18% lo hace ocasionalmente y ninguno nunca. Estos resultados subrayan el compromiso con el desarrollo laboral, pero también señalan una oportunidad de mejora, 18% no ofrece esta práctica, lo que destaca la necesidad de fortalecer la RSC, para mantener la competitividad a largo plazo y garantizar un progreso sostenible en la formación y crecimiento de los empleados.

**Figura 15.**

*Bienestar de trabajadores*



El 82% de empresas poseen constante fomento por el bienestar de sus empleados, 18% lo hace ocasionalmente, y en ningún caso nunca. Garantizar un entorno laboral saludable y sostenible requiere un enfoque constante en el bienestar mental, físico y social de los empleados, lo que puede ser crucial para fortalecer la cultura organizacional.



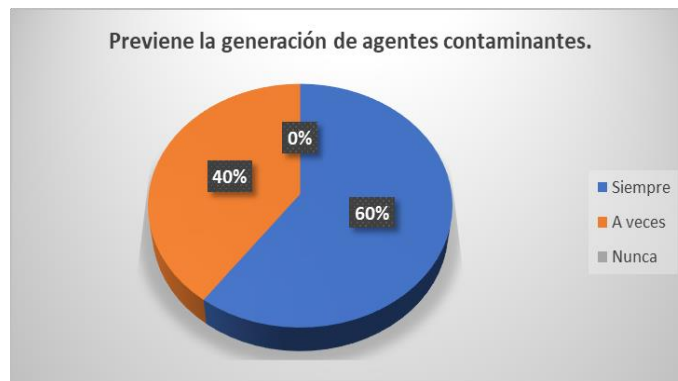
**Figura 16.**  
*Condiciones Laborales*



Las empresas marcaron un 82% en garantizar condiciones laborales justas, con un 18% que lo hace ocasionalmente y ninguno que nunca lo haga, aunque la mayoría, está comprometida, el 18% aún no ha integrado completamente esta práctica, lo que resalta la necesidad de concienciación y acción para promover la equidad en el lugar de trabajo. Esto no solo beneficia a los empleados, sino que también fortalece la RSC y fomenta una cultura empresarial más sólida y sostenible.

**Variable: Medio Ambiente**

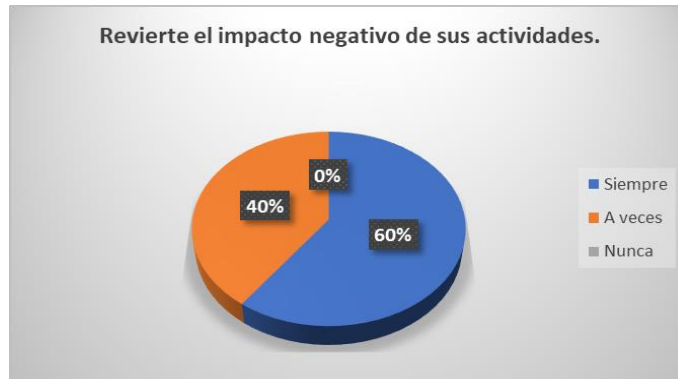
**Figura 17.**  
*Prevención de contaminación*



El 60% de empresas trabajan en la prevención constante de agentes contaminantes, en tanto, 40% lo hace ocasionalmente, La diversidad en las prácticas empresariales para prevenir la contaminación subraya la necesidad de un enfoque uniforme y continuo para fortalecer la RSC y contribuir a un futuro más sostenible. La consistencia en la adopción de medidas para prevenir la contaminación es crucial para avanzar hacia un compromiso más sólido con el medio ambiente.

**Figura 18.**

*Prevención en actividades*



El 60% de las empresas revierte constantemente el impacto negativo de sus actividades, mientras que 40% lo hace ocasionalmente, evaluar y revertir estos impactos es fundamental para una RSC sólida. Se destaca, además, la importancia de mantener un enfoque constante en la mitigación de estos efectos adversos que fortalezcan un compromiso continuo con la sostenibilidad y la responsabilidad.

**Figura 19.**

*Disminución de recursos no renovables*

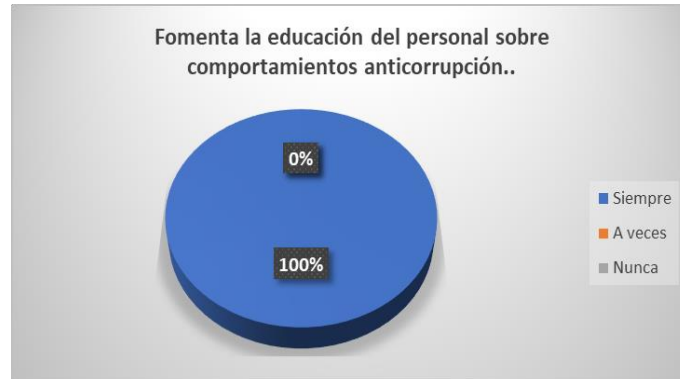


El 60% de las empresas emplea innovaciones tecnológicas constantemente para disminuir el uso de recursos no renovables, mientras que el 40% lo hace ocasionalmente, reducir el uso de recursos no renovables mediante la innovación tecnológica es vital para la sostenibilidad. Se destaca la importancia de adoptar en forma constante tecnologías sostenibles para contribuir a la preservación de recursos.

## Variable: Prácticas Justas de Operación

**Figura 20.**

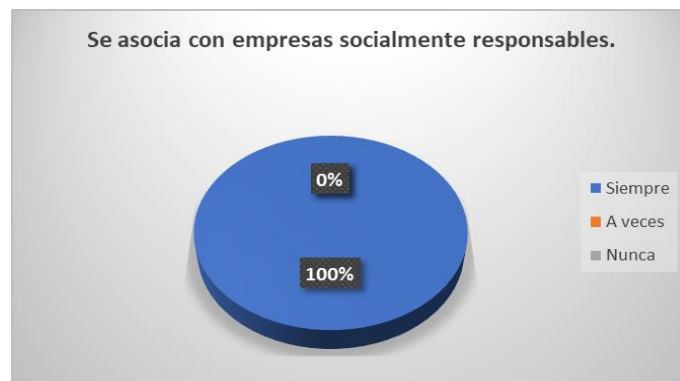
*Comportamiento anticorrupción*



Las empresas marcan 100% en la promoción de educación del personal sobre comportamientos anticorrupción, este enfoque proactivo subraya su compromiso en la prevención y lucha contra la corrupción, lo que fortalece la integridad y reputación de las empresas en la provincia del Guayas. Esto, además, contribuye a una cultura empresarial ética y responsable, pilar fundamental para el desarrollo sostenible y la confianza del entorno empresarial.

**Figura 21.**

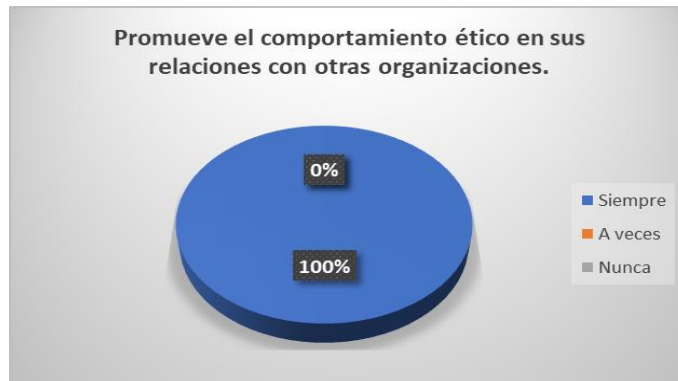
*Asociación con empresas socialmente responsables*



Las empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas han logrado asociaciones con otras entidades socialmente responsables, con enfoque en valores éticos dentro del ámbito de importación, esta colaboración refuerza redes empresariales y amplía el impacto positivo tanto en la comunidad como en el sector, destaca, además, compromiso colectivo con prácticas comerciales éticas y socialmente responsables.

**Figura 22.**

*Relaciones éticas con otras empresas*



Todas las empresas en Guayas promueven de manera constante el comportamiento ético en sus relaciones comerciales durante el proceso de importación, este compromiso se traduce en un entorno empresarial transparente y confiable, donde la ética y la responsabilidad son valores fundamentales. La constante promoción de la ética fortalece la confianza y la integridad en sus interacciones comerciales.

**Variable: Asuntos de Consumidores**

**Figura 23.**

*Información al consumidor*



El 82% de empresas en Guayas brinda información completa sobre sus productos, lo que fomenta transparencia y toma de decisiones informadas, sin embargo, 18% aún no cumple en forma consistente, lo que destaca la necesidad de un esfuerzo adicional para fortalecer la RSC. Proporcionar información detallada es fundamental para promover transparencia en la interacción con consumidores y reafirmar compromiso ético.

**Figura 24.**

*Productos seguros y saludables*



El 82% de empresas ofrece productos seguros y saludables, lo que construye confianza en los consumidores, sin embargo, 18% no cumple de manera consistente, lo que señala áreas de mejora para fortalecer y garantizar la seguridad y salud de los consumidores. Esta consistencia en la calidad y seguridad de productos es fundamental para el compromiso ético y satisfacción del consumidor.

**Figura 25.**

*Comunicación con consumidores*



El 82% de empresas permite una comunicación bilateral constante con sus consumidores, no obstante, el 18% restante lo hace de manera ocasional, lo cual representa una oportunidad para mejorar y fortalecer la interacción constante con los consumidores, fundamental para fomentar la RSC y satisfacer las necesidades y preocupaciones del cliente.

## Variable: Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad

**Figura 26.**  
*Ayuda social*



El 60% de empresas se compromete activamente a colaborar con instituciones o grupos sociales necesitados de manera constante, mientras que 40% lo hace de forma ocasional. Esta diversidad en el compromiso refleja una oportunidad para fortalecer la participación continua y constante, lo cual es esencial para el compromiso efectivo con la comunidad.

**Figura 27.**  
*Interés en grupos vulnerables*



El 60% de empresas promueve constantemente campañas en beneficio de grupos vulnerables en la sociedad, esta cifra resalta un enfoque sólido en la promoción de inclusión y apoyo a aquellos que enfrentan desafíos específicos. En contraste, el 40% se involucran en forma ocasional en campañas dirigidas a grupos vulnerables.

**Figura 28.**

*Promueve salud y calidad de vida*



El 60% de empresas se destaca por desarrollar de manera consistente actividades que promueven la salud y mejoran la calidad de vida de sus colaboradores. Esto demuestra un firme compromiso con la RSC en el ámbito salud y bienestar. En contraste, el 40% realiza estas actividades de manera ocasional. Esto resalta la necesidad de un mayor enfoque constante en la promoción de salud y la mejora de la calidad de vida, lo que beneficiaría tanto a los empleados como a la sociedad en general.

*Diagrama de Ishikawa*

El diagrama de espina de pescado, también conocido como diagrama de Ishikawa, es una herramienta que identifica y representa de manera visual las posibles causas de un problema específico. En el contexto de la RSC en los procesos de importación de empresas de bebidas no alcohólicas en la provincia del Guayas durante el periodo 2020-2022, se pueden identificar varios problemas significativos:

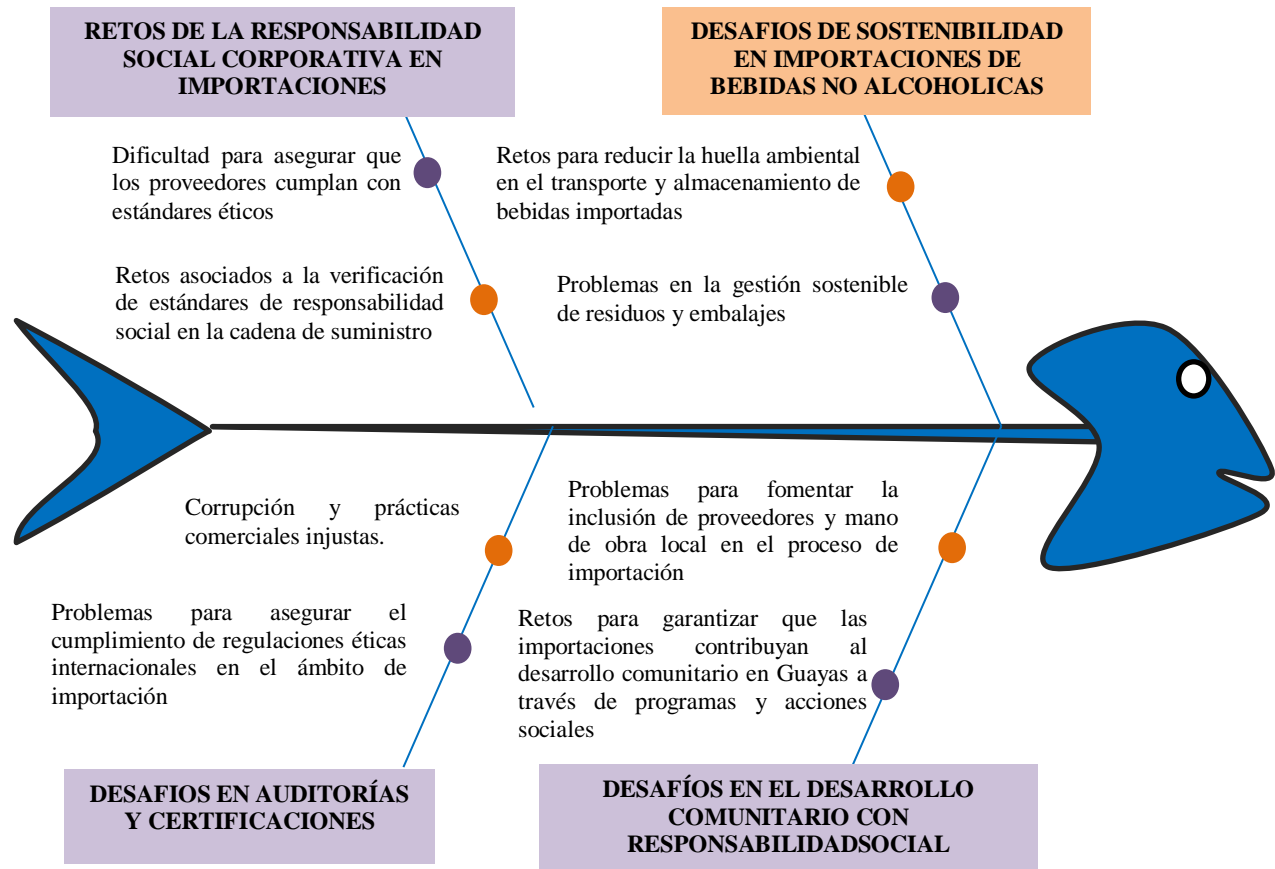
Problema 1. **Ética en la Selección de Proveedores:** Existe dificultad para asegurar que los proveedores cumplan con los estándares éticos. Esto puede generar vínculos con prácticas laborales injustas o no sostenibles, lo cual afecta la cadena de suministro y la reputación de las empresas importadoras, por falta de políticas y condiciones.

Problema 2. **Impacto Ambiental en Importaciones:** El impacto ambiental en las importaciones de bebidas no alcohólicas se refleja en la generación de huella de carbono considerable, debido al transporte y almacenamiento. La gestión inadecuada de residuos y embalajes contribuye genera desechos, con impacto negativo al entorno.

Problema 3. **Ética y Relaciones Comerciales en Importaciones:** Las relaciones comerciales éticas enfrentan desafíos debido a la posible corrupción y prácticas comerciales injustas. Asegurar el cumplimiento de normativas internacionales se vuelve complicado, lo que podría desencadenar conflictos legales y éticos.

Problema 4. Desarrollo Comunitario y Responsabilidad Social: El desafío del desarrollo comunitario se refleja en la dificultad de garantizar que las importaciones contribuyan positivamente al tejido social y económico local. La inclusión de proveedores y mano de obra local es un desafío, así como la integración efectiva de la RSC en los procesos de importación.

**Figura 29.**  
*Diagrama de Ishikawa*



El diagrama de espina de pescado será una representación visual de estos problemas, que permite identificar posibles causas detrás de cada uno de estos problemas a través del análisis detallado para encontrar soluciones y mejoras en los procesos de importación en términos de RSC.



### 3.10 Referencias Bibliográficas

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S., & B.-C. J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Aguirre, D., & Baldeón, L. (2023). P319/S5-P64 ETIQUETADO DE ALIMENTOS EN ECUADOR: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA. *ALAN Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 73(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37527/2023.73.S1>
- Altamirano, L., Morales, L., & Lascano, N. (2020). ¿CONCENTRACIÓN SIN PODER DE MERCADO? UN CASO DE ESTUDIO APLICADO AL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR. *Ciencias administrativas*, 15, 65-73. <https://doi.org/https://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e056>
- Alvarez-Cano, J., Cavero, V., & Diez-Canseco, F. (2022). Idas y venidas del diseño de la política de alimentación saludable en el Perú: análisis comparativo de sus documentos regulatorios. 39(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.17843/rpmesp.2022.394.11896>
- Andrade, L., Correa, A., Llanos, M., Fernández, C., & Bravo, K. (2023). Evolución de la importación versus la fabricación nacional de bebidas no alcohólicas en Ecuador período 2019 – 2021. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 35(1), 51-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.37815/rte.v35n1.999>
- Apolinario, R. E., & Guevara, D. E. (2021). El efecto mediador de la capacidad ejecutiva para la innovación entre la gestión del conocimiento y el rendimiento de la cadena de suministros. *Información tecnológica*, 32(1), 151-168. <https://doi.org/> <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100151>
- Ayala, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, 54, 173–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.54571/ajee.462>

- Burgos, I., García, J., & Avelar, L. (2023). Impacto ambiental en la cadena de suministro: Una revisión bibliométrica. *Cultura Científica Y Tecnológica*, 20(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.20983/culcyt.2023.2.2e.5>
- Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*, 20, 3-29. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lng=es&tlng=es)
- Cevallos-Mero, J. (2018). La responsabilidad social corporativa de la industria atunera y su impacto en el desarrollo socioeconómico sostenible de la ciudad de Manta-Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 3(4), 82-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/pc.v3i4.468>
- Cordero-Ahiman, O. (2022). Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria de Ecuador. *Revista chilena de nutrición*, 49(1), 34-38. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/s0717-75182022000400034>
- Corporación Financiera Nacional B.P. (2022). *INDUSTRIAS MANUFACTURERAS: ELABORACIÓN DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EMBOTELLADAS*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Bebidas-no-alcoholicas.pdf>
- Corporación Financiera Nacional B.P. (2023). *Ficha Sectorial: Bebidas no alcohólicas*. Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Bebidas-no-alcoholicas.pdf>
- Díaz, A., Veliz, P., Rivas-Marino, G., Vance, C., Martínez, L., & Vaca, M. (2017). "Etiquetado de alimentos en Ecuador: implementación, resultados y acciones pendientes.". *Revista Panamericana de Salud Pública*, 41(3). [link.gale.com/apps/doc/A520713522/IFME?u=anon~af6c6cd&sid=googleScholar&xid=2758c2dd](https://link.gale.com/apps/doc/A520713522/IFME?u=anon~af6c6cd&sid=googleScholar&xid=2758c2dd)
- Espino, D. (2023). Impacto ecológico de la responsabilidad social empresarial. *Societas*, 25(1), 413-426. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3413478023/html/>

- Espinoza-Herrera, M. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de “hamburguesas light y bebidas naturales” en la Ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.
- Freire, C., C. F., H. G., & M. J. (2022). Análisis de las relaciones internacionales del Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para determinar su efecto en el flujo del comercio internacional de la región. *Información tecnológica*, 33(1). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100025>
- Guevara, J., & Viteri-Robayo, C. (2023). Conocimientos, actitudes y prácticas en relación al etiquetado nutricional. Un estudio de revisión. *Revista GICOS*, 8(2). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/351/3514271006/>
- Hugo, F., Flores, C., Peralta, A., & Lara, P. (2019). Sostenibilidad empresarial en relación a los objetivos del desarrollo sostenible en el Ecuador. 3(1). [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.\(1\).enero.2019.670-699](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.(1).enero.2019.670-699)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2012). *CIU 4.0*. <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Jaramillo, S., & Tonon, L. (2023). Ventajas y desventajas de la firma de tratados de libre comercio. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración*, 14, 155–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.7>
- López-Aguirre, J., Pomaquero-Yuquilema, J., & López-Salazar, J. (2020). Análisis de la contaminación ambiental por plásticos en la ciudad de Riobamba. *Polo del Conocimiento*, 5(2), 725-742. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/pc.v5i12.2139>
- Martínez, J., Mayorga, T., Pérez, J., & V. C. (2022). Análisis del comportamiento del consumidor ante el aumento del impuesto a las bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato, Ecuador. *Boletín de Coyuntura*, 34, 35-46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8630221>
- Millán, M. (2021). Responsabilidad social y sostenibilidad corporativas: hacia una necesaria y urgente superación de ambos conceptos. *Revista de Derecho de la UNED (RDUNED)*(27), 619-668. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/rduned.27.2021.31098>

- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS DEL ECUADOR*. <https://doi.org/https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2014). *POLITICAS PARA GESTION INTEGRAL DE PLASTICOS EN EL ECUADOR*. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/Acuerdo-19.pdf>
- Morán, C., Cárdenas, C., & Córdova, C. (2019). Características de la responsabilidad social empresarial de las PYMES en Ecuador. Caso de estudio: Hacienda Nueva Colonia. *10*(3). [https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v10i3.1558](https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1558)
- Muyulema Allaica, J. C., Pucha Medina, P. M., Villamarín Arévalo, A. E., & Muyulema Allaica, C. A. (2019). Desafíos de la responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector económico popular y solidario del Ecuador. *Visionario Digital*, *3*(4), 44-66. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i4.965>
- Naciones Unidas. (2020). <https://www.un.org/es/global-issues/water>
- Organización Panamericana de la Salud. (2021). *La tributación de las bebidas azucaradas en la Región de las Américas*. Washington, D.C: Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://doi.org/https://doi.org/10.37774/9789275323007>
- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, *XXVI*(3), 175-193. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf>
- Ramón, O., Erazo, J., Narvárez, C., & Moreno, V. (2020). Integración de la responsabilidad social empresarial en proyectos de inversión dirigidos al sector agrícola. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, *5*(10), 702-728. <https://doi.org/https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.710>
- Rojas, I., Rossetti, S., & Coronado, M. (2021). Gestión del conocimiento y responsabilidad social empresarial en agronegocios caso: Hermosillo, sonora. *Revista Mexicana de Agronegocios*, *48*, 642-655. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.312347>

Valverde, A. (2019). Bebidas azucaradas y su importancia en la legislación ecuatoriana. *VISIÓN EMPRESA*, 95-104. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0003-0304-8950>

## CAPÍTULO 4

### *Responsabilidad Social Corporativa en empresas comerciales del sector de enlatados y conservas- provincia del Guayas*

*Ariana Valeria Monar López*

Universidad Tecnológica ECOTEC  
amonar@est.ecotec.edu.ec

*Ana María Correa Vaca, Mgtr.*

Universidad Tecnológica ECOTEC  
acorrea@ecotec.edu.ec

#### **4.1 Introducción**

De acuerdo con lo mencionado por Ramón et al. (2020), la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un tema central en la gestión empresarial en la actualidad. A medida que las empresas buscan un equilibrio entre sus objetivos comerciales y el impacto que generan en la sociedad y el medio ambiente, la RSC emerge como un concepto esencial para la sostenibilidad a largo plazo. En este contexto, el sector de enlatados y conservas de la provincia de Guayas ha ganado una atención significativa debido a su importancia económica y su impacto en la comunidad local.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la incidencia de la RSC en los procesos de importación de empresas comerciales del sector de enlatados y conservas en la provincia de Guayas durante el período 2020 y 2022, pues este sector, está directamente relacionado con la producción y comercialización de alimentos, que no solo satisfacen las necesidades de consumo local, sino que también contribuyen a la exportación de productos ecuatorianos a nivel internacional.

La importancia de esta investigación radica en la creciente conciencia global en las empresas por adoptar prácticas más responsables desde el punto de vista social y ambiental, ya que, durante los últimos años, se ha observado aumento en la presión por parte de consumidores, reguladores y sociedad civil en general, para que las empresas asuman un compromiso más sólido con la RSC. Esto ha llevado a un mayor escrutinio de las prácticas empresariales, lo cual lleva a las organizaciones a integrar la RSC en todas sus operaciones. La provincia del Guayas, con su destacada presencia en la industria de enlatados y conservas, se encuentra en una posición única para liderar y ejemplificar estos esfuerzos en Ecuador (Gómez, 2021).

Los consumidores muestran un creciente interés en productos saludables, para ellos como para el medio ambiente (Buisán, 2023). También, existe aumento en la demanda de productos alimenticios nutritivos para

lograr una dieta equilibrada. Los consumidores buscan alimentos que contengan ingredientes naturales, bajos en grasas saturadas; azúcares añadidos; y sodio, por el contrario, que sean ricos en vitaminas; minerales; y fibra (Avellán y Mendoza, 2023).

#### **4.2 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**

Según manifiesta Ayala del Pino (2021), la RSC puede ser definida de distintas maneras, sin embargo, esta mayormente asociada con el impacto que tienen las organizaciones respecto a temas sociales; económicos; y medioambientales. En otras palabras, le permite a la sociedad conocer si una organización incide de forma positiva o negativa en el medio ambiente y la sociedad, a partir de sus operaciones, también incluye, la práctica de valores con todos los grupos de interés.

Por lo expuesto por Millán (2021), no existe un único camino predefinido para que las compañías desarrollen una estrategia de RSC, las empresas tienen la capacidad de adaptarla, desde diversas perspectivas, como: acatamiento de normativa legal; inclusión de factores sociales; ecológicos y éticos en su toma de decisiones, también involucra, la gestión con la sociedad, que involucren aspectos de índole ecológica y económica.

En la actualidad, este concepto se ha ampliado considerablemente y engloba múltiples iniciativas para generar impacto positivo en diversas facetas (Ormaza et al., 2020), para Izquierdo y Grañana (2019), la RSC es un proceso de autorregulación que se arraiga profundamente en el modelo de negocio de una organización, y las actividades de gestión relacionadas se perciben como un mecanismo de retroalimentación encargado de supervisar y perseguir el logro de objetivos establecidos.

Este enfoque de administración se incorpora en las operaciones comerciales de empresas con el propósito primordial de crear un efecto beneficioso al entorno, que considere, además, a todos los actores: consumidores; trabajadores; inversionistas; comunidades; y otros agentes relevantes. Las autoridades gubernamentales tienen la capacidad de respaldar este proceso a través de medidas políticas de carácter voluntario o regulaciones complementarias.

Según lo señalado por Vergara y Olalla (2020), la RSC, tuvo auge en los años cincuenta y ha experimentado un proceso de desarrollo paralelamente a la instauración de organismos especializados en su implementación. No obstante, las transformaciones vertiginosas de las últimas dos décadas, propiciadas en gran medida por la globalización, han generado cambios significativos en la manera como se la concibe.

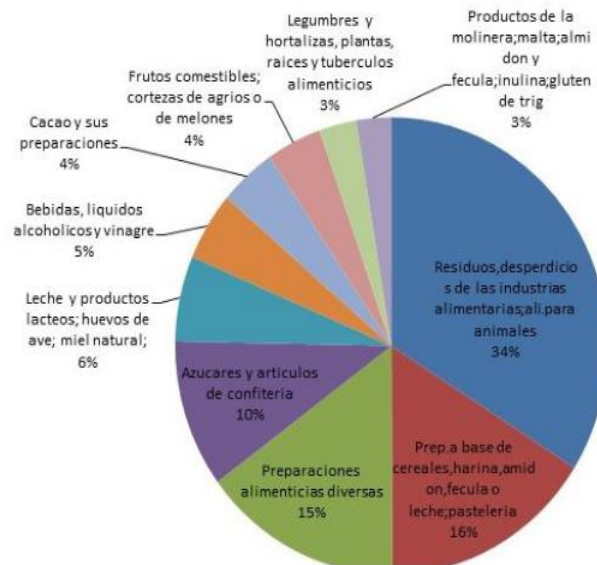
### 4.3 Sector de Enlatados y Conservas

El sector de alimentos procesados en Ecuador se desglosa en once subsectores principales, que incluyen: carnes y productos del mar; panadería; ingredientes especializados; bebidas; aceites comestibles; alimentos preparados; y condimentos (que engloba alimentos secos); productos lácteos; *snacks* (que abarca chocolates); comidas preparadas (que incluye salchichas); y productos de confitería (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

Los subsectores con mayor presencia en la industria de alimentos preparados son ingredientes especializados (25%), panadería (22%) y carnes y productos del mar (13%). Mientras tanto, el subsector de alimentos preparados enlatados representa el 8% de la industria; dentro de esta categoría se incluyen las conservas en lata (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

**Figura 30.**

*Productos alimenticios que importa Ecuador*



Nota. Ministerio de Comercio Exterior (2017)

En líneas generales, Cance y Granados (2022), consideran que se puede afirmar que el mercado de conservas en Ecuador es autosuficiente y un importante exportador, como se refleja en sus elevados niveles de exportación en cada uno de los productos que conforman este sector. Es relevante destacar que, en el año 1999, debido a la crisis económica, este sector experimentó una disminución del 20%; sin embargo, los importadores de alimentos informan que las ventas aumentaron 50% durante el segundo semestre del año 2002, principalmente gracias a la dolarización, lo que contribuyó a la estabilización y crecimiento de ciertos sectores de la economía.



El mercado de conservas se caracteriza por su diversidad de productos, León (2022), sostiene que, los principales productos, son los duraznos y cócteles de frutas, también peras y piñas, en cantidades menores. Dentro de la categoría de hortalizas, se encuentran: frijoles; lentejas; maíz; garbanzos; y arvejas. También se incluyen platos típicos como estofados y arroces con legumbres, que son ofrecidos exclusivamente por la industria local. Por último, el mercado ofrece champiñones tanto importados como nacionales.

En cuanto a los productos cárnicos, aseveran Loor et al. (2021), en Ecuador no existe una amplia oferta, ya que el consumo de conservas de carne no es común en el mercado interno y la industria nacional no muestra interés en producirlos. Por esta razón, la demanda de estos productos es limitada, sólo están las salchichas en lata de la empresa nacional “La Europea”.

**Tabla 6.**

*Competencia de Conservas en Lata de Origen Nacional en Ecuador, 2003*

<b>Empresa</b>	<b>Marca</b>	<b>Productos</b>	<b>Origen</b>
<b>Nacional</b>			
Ecuavegetal	Facundo	Hortalizas, Frutas	Ecuador
Pronaca	Gustadita	Hortalizas, Frutas	Ecuador
Conservera Guayas	Guayas	Frutas	Ecuador
La europea	La europea	Hortalizas, Frutas	Ecuador
Jaus	Jaus	Frutas	Ecuador
Sipia	Snob	Hortalizas, Frutas y Champiñones	Ecuador
Vedelsa	Vedelsa	Champiñones	Ecuador
Kennet	Kennet	Champiñones	Ecuador

Nota. Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN), 2004.

Se aprecia ocho empresas nacionales con productos similares, resaltan frutas y champiñones.

**Tabla 7.***Competencia de Conservas en Lata de Origen Extranjero en Ecuador, 2003*

<b>Empresa</b>	<b>Marca</b>	<b>Productos</b>	<b>Origen</b>
<b>Internacional</b>			
Del Monte	Del Monte	Hortalizas, Frutas	Multinacional
Sabormex	La Sierra	Frijol	México
Séneca	Séneca	Hortalizas	Estados Unidos
Campbells	Campbells	Hortalizas	Multinacional
Alfresco	Alfresco	Hortalizas, Frutas	Colombia
Setas de Cuivá	Setas de Cuivá	Champiñones	Colombia
Bozzolo Hermanos	Centauro	Duraznos	Chile
Nieto y Compañía	Santa Isabel	Frutas	Argentina
Alimentos Inda	Los Andes	Duraznos	Chile

Nota. Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN), 2004

La estructura del sector de alimentos procesados en Ecuador informa Guaranda y Morán (2022), varía según el tipo de establecimiento minorista, ya que grandes supermercados como Supermercados La Favorita (Megamaxi y Supermaxi) y Mi Comisariato tienen una composición diferente en comparación con supermercados más pequeños como Santa María, TIA, y tiendas y cigarrerías. Esta variación en la composición del sector se adapta a las necesidades de los clientes y al tipo de consumidor al que se dirige el producto. Esto significa que los supermercados, tiendas y cigarrerías que atienden a estratos medios y bajos tienen sus propias categorizaciones en el sector de alimentos.

#### **4.3.1 Importación de frutas de conserva y atún**

A pesar de que Ecuador es un país agrícola, ciertas industrias ecuatorianas importan conservas de frutas ante el poco volumen de producción local. La actividad hortícola en Ecuador es diversa y se concentra principalmente en la región sierra. Del total de 2.6 millones de hectáreas de cultivo en el país, aproximadamente 9% se destina a la producción hortofrutícola, y específicamente el 4.5% se dedica a frutales, la zona de la sierra, contribuye con el 54% de su superficie cultivada a los frutales, mientras que la Costa ecuatoriana representa el 41% y Oriente el 5%. Estos datos provienen de cifras proporcionadas por

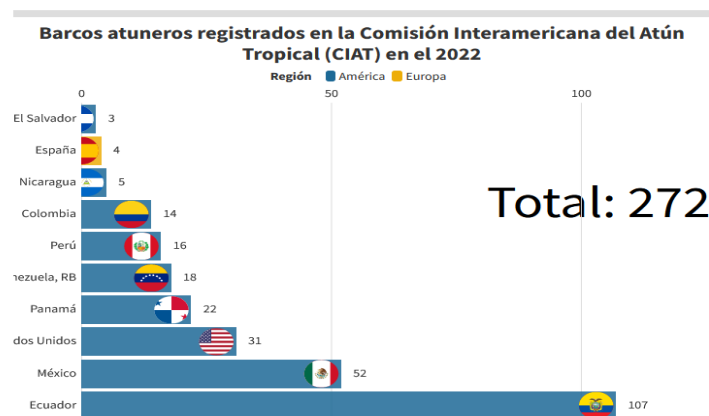
él (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria-Fontagro, 2015), un programa de cooperación gestionado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Además, resalta que Ecuador importa productos procesados de frutas y verduras, principalmente de Chile (43%), Países Bajos (20%) y Grecia (13%).

Ecuador, en comparación con otros productores, no alcanza la escala necesaria en siembra, cosecha y producción para ser competitivo en estos mercados, según Guijarro (2023), el Grupo Vilaseca domina aproximadamente el 50% al 60% de la industria en estas categorías, la Corporación Favorita, opera tres marcas de conservas (Supermaxi, AKI y La Original), también importa estos productos de Chile y Grecia. Rubén Salazar, gerente corporativo de la empresa, señala que bajo estas marcas se comercializan duraznos y cócteles de frutas, además se estima que Pronaca, empresa multinacional en Ecuador, importa conservas de duraznos; cóctel de frutas; y cerezas desde Chile para sus dos marcas: Gustadina, que es su marca estándar, además, ofrece una amplia variedad de salsas, mermeladas y conservas en general.

Existen discrepancias en las cifras y la procedencia de importaciones de atún a Ecuador, según Ibarra (2021), lo que dificulta el seguimiento preciso de su origen, en el año 2021, no se ha establecido claramente el origen de 200,000 toneladas de atún, con un valor de 340 millones de dólares. De este modo, el 50% del atún utilizado para la producción de enlatados se importa de otros países, y en muchos casos, se registra como "mar abierto", sin conocerse la ubicación exacta de la pesca.

**Figura 31.**

*Informe de la importación de atún en el año 2022*



Nota. Comisión Interamericana del Atún Tropical (CIAT), 2022

Al examinar las cifras disponibles en las bases de datos del Banco Central y la Aduana del Ecuador, resulta imposible seguir el rastro completo de las 270,000 toneladas de atún importadas por Ecuador, cifra más baja mencionada por Leone, esto equivale a 531.9 millones de dólares, calculados en función del valor *Free*

*On Board* (FOB), reportado por cada tonelada de atún Aleta amarilla en la Aduana del Ecuador, que es de 1,970 dólares (Mera y Pacheco, 2021).

Conforme a los registros del Banco Central del Ecuador, solo se puede determinar el origen de 38,911 toneladas de las tres especies de atún, con un valor de 71.87 millones de dólares en el año 2021. En cuanto a las importaciones temporales, los funcionarios del BCE señalan que "las estadísticas oficiales de exportaciones e importaciones elaboradas y publicadas por el BCE contemplan, en el primer caso, la importación definitiva.

#### **4.3.2 Principales Reglamentaciones para la Importación de Enlatados y Conservas de acuerdo al SENA E**

La regulación de la importación de enlatados y conservas en Ecuador se rige por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y se establece a través del marco del Reglamento de Importación (SENAE, 2023). Las principales normativas aplicables para la importación de tales productos comprenden:

Requisitos generales:

- Los productos deben cumplir con las normas de calidad y sanitarias establecidas por el SENA E.
- Los productos deben estar etiquetados en español con información obligatoria: nombre del producto, contenido neto, fecha de caducidad, fabricante e importador.

Requisitos específicos por tipo de producto

- Enlatados de frutas y vegetales:
  - Los productos deben estar libres de plagas y enfermedades.
  - El contenido de azúcar en los productos enlatados de frutas no debe exceder el 10%.
- Enlatados de pescado y mariscos:
  - Los productos deben estar frescos y de buena calidad.
  - El contenido de mercurio en los productos enlatados de pescado no debe exceder los límites establecidos por la Organización Mundial de la Salud (OMS).
- Enlatados de carnes y aves:
  - Los productos deben estar frescos y de buena calidad.

- El contenido de nitritos y nitratos en los productos enlatados de carnes no debe exceder los límites establecidos por el SENA E.

Las partidas arancelarias para importación de enlatados y conservas en Ecuador son las siguientes:

**20.00:** Productos alimenticios de origen animal, no comprendidos en otra parte, preparados o conservados por cualquier medio.

**20.01:** Carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados.

**20.02:** Carnes y despojos comestibles, secos, salados o en salmuera, ahumados o preparados de otra forma.

**20.03:** Pescado, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, frescos, refrigerados o congelados.

**20.04:** Pescado, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, secos, salados o en salmuera, ahumados o preparados de otra forma.

**20.05:** Huevos de ave, frescos, refrigerados o congelados.

**20.06:** Leche y productos lácteos, no expresados ni comprendidos en otra parte.

**20.07:** Frutas y frutos comestibles, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas, cocidas o deshidratadas.

**20.08:** Aceites y grasas de origen animal o vegetal, refinados o no, pero sin refinar.

**20.09:** Productos alimenticios preparados o conservados por cualquier medio, no expresados ni comprendidos en otra parte (SENAE, 2023).

Para importar enlatados y conservas en Ecuador, los importadores deben presentar la siguiente documentación ante el SENA E:

- Factura comercial: Debe indicar la descripción del producto, el valor en aduana, el origen del producto y el nombre del importador.
- Certificado de origen: Documento emitido por la autoridad competente del país de origen del producto, que certifica el origen del producto.

- Certificado de calidad: Documento emitido por un organismo autorizado, que certifica la calidad del producto.
- Permiso sanitario: Documento emitido por la autoridad sanitaria competente, que certifica que el producto cumple con las normas sanitarias establecidas (SENAE, 2023).

El SENAE podrá realizar inspecciones a los productos importados para verificar el cumplimiento de las normas de calidad y sanitarias.

#### **4.3.3 Importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el Comercio Internacional**

El comercio internacional según Cartagena (2023), no es solo un canal para el intercambio de bienes entre naciones o una fuente de ingresos para los gobiernos, sino también una vía para adquirir tecnología y conocimiento que mejorará la capacidad de producción de bienes, trayendo beneficios, tanto al comercio internacional como al mercado interno. Este flujo de tecnología generalmente se produce desde naciones industrializadas hacia aquellas en desarrollo, lo que puede resultar en un aumento de la productividad a lo largo del tiempo.

Los beneficios de una efectiva responsabilidad social, aseveran Arrieta y Salas (2023), se pueden resumir en los siguientes puntos: un mejor rendimiento, mayor rentabilidad, una relación más sólida con los colaboradores y acceso a oportunidades sociales. Desde un punto de vista teórico, la responsabilidad social empresarial se refiere a los compromisos legales o éticos que una empresa asume en respuesta al impacto que genera en su entorno. En la práctica, se traduce en acciones positivas que la empresa emprende para reducir cualquier efecto negativo que pudiera tener en la sociedad. También implica que la empresa se integre a la comunidad y participe en la resolución de problemas sociales y ambientales que puedan afectarla.

La implementación de la responsabilidad social empresarial, explica Sánchez (2023), se vuelve cada vez más crucial para las empresas, ya que la competitividad es una constante en todas sus actividades, y además promueve la responsabilidad ambiental. A través de la Responsabilidad Social Corporativa, la empresa puede contribuir significativamente al logro de sus objetivos iniciales sin obstáculos. La adopción de prácticas empresariales responsables cobra una relevancia especial cuando las empresas privadas prestan servicios de interés público.

#### **4.4 Importación de las Empresas Comerciales del sector de enlatados y conservas**

Históricamente, las empresas comerciales en el sector de enlatados y conservas han dependido en gran medida de la importación de materias primas y productos terminados para mantener su competitividad. Durante los primeros años de esta industria, la falta de tecnología y recursos limitados obligó a las empresas a importar envases y equipos especializados de otras regiones. Esta dependencia inicial de las importaciones también se extendió a los productos enlatados, ya que algunas variedades de alimentos no estaban disponibles localmente en ciertas temporadas.

Por otra parte, se alega que con el pasar de los años el sector de enlatados y conservas ha experimentado una notable evolución. Las Empresas Comerciales han invertido en tecnología y técnicas de producción avanzadas, lo que les ha permitido reducir su dependencia de las importaciones de materias primas y equipos. Sin embargo, la importación es parte integral de la cadena de suministro, especialmente para aquellos productos que no pueden producir localmente en cantidades suficientes o con la misma calidad. Esta evolución ha llevado a un equilibrio delicado entre la producción nacional y las importaciones.

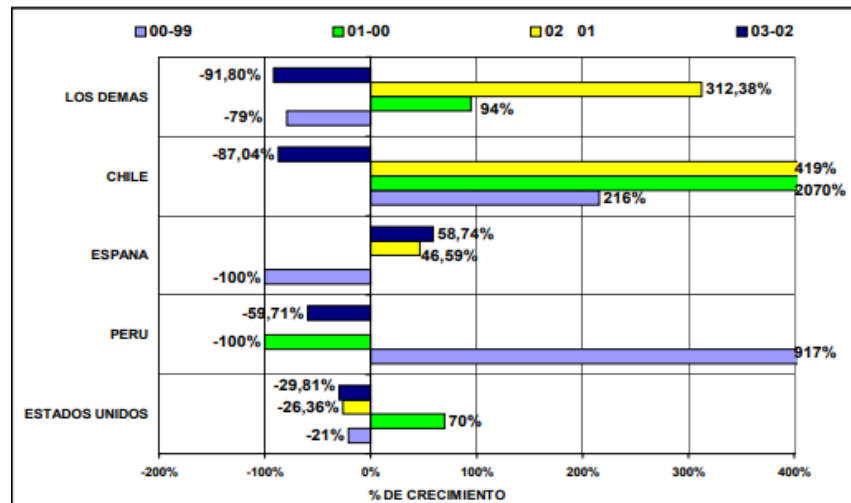
En la actualidad, las empresas comerciales en el sector de enlatados y conservas enfrentan desafíos y oportunidades únicas en cuanto a la importación. Por un lado, la globalización y los acuerdos comerciales han facilitado el acceso a una variedad de productos enlatados y en conserva de alta calidad de diferentes partes del mundo, lo que permite a las empresas ofrecer una amplia gama de opciones a los consumidores. No obstante, las interrupciones en la cadena de suministro global, como las crisis sanitarias, han resaltado la importancia de fortalecer la producción local y reducir la vulnerabilidad a las importaciones.

A partir de ello, se determina que, a lo largo de su historia, las empresas comerciales en el sector de enlatados y conservas han experimentado una transformación significativa en su dependencia de las importaciones. Si bien han avanzado en la producción local, la importación es esencial para satisfacer la demanda de productos específicos y mantener la diversidad en el mercado. La situación actual impulsa a estas empresas a encontrar un equilibrio entre la importación y la producción local para garantizar la continuidad de sus operaciones y la satisfacción de los consumidores.

Con fuentes oficiales del Banco Central del Ecuador (2022), a continuación, se muestra un gráfico donde se expone la evolución de los principales países de origen de importación de conservas en lata durante los últimos 3 años:

**Figura 32.**

*Informe de la importación de atún en el año 2022*



Nota: Banco Central del Ecuador, 2022.

Tal como se aprecia en la figura 32, el comportamiento importador de Ecuador ha mostrado un crecimiento durante los últimos 3 años, en el cual resalta su alto nivel de importaciones. Dentro de este mercado se engloban las frutas de conserva, frijoles en lata, arvejas, espárragos y maíz en conservas. En ese sentido, estas importaciones han jugado un papel importante, dado que se distribuyeron en las distintas tiendas de supermercados, las cuales son visitadas por turistas que desean probar alimentos enlatados.

Se exponen, algunos apartados importantes a considerar en el contexto legal. De acuerdo al Art. 66 numeral 15 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), se reconoce y garantizará “(...) el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (...)”, es decir, los ciudadanos cuentan con la posibilidad de emprender y construir su propia fuente de ingresos, siempre y cuando se respeten principios como la solidaridad y responsabilidad social. De la misma forma, en el Art. 278 numeral 2, se menciona que, a las personas, colectividades, y diversas formas organizativas, les corresponde “(...) producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.” Con base a ello, se hace hincapié en que se debe ser responsable de forma social y ambiental al momento de trabajar en producción e intercambio de bienes y servicios.

En la resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2020-0013 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros – Dirección Nacional de Consultas y Desarrollo Normativo (2020), se establece que “(...) El conjunto de principios, reglas y prácticas de Gobierno Corporativo se aplican a cualquier tipo de compañía, independientemente del tamaño, la naturaleza jurídica o el tipo de control. Su aplicación depende de la libre



y autónoma decisión de las compañías, destinatarias directas de su contenido”, además especifica que los principios básicos para fundamentar dicha norma para el Buen Gobierno Corporativo son: igualdad en el trato justo con accionistas y partes interesadas; transparencia en la obligación de informar como un deber de la empresa; la responsabilidad corporativa que plantea que “El Gobierno Corporativo velará por la sustentabilidad de la compañía, en pro de la sostenibilidad a largo plazo, además, incorpora aspectos de orden social y ambiental en la definición de los negocios y operaciones” (2020), y finalmente la voluntariedad, que indica los principios, prácticas y lineamientos de las normas con su aplicación voluntaria en las empresas.

En ese sentido, este artículo refleja una postura proactiva por parte del Estado ecuatoriano para promover prácticas empresariales responsables y éticas. Al hacerlo, busca mejorar la integridad del mercado y contribuir al bienestar de la sociedad en general.

#### **4.5 Metodología**

La metodología de este estudio se basa en una investigación cualitativa descriptiva y explicativa, ya que, se describe la situación actual de las prácticas en el sector seleccionado, centrándose en aspectos como: políticas de responsabilidad social adoptadas; acciones implementadas y los resultados obtenidos. Mientras que la investigación explicativa, ayuda a complementar la investigación descriptiva, al explorar las razones y mecanismos detrás de las prácticas de RSC en el sector de enlatados y conservas del Guayas. Esto permite identificar las causas de ciertos comportamientos y entender el impacto real de los mismos, que permita proporcionar recomendaciones efectivas de mejora.

La muestra de estudio según lo expuesto anteriormente en la introducción, para este sector fue de 5 empresas. Entre las técnicas aplicadas aparte de la lista de cotejo de la cual se explicó anteriormente, se utilizó el FODA; mediante las cuales se ha podido establecer, el grado de cumplimiento RSC en los procesos de importación. Establece criterios de evaluación específicos como: la ética en los procesos de importación, transparencia en las operaciones y el respeto a los derechos humanos, derivados de las normativas y buenas prácticas internacionales.

#### **4.6 Análisis de resultados**

El sector de enlatados y conservas desempeña un papel esencial en la economía nacional y local de la provincia del Guayas. Aporta significativamente al crecimiento económico y generación de empleo en la región. La producción de alimentos enlatados y conservas es crucial para la cadena de suministro y seguridad alimentaria. Las empresas del sector, necesitan importar maquinaria, insumos y materiales de

empaques, de los cuales, la calidad es fundamental para el producto final, y la eficiencia en la importación es clave para mantener la competitividad.

La balanza comercial del sector refleja la relación entre importaciones y exportaciones. Un superávit comercial, con exportaciones mayores a importaciones, es un indicador de fortaleza en el mercado internacional, lo que impulsa la inversión y el empleo. Las empresas deben cumplir con regulaciones y acuerdos comerciales internacionales, además se espera, que adopten prácticas responsables, como el uso de tecnologías sostenibles; apoyo a la producción local; y, condiciones laborales justas.

A continuación, se detallan los datos de las cifras asociadas al sector de importaciones y exportaciones durante el periodo de 2020 – 2022:

**Tabla 8.**

*Balanza comercial con cifras generales del periodo de 2020 – 2022*

Periodo	Ene - ago. 2020		Ene – ago. 2021		Ene – ago. 2022		Variación	
	TM	Valor	TM	Valor	TM	Valor	Absoluta	Relativa
							2020 - 2022	
Exportaciones totales	22.236,0	<b>17.108,4</b>	<b>20.978,3</b>	<b>22.232,8</b>	<b>20.782,7</b>	<b>20.347,0</b>	<b>-1.885,8</b>	<b>-8,5%</b>
Petroleras	13.898,2	5.804,5	12.796,8	8.143,3	12.337,6	5.580,0	-2.563,4	-31,5%
No petroleras	8.337,8	11.304,0	8.181,4	14.089,5	8.445,1	14.767,1	677,6	4,8%
Importaciones totales	12.207,5	<b>14.987,7</b>	<b>12.612,7</b>	<b>19.982,4</b>	<b>13.492,8</b>	<b>19.094,8</b>	<b>-887,6</b>	<b>-4,4%</b>
Bienes de consumo	746,5	3.211,9	818,6	3.844,2	863,2	4.236,8	392,6	10,2%
Materias primas	6.612,1	5.677,6	6.651,1	7.175,1	7.052,2	6.435,0	-740,1	-10,3%
Bienes de capital	340,0	3.216,1	422,1	3.830,4	401,5	4.048,0	217,6	5,7%
Combustibles y Lubricantes	4.505,2	2.816,7	4.716,0	5.034,9	5.170,6	4.313,6	-721,3	-14,3%
Diversos	3,8	65,4	4,9	87,6	5,3	59,7	-27,9	-31,8%
Ajustes *		0,0		10,2		1,7	-8,6	
Balanza Comercial - Total		<b>2.120,7</b>		<b>2.250,4</b>		<b>1.252,2</b>	<b>-998,2</b>	<b>-44,4%</b>

Nota: Banco Central del Ecuador, 2023.

En la tabla ocho se muestra la evolución de la balanza comercial de Ecuador durante el período comprendido entre 2020 y 2022. Los datos se dividen en diferentes categorías, como exportaciones petroleras, no petroleras y totales, así como importaciones de bienes de consumo, materias primas, bienes de capital y combustibles y lubricantes. Estos indicadores permiten analizar el desempeño del comercio exterior ecuatoriano a lo largo del tiempo.

Los datos revelan que las exportaciones totales aumentaron en un 22% entre 2020 y 2022, impulsadas principalmente por el crecimiento de exportaciones no petroleras. Por otro lado, las importaciones también se incrementaron en 21% en el mismo período. Sin embargo, la balanza comercial total tuvo saldo negativo, con una disminución de 998,2 millones de dólares entre 2020 y 2022. Este desequilibrio comercial refleja la necesidad de fortalecer la posición de Ecuador en el mercado internacional y diversificar sus exportaciones para mejorar su desempeño exterior.

En el sector de enlatados y productos de conserva, se observan, además, tendencias interesantes en el período de enero a agosto de 2020 a 2022. A pesar de una disminución general del 8.5% en las exportaciones totales en el período, las exportaciones de enlatados de pescado se destacan, con una caída del 6.6% en el valor, pero un aumento del 7.6% en el valor FOB unitario, lo que sugiere un posible enfoque en productos de mayor calidad. Además, las exportaciones de jugos y conservas de frutas muestran un crecimiento del 12.2% en valor en el período de 2022 a 2023.

En ese sentido, se puede inferir que, a pesar de los desafíos generales en las exportaciones, ciertos productos en el sector de enlatados y conservas denotan resistencia y oportunidades de crecimiento, especialmente cuando se centran en la calidad de los productos.

**Tabla 9.**

*Importaciones por uso o destino económico del periodo de 2020 – 2022*

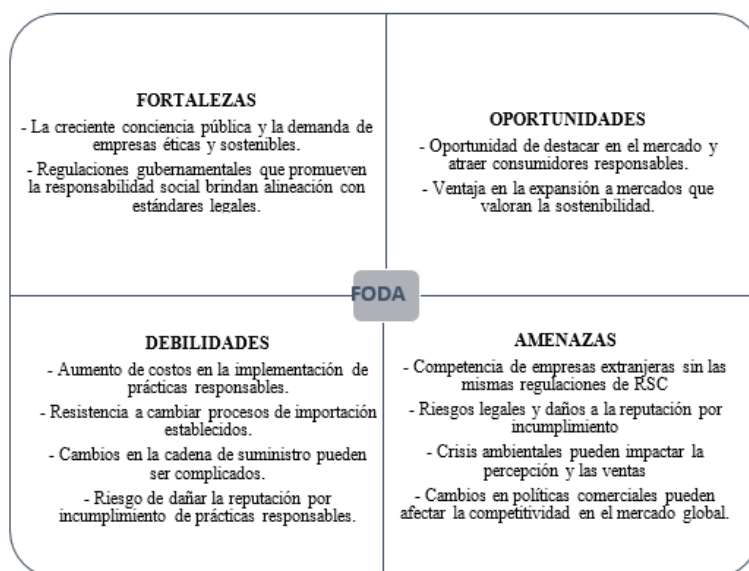
Total, Importaciones	Ene - Ago 2020 Ene - Ago 2021 Ene - Ago 2022 Variación																			
	Participación		Ene - Ago 2020 / 2022 TM		Valor TM		Valor TM		Valor TM		Valor TM		Valor TM							
	USD	FOB	USD	FOB	FOB	USD	FOB	FOB	USD	FOB	12.208	14.987,7	100,0%	100,0%						
	100,0%	100,0%	13.493	19.094,8	819	3.844,2	0	6,50%	19,20	%	863	4.236,8	0	6,40%	22,20	%	5,40%	10,20%		
Bienes de Consumo	746	3.211,9	0	6,10%	21,40	%	819	3.844,2	0	6,50%	19,20	%	863	4.236,8	0	6,40%	22,20	%	5,40%	10,20%
No duradero	550	1.845,2	0	4,50%	12,30	%	595	2.112,3	0	4,70%	10,60	%	624	2.382,7	0	4,60%	12,50	%	4,90%	12,80%
Duradero	193	1.206,9	0	1,60%	8,10%	219	1.510,8	0	1,70%	7,60%	234	1.617,2	0	1,70%	8,50%	6,60%	7,00%			

Tráfico Postal Intern. y Correos	4	159,7	0,00%	1,10%	4,6	221,2	0,00%	1,10%	5,4	236,9	0,00%	1,20%	16,40%	7,10%
<b>Materias Primas</b>	<b>6.612</b>	<b>5.677,60</b>	<b>54,20%</b>	<b>37,90%</b>	<b>6.651</b>	<b>7.175,10</b>	<b>52,70%</b>	<b>35,90%</b>	<b>7.052</b>	<b>6.435,00</b>	<b>52,30%</b>	<b>33,70%</b>	<b>6,00%</b>	<b>-10,30%</b>
Para la agricultura	1.986	1.155,70	16,30%	7,70%	2.006	1.536,00	15,90%	7,70%	2.285	1.573,70	16,90%	8,20%	13,90%	2,40%
Para la industria	4.141	4.210,00	33,90%	28,10%	4.062	5.195,10	32,20%	26,00%	4.162	4.430,20	30,80%	23,20%	2,50%	-14,70%
Materiales de construcción	484	311,9	4,00%	2,10%	584	443,9	4,60%	2,20%	605	431,2	4,50%	2,30%	3,80%	-2,90%
<b>Bienes de Capital</b>	<b>340</b>	<b>3.216,10</b>	<b>2,80%</b>	<b>21,50%</b>	<b>422</b>	<b>3.830,40</b>	<b>3,30%</b>	<b>19,20%</b>	<b>402</b>	<b>4.048,00</b>	<b>3,00%</b>	<b>21,20%</b>	<b>-4,90%</b>	<b>5,70%</b>
Equipos de Transporte	159	872	1,30%	5,80%	204	1.121,30	1,60%	5,60%	195	1.124,70	1,40%	5,90%	-4,60%	0,30%

Nota: Banco Central del Ecuador, 2023.

Y, como un último reporte se tiene a las importaciones por uso o destino económico, donde se expone que entre enero y agosto de 2022 se alcanzó un total de USD 19,094,8 millones, lo cual significa una disminución de USD 887,6 millones, equivalente al 4,4% en contraste con las compras realizadas dentro del mismo periodo de 2021. Por su parte, los bienes de consumo han tenido un incremento constante, destacándose con un aumento del 10.2% en el valor. Así mismo, las materias primas representan más del 50% de las importaciones totales, aunque experimentaron una disminución del 10.3% en valor desde el año 2020. Los bienes de capital también han mostrado un aumento del 5.7% en valor, con un enfoque en la importación de equipos de transporte.

**Figura 33.**  
Matriz FODA



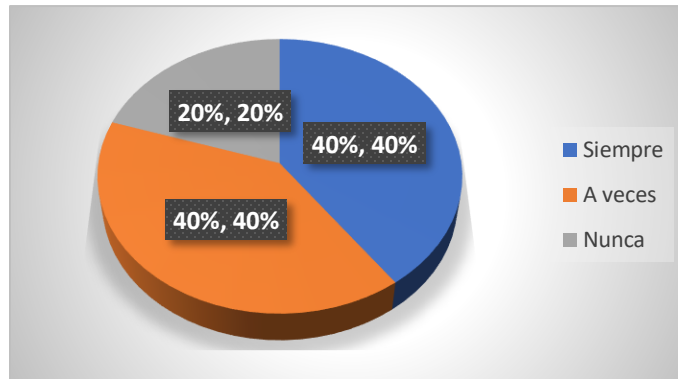
## Resultados de la Aplicación de la Lista de Cotejo

A continuación, se presentan los resultados.

### Variable: Gobernanza de la Organización

#### Figura 34.

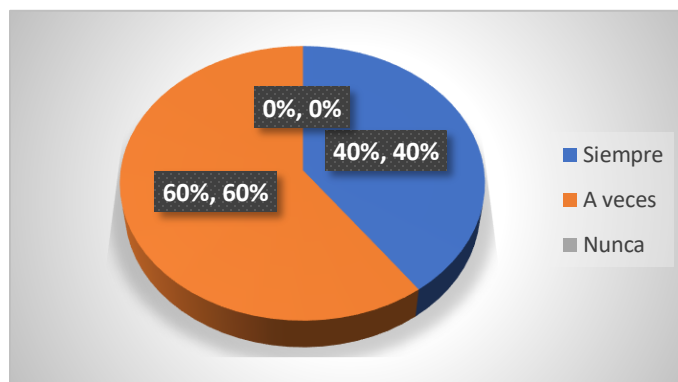
*La empresa impulsa estrategias y objetivos de RSC*



De acuerdo con los resultados de la variable "Gobernanza de la Organización" que evalúa el impulso de estrategias y objetivos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), los resultados evidencian una distribución equitativa en la gobernanza de la RSC en las organizaciones. Esto sugiere la necesidad de fomentar una mayor consistencia en la implementación de estrategias de RSC para aprovechar su potencial en términos de reputación y sostenibilidad a largo plazo.

#### Figura 35.

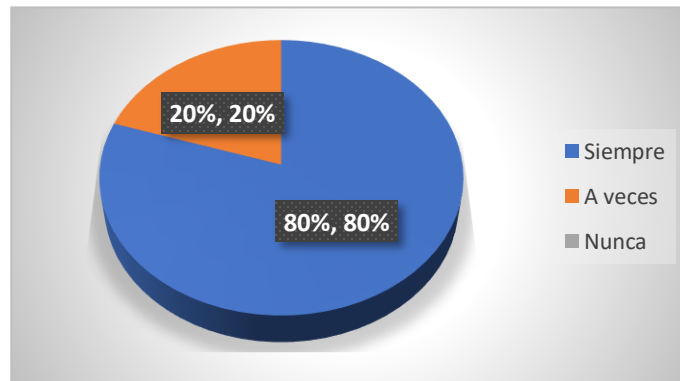
*La empresa tiene una cultura de RSC*



En cuanto a los resultados del aspecto donde se evalúa la cultura, se muestra una tendencia clara, donde se evidencia un compromiso significativo con la RSC en las organizaciones. Se destaca la oportunidad de mejorar la consistencia en la implementación de esta cultura de manera constante.

**Figura 36.**

*La empresa es transparente en la toma de decisiones*

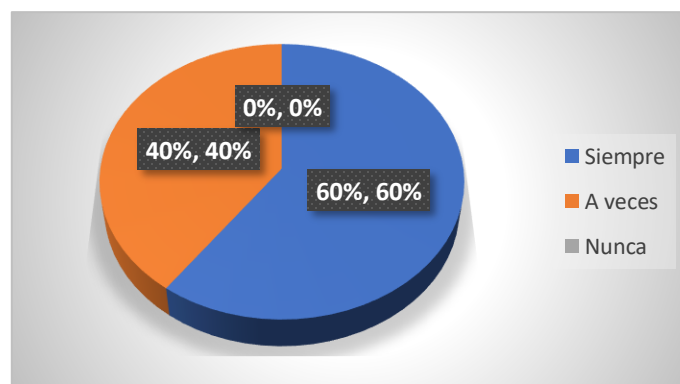


Así mismo, respecto a los resultados del aspecto asociado a la transparencia en la toma de decisiones reflejan una tendencia definida en las organizaciones. Donde se resalta la necesidad de promover una mayor consistencia en la transparencia, ya que este aspecto desempeña un papel crucial en el fortalecimiento de la confianza y el compromiso en las prácticas de RSC. La mejora en la coherencia de la transparencia puede contribuir a una cultura de RSC más sólida y beneficios a largo plazo en términos de reputación y sostenibilidad.

**Variable: Derechos Humanos**

**Figura 37.**

*Mecanismos de reclamación, para denunciar posibles abusos y exigir compensación*

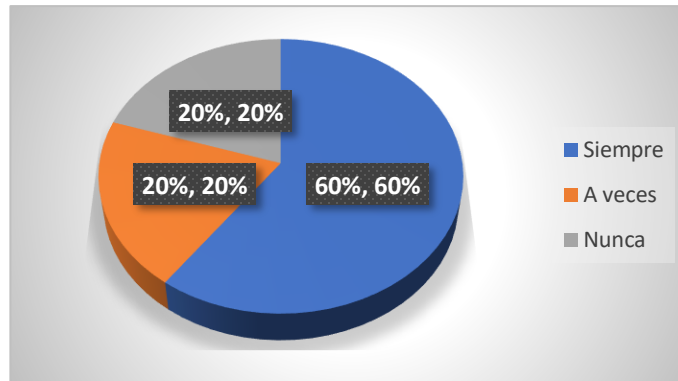


Acorde a los resultados, se observa una distribución en la disponibilidad de mecanismos de reclamación en las organizaciones, donde la mayoría indica que siempre se ofrecen estos mecanismos. Esto señala una

relación significativa con la RSC al proporcionar una vía para denunciar abusos y buscar compensación. Sin embargo, es importante mantener la consistencia en la implementación de estos mecanismos para garantizar que los *stakeholders* tengan acceso constante a ellos, lo cual fortalece la cultura y confianza en la organización.

**Figura 38.**

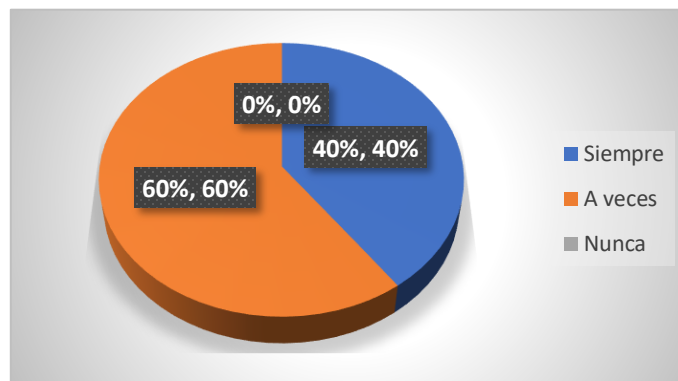
*Garantiza igualdad de oportunidades, no discriminación, sin trabajo forzoso e infantil*



Los resultados del aspecto asociado con la garantía de igualdad de oportunidades; la no discriminación; la prevención del trabajo forzoso y trabajo infantil, es alentador que se garanticen estos aspectos, lo que demuestra que existe una preocupación sólida con RSC. No obstante, la presencia de respuestas que mencionan que esto ocurre ocasionalmente y otras que señalan que nunca, resalta la necesidad de mantener un enfoque consistente en la promoción de prácticas responsables en todas las operaciones de la empresa.

**Figura 39.**

*Influye en el comportamiento de terceros para que satisfagan los derechos humanos*



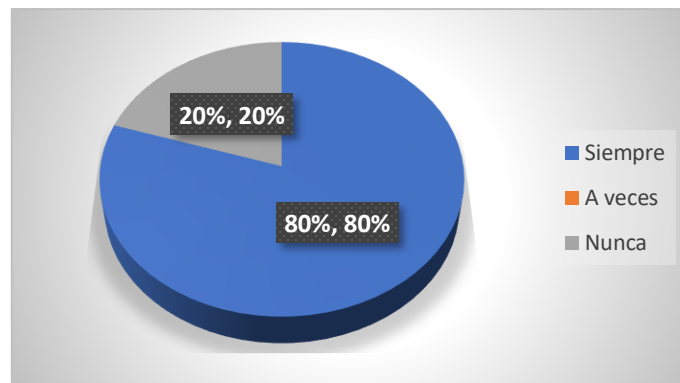
Por consiguiente, de acuerdo a los resultados del aspecto que evalúa la influencia en el comportamiento de terceros para garantizar los derechos humanos, sugieren que existe una influencia variable de las empresas en el comportamiento de terceros para garantizar los derechos humanos. Si bien un grupo significativo

siempre influye en este sentido, el hecho de que un 60% mencione que esto ocurre a veces subraya la necesidad de una mayor coherencia en la promoción de los derechos humanos en todas las interacciones empresariales. Esto destaca la importancia de reforzar los esfuerzos para asegurar que la influencia sea constante, promoviendo activamente prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

#### Variable: Prácticas Laborales

**Figura 40.**

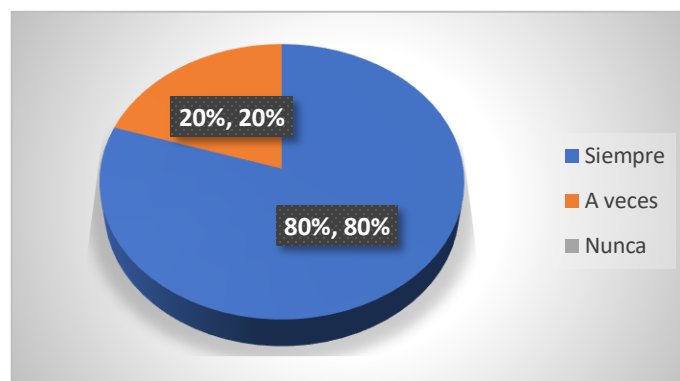
*Capacita a sus colaboradores por medio del acceso al conocimiento y la información*



Los resultados de la variable "Prácticas Laborales" que evalúa la capacitación de los colaboradores a través del acceso al conocimiento e información, se destaca que existe un compromiso de parte de las empresas en la capacitación de los colaboradores a través del acceso al conocimiento e información. Sin embargo, dado que el 20% expresa que nunca lleva a cabo esta capacitación, existe una oportunidad de mejora en la que todas las organizaciones mantengan un enfoque constante, puesto que esto no solo beneficia a los empleados, sino que también fortalece la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la competitividad a largo plazo.

**Figura 41.**

*Fomenta el bienestar mental, físico y social de sus trabajadores*

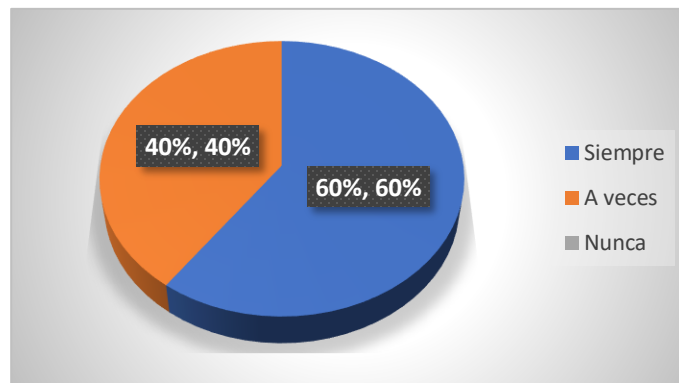




Por su parte, en cuanto a los resultados del aspecto que evalúa el fomento del bienestar de los trabajadores, se puede enfatizar que existe una preocupación y compromiso de parte de las organizaciones. No obstante, un 20% no parece consciente de la importancia de mantener un enfoque constante en la promoción del bienestar de los empleados. Aspecto esencial que contribuye significativamente a la RSC y a un entorno laboral saludable y sostenible.

**Figura 42.**

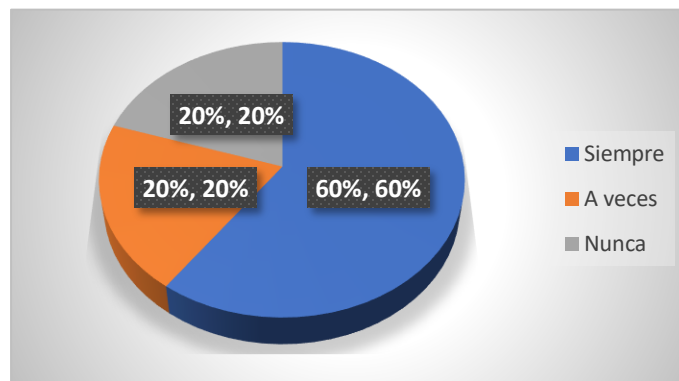
*Garantiza condiciones laborales justas*



**Variable: Medio Ambiente**

**Figura 43.**

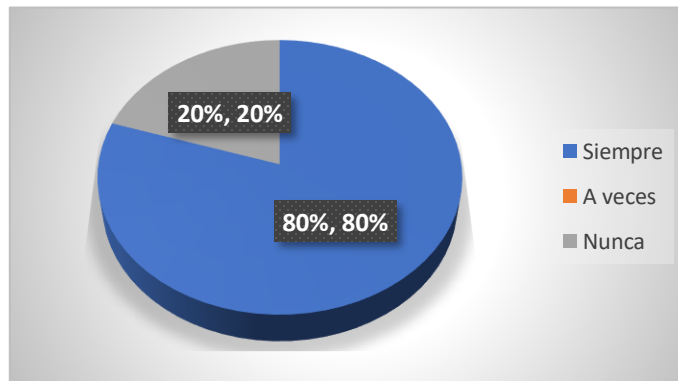
*Previene la generación de agentes contaminantes*



Seguido de ello, respecto a los resultados de la variable "Medio Ambiente" que evalúa la prevención de la generación de agentes contaminantes, muestran una variabilidad en las prácticas de las empresas en cuanto a la prevención de la generación de agentes contaminantes. Aunque es positivo que un grupo significativo siempre tome medidas en este sentido, la presencia de respuestas que indican que esto ocurre ocasionalmente, resalta la necesidad de una mejora en la gestión ambiental. Esto destaca la importancia de un enfoque más consistente en la prevención de la contaminación, como parte de la RSC.

**Figura 44.**

*Revierde el impacto negativo de sus actividades*

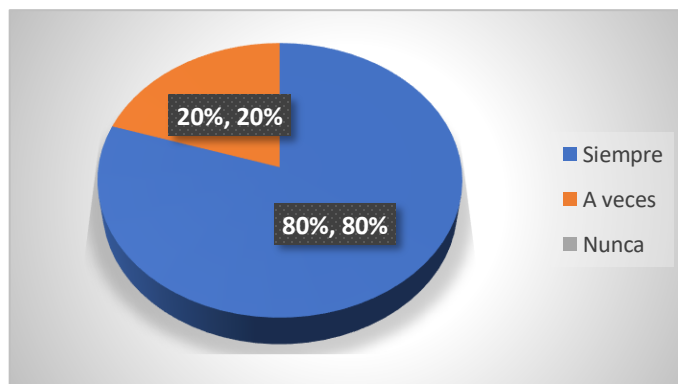


Por su parte, los resultados del aspecto que evalúa la disminución del uso de recursos no renovables a través de innovaciones tecnológicas son notables, indican un fuerte compromiso de las empresas en la disminución del uso de recursos no renovables a través de innovaciones tecnológicas. Estos resultados resaltan la importancia de la innovación tecnológica como un medio efectivo para abordar los desafíos ambientales y contribuir positivamente a la conservación de recursos no renovables.

**Variable: Prácticas Justas de Operación**

**Figura 45.**

*Fomenta la educación del personal sobre comportamientos anticorrupción*

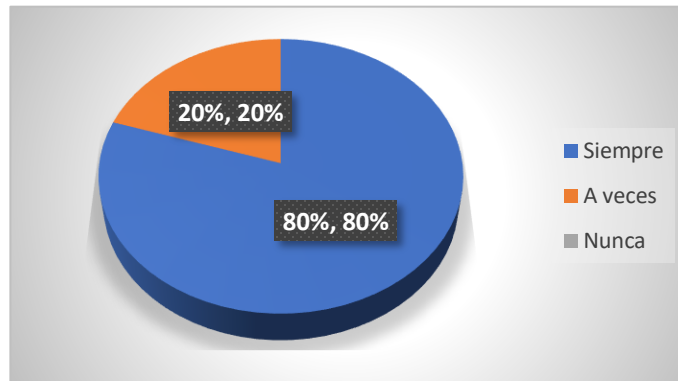


Los resultados de la variable "Prácticas Justas de Operación" evalúa el fomento de educación del personal sobre comportamientos anticorrupción y uso de innovaciones tecnológicas. Demuestra que existe un alto nivel de compromiso de las empresas en la promoción de la educación del personal sobre comportamientos anticorrupción y el uso de innovaciones tecnológicas. Sin embargo, la ausencia del 20% resalta la importancia de la capacitación y la adopción de tecnologías avanzadas como herramientas efectivas para

promover operaciones justas y transparentes, lo que a su vez contribuye a la construcción de una cultura empresarial ética y responsable.

**Figura 46.**

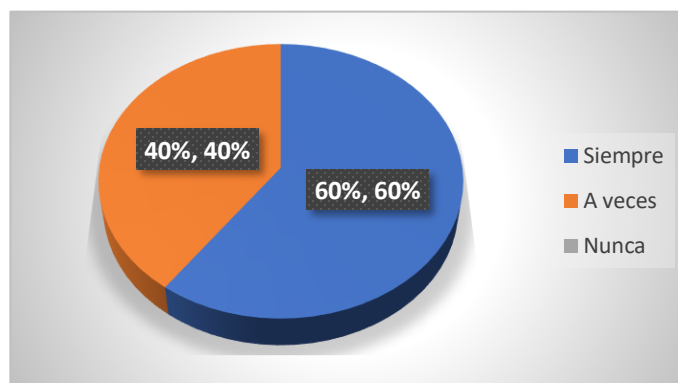
*Se asocia con empresas socialmente responsables*



Los resultados del aspecto que evalúa la asociación con empresas socialmente responsables son notables, destacan la eficacia de las empresas al establecer asociaciones con otras organizaciones comprometidas con la misma. Además, la ausencia de respuestas de empresas que mencionan que esto nunca se da, resalta la coherencia en la colaboración, lo que sugiere una sólida presencia en el ámbito de la RSC. Estos hallazgos subrayan la capacidad de las empresas para forjar relaciones de colaboración efectivas con organizaciones afines, lo que a su vez contribuye a la promoción de prácticas responsables y al fortalecimiento de la RSC en la comunidad empresarial.

**Figura 47.**

*Promueve el comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones*



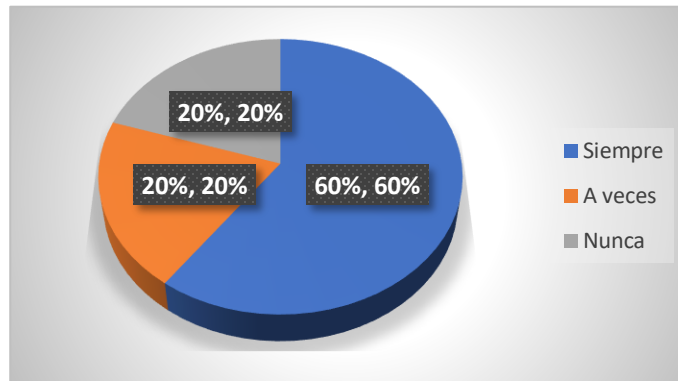
Por consiguiente, en los resultados del aspecto que evalúa la promoción del comportamiento ético en las relaciones con otras organizaciones, se demuestra que la mayoría de las empresas promueven el comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, lo que es un aspecto positivo. Sin

embargo, el hecho de que un 40% menciona que esto ocurre solo a veces sugiere que aún hay margen de mejora en este aspecto. Es alentador que no se reporte que nunca se promueva el comportamiento ético, lo que indica una base ética en la mayoría de las organizaciones evaluadas.

**Variable: Asuntos de Consumidores**

**Figura 48.**

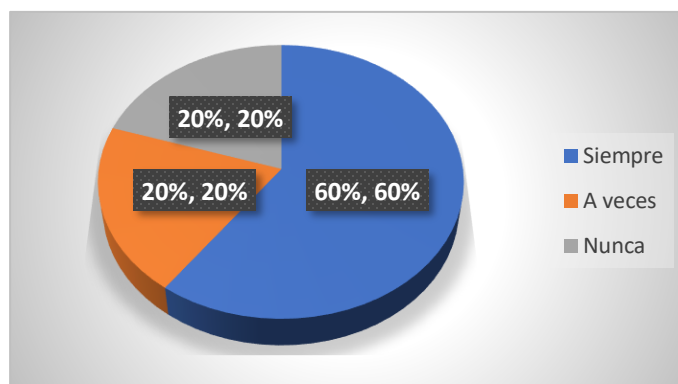
*Provee toda la información necesaria sobre el producto al consumidor*



El análisis de resultados de la variable "Asuntos de Consumidores" en el aspecto evaluado, revelan una variabilidad significativa en cómo las empresas abordan los asuntos de consumidores. Aunque algunas empresas siempre proporcionan la información necesaria, la presencia de casos en los que a veces se cumple con esta práctica y en otros nunca, sugiere la necesidad de una mejora en la consistencia y la transparencia en la comunicación de información a los consumidores. Esto es esencial para fortalecer la confianza del consumidor y mejorar la experiencia general.

**Figura 49.**

*Ofrece productos y servicios que sean seguros y saludables*

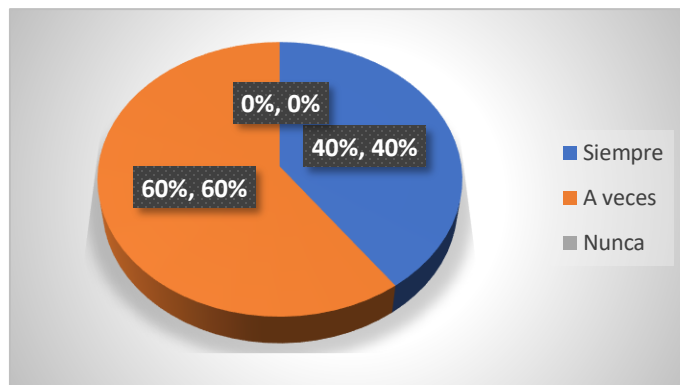


Conforme a los resultados del aspecto que evalúa la oferta de productos y servicios seguros y saludables son significativos, sugieren que un porcentaje importante de empresas se esfuerza por ofrecer productos y

servicios seguros y saludables, lo cual es una señal positiva de responsabilidad. Sin embargo, la presencia de casos en los que esto solo ocurre a veces y en otros nunca, indica que aún existen desafíos en la consistencia de estas prácticas. Es esencial destacar la importancia de mantener un compromiso constante con la oferta de productos y servicios que sean seguros y saludables, ya que esto no solo beneficia a los consumidores, sino que también fortalece la reputación y la confianza en las empresas.

**Figura 50.**

*Permite la comunicación bilateral con sus consumidores*

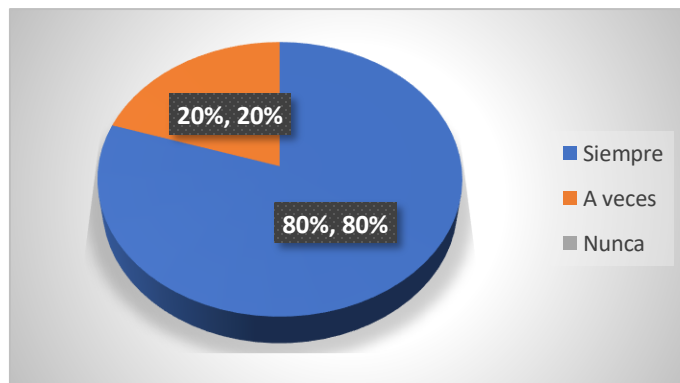


Los resultados del aspecto que evalúa la comunicación bilateral con los consumidores son notables, subrayan que la comunicación bilateral con los consumidores es una práctica generalizada en las empresas evaluadas, lo cual refleja una disposición a escuchar y responder a las necesidades y opiniones de los clientes. La ausencia de informes que indiquen que nunca se permite esta comunicación es un indicio positivo de apertura hacia el diálogo con los consumidores. No obstante, es esencial enfocarse en mejorar la consistencia de esta comunicación para fortalecer aún más las relaciones con los clientes y su satisfacción.

**Variable: Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad**

**Figura 51.**

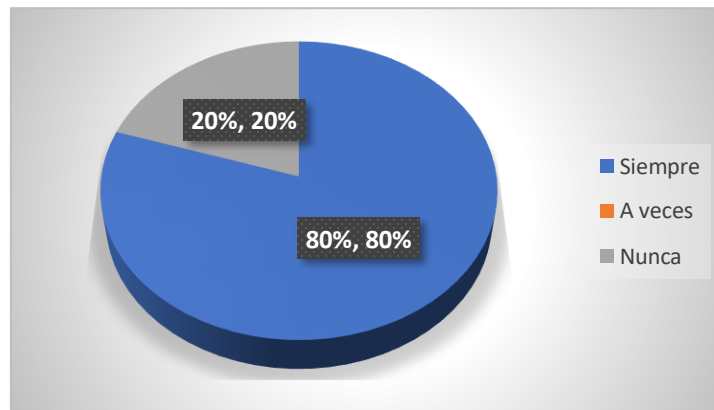
*Participa y ayuda a instituciones o grupos de la sociedad que lo necesitan*



Los resultados de la variable "Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad" evalúa la participación y asistencia a instituciones o grupos necesitados, revela un alto grado de participación y asistencia activa de las empresas con la comunidad. El hecho de que el 80% indique que siempre participan y ayudan en esta área muestra un compromiso significativo hacia el desarrollo de la comunidad. Además, el hecho de que no se reporte que nunca se participe resalta la disposición constante de estas empresas para contribuir de manera positiva en su entorno. Estos resultados refuerzan la importancia de que las empresas continúen con una participación activa en el desarrollo de la comunidad como parte de su responsabilidad social corporativa.

**Figura 52.**

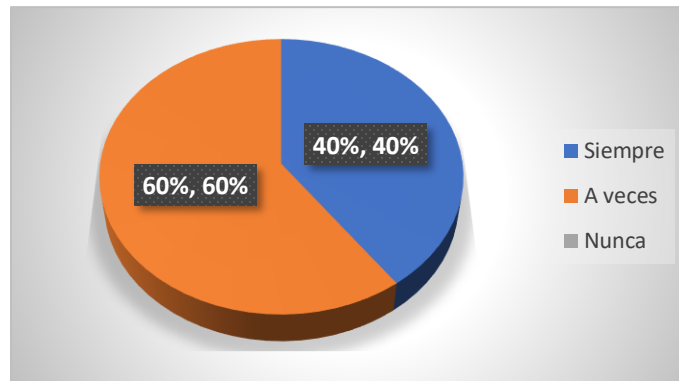
*Promueve campañas en pro de grupos vulnerables en la sociedad*



Por otro lado, en cuanto a los resultados del aspecto que evalúa la promoción de campañas en beneficio de grupos vulnerables en la sociedad, reflejan un sólido compromiso de la mayoría de las empresas en la promoción de campañas en beneficio de grupos vulnerables en la sociedad, lo que indica una contribución social significativa. Sin embargo, la presencia de un grupo que nunca realiza esta promoción subraya la necesidad de una mayor implicación para fortalecer el impacto social positivo en la comunidad

**Figura 53.**

*Desarrolla actividades que promuevan la salud y mejorar la calidad de vida*



Finalmente, en cuanto a los resultados del último aspecto que evalúa el desarrollo de actividades para promover la salud y mejorar la calidad de vida, destacan una oportunidad para mejorar la consistencia en el desarrollo de actividades que promuevan la salud y la calidad de vida. La ausencia de informes que indiquen que nunca se realizan estas actividades es un punto positivo, lo que sugiere una disposición general hacia la promoción de la salud. Sin embargo, es esencial trabajar en la ampliación y fortalecimiento de estas iniciativas para lograr un mayor impacto en el bienestar de la comunidad y en la imagen corporativa.

#### 4.7 Conclusiones

La ESC, implica la adopción de prácticas éticas, sostenibles y transparentes con el objetivo de contribuir al bienestar de la sociedad. Las empresas que incorporan la RSC en su cultura organizacional tienden a tener un enfoque más integral, que considera, no solo, sus ganancias financieras, sino también su impacto en la comunidad, el medio ambiente y el bienestar de sus empleados y clientes.

En conclusión, la responsabilidad social desempeña un papel fundamental en la mejora de los procesos de importación en el sector de enlatados y conservas, contribuyendo al cumplimiento de estándares éticos, legales y ambientales, así como a la mejora de la relación con los clientes y la comunidad.

#### 4.8 Referencias Bibliográficas

Arrieta, A., & Salas, F. (2023). Propuesta de un manual técnico de procedimientos para la exportación definitiva de atún enlatado en la Compañía Enlatadora de Atún SA ubicada en Chomes de Puntarenas para el periodo 2022.

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449.

- Avellán, A., & Mendoza, E. (2023). Producción y consumo avícola en Manabí. Una comparación interna entre demanda y consumo. *593 digital Publisher CEIT*, 8(3), 777-793.
- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, 54, 173–198. doi: <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Banco Central del Ecuador. (junio de 2022). *Evolución de las importaciones en el Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202206.pdf>
- Buisán, L. (16 de junio de 2023). *El consumo sostenible en el sector de la alimentación: estudio de los factores determinantes [Trabajo de grado, Universidad de Valladolid]*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61777/TFG-E-1819.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cartagena, J. (21 de marzo de 2023). *PLAN DE EXPORTACION DE PALMITO ENLATADO A LOS ESTADOS UNIDOS PARA LA EMPRESA BOLHISPANIA SA*. Obtenido de <http://ddigital.umss.edu.bo:8080/jspui/handle/123456789/37197>
- Ccance, S., & Granados, S. (22 de julio de 2022). *Propuesta de importación y comercialización de atún Costa Azul de Ecuador a Perú de la empresa ZV Inversiones Generales SAC*. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/2558>
- Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria (Fontagro). (2015). Alimentos y mercados.
- Gómez, C. (2021). Responsabilidad social empresarial de las alianzas público privadas en puertos hondureños, un análisis financiero. *Economía y Administración (E&A)*, 12(1), 9-32. doi:10.5377/eya.v12i1.12957
- Guaranda, A., & Morán, M. (2022). Exportaciones e importaciones del Ecuador durante la pandemia por Covid-19. Análisis cuantitativo y cualitativo. Periodo 2019-2021.
- Guijarro, M. (2023). Análisis coyuntural de importaciones y exportaciones, PIB y la inversión pública; para determinar la competitividad del Ecuador en relación con Perú y Colombia en base a la información del banco mundial periodo 2018–2020.
- Ibarra, C. (2021). Relación entre las exportaciones de enlatados de atún y la balanza comercial en el Ecuador. Período 2010-2019.



- Izquierdo, R., & Grañana, I. (2019). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. CIRIEC-España. *revista de economía pública, social y cooperativa*, 53(137-161).
- León, C. (2022). Estimación de la demanda estadounidense de importación de camarón ecuatoriano. *Bachelor's thesis, Universidad del Azuay*.
- Loor, L., Encalada, M., & García, B. (2021). Evolución de la importación versus la fabricación nacional de bebidas no alcohólicas en Ecuador período 2019–2021.
- Mera, B., & Pachecho, J. (2021). Análisis de la exportación del atún ecuatoriano hacia la Unión Europea en el período 2014-2020.
- Millán, M. (2021). Responsabilidad social y sostenibilidad corporativas: hacia una necesaria y urgente superación de ambos conceptos. *Revista de Derecho de la UNED (RDUNED)* (27), 619-668. doi:<https://doi.org/10.5944/rduned.27.2021.31098>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Informe sobre el sector atunero ecuatoriano.
- Ormaza, J., Oohoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (3), 1-18.
- Ramón, O., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). Integración de la responsabilidad social empresarial en proyectos de inversión dirigidos al sector agrícola. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 702-728. doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.710>
- Sánchez, C. (2023). Comercio internacional post COVID: análisis del comercio exterior de Ecuador. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional*, 11(2), 28-41.
- SENAE. (2023). *Arancel Nacional*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/>
- Vergara, A., & Olalla, A. (2020). Responsabilidad social corporativa RSC y su impacto en el rendimiento económico de las principales Empresas en Ecuador. *Revista Espacios*, 41(10).

## CAPÍTULO 5

### *Responsabilidad Social Corporativa en Procesos de Importación de Empresas Comerciales del Sector Lácteo- Provincia del Guayas*

*Hang Jol Hong Chang*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
hhong@est.ecotec.edu.ec

*Ana María Correa Vaca, Mgtr.*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
acorrea@ecotec.edu.ec

#### **5.1 Introducción**

La creciente importancia de la responsabilidad social corporativa (RSC) en el ámbito empresarial ha llevado a un reconocimiento generalizado de la influencia social, ambiental y económica que tienen las empresas en la sociedad. En el caso específico del sector lácteo, su papel es crucial en la economía de la provincia del Guayas, donde las empresas importan diversos productos lácteos para satisfacer las necesidades del mercado local (García, 2008).

El sector lácteo, al ser un componente integral de la economía local, desempeña un papel significativo en la generación de empleo y el suministro de productos esenciales para la comunidad. A medida que las empresas comerciales del sector lácteo importan una variedad de productos lácteos para atender la creciente demanda de los consumidores, surge la necesidad de evaluar y mejorar las prácticas de responsabilidad social corporativa en sus procesos de importación.

La importación de productos lácteos no solo presenta desafíos logísticos y comerciales, sino que también plantea preguntas críticas sobre la sostenibilidad, la ética empresarial y el impacto ambiental. En este contexto, se vuelve esencial no sólo analizar, sino también, mejorar las prácticas de responsabilidad social corporativa de estas empresas en sus operaciones de importación. Este estudio se propone abordar estas cuestiones cruciales al examinar de cerca las estrategias actuales y proponer mejoras concretas que promuevan la responsabilidad social corporativa en el sector lácteo de la provincia del Guayas.

El estudio busca analizar las prácticas de RSC en los procesos de importación de las empresas comerciales del sector lácteo de la provincia del Guayas en el periodo 2020-2022. No obstante, para poder comprender el tema, primeramente, será importante definir las variables claves sobre el tema de estudio. Entre las cuales se encuentra: responsabilidad social corporativa, sector lácteo, procesos de importación.

## 5.2 Responsabilidad social corporativa

La RSC es un concepto que se identifica como la unión de aspectos sociales y ambientales en las actividades de una institución, es decir, el impacto de los procesos empresariales en el ambiente y sociedad. En la actualidad la RSC ha tomado más fuerza que en años anteriores ya que representa un papel fundamental y significativo en la economía global, adicional a credenciales éticas de buenas prácticas corporativas que se puedan presentar.

La definición de RSC ha sido testimonio de una creciente evolución en el tiempo. En 1953, Bowen, citado por Howard R, (2013) la definió como “las obligaciones de los empresarios para perseguir aquellas políticas, hacer aquellos cursos de acción o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”. Mientras que, en 1971, Carroll, citado por Archie B, (1991) establece un concepto sumamente integral que incluye cuatro áreas principales: Responsabilidad Económica; Legal; Ética; y Filantrópica. Aunque Bowen, especificó un accionar correcto por parte de las empresas para una mejor convivencia y la unificación de diferentes áreas para un desempeño justo, resalta, la idea central de que las empresas tienen una responsabilidad que va más allá de maximizar sus ganancias.

La RSC se ha convertido en un tema prioritario para las empresas debido a varios factores, en primer lugar, los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto social y ambiental, desean saber si las grandes corporaciones están comprometidas a procesos más responsables con el medio ambiente, debido a mayor conciencia de la problemática que afecta desde el fabricante hasta el consumidor, la huella de carbono que afecta negativamente al planeta y comunidades, ha dado como resultado una predisposición a pagar más por productos y servicios que se consideran socialmente responsables.

En segundo lugar, como parte de la RSC se tiene a los inversionistas quienes prestan cada vez más atención, ya que, es crucial invertir en empresas que sean sostenibles a largo plazo y tengan un impacto positivo en la sociedad y medio ambiente. Por último, se cuenta con el Gobierno, quien debe promover la RSC mediante la legislación; incentivos fiscales; disposiciones que lleven al país a ser más competitivo en procesos más limpios y eficientes.

Es importante aclarar que su propósito no se trata solo de hacer donaciones a organizaciones benéficas o patrocinar eventos comunitarios. La RSC implica un compromiso más profundo con la sociedad y el medio ambiente, en forma permanente y voluntaria. Las empresas deben considerar cuidadosamente cómo sus acciones afectan a estas áreas y tomar medidas para minimizar cualquier impacto negativo, esto puede incluir medidas como reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, uso de materiales reciclados o biodegradables, apoyar programas educativos o comunitarios, entre otros.

La RSC es un concepto amplio que abarca diferentes tipos de responsabilidades. A continuación, algunos ámbitos de injerencia.

- **Responsabilidad Social Económica:** hace referencia al fomento de empleo, impulsar el desarrollo económico y contribuir equitativamente con sus obligaciones fiscales. Estas responsabilidades pueden ser cumplidas por las empresas al generar oportunidades laborales de alto estándar, invertir en la comunidad local y retribuir a sus trabajadores con salarios dignos.
- **Responsabilidad Social Ambiental:** obligación que tienen las empresas de disminuir su huella ambiental y fomentar prácticas sostenibles. Esto implica la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero; preservación de recursos naturales; minimización de residuos durante la producción; y, promoción del uso de energías renovables.
- **Responsabilidad Social Ética:** Alude a la responsabilidad que recae sobre las empresas de mantener un comportamiento ético en todas sus operaciones y relaciones comerciales. Esto conlleva el respeto de derechos humanos; prevención de la corrupción; promoción de la transparencia y garantía de condiciones laborales equitativas.
- **Responsabilidad Social Legal:** obligación de las empresas de observar estrictamente todas las leyes y regulaciones vigentes en los países en los que operan, esto incluye, el respeto a derechos laborales; acatamiento de normativas medioambientales y garantía de la seguridad de productos y servicios que ofrecen.
- **Responsabilidad Social Filantrópica:** hace alusión a la responsabilidad de las empresas de promover el bienestar social mediante donaciones y actividades filantrópicas. Estas acciones comprenden donaciones a organizaciones sin fines de lucro, patrocinio de eventos comunitarios o financiación de programas educativos.

Es importante destacar, que estos ámbitos de acción de la RSC no son excluyentes entre sí, las organizaciones, pueden asumir múltiples responsabilidades sociales al mismo tiempo. Además, el enfoque y la importancia relativa de cada tipo pueden variar según el contexto y necesidades específicas de cada organización (Esparza, 2022).

### **5.3 Sector Lácteo**

El sector lácteo es la industria que utiliza la leche como materia prima para la producción de diversos productos, parte fundamental de la industria alimentaria, la cual desempeña un papel crucial en la economía mundial y nutrición humana. Su importancia radica en la producción y procesamiento de productos derivados de la leche, que incluyen leche líquida; quesos; mantequilla; yogur; y otros productos. Además, representa fuente de ingresos para los productores de leche, creación de empleo, tanto en la explotación

como en otras áreas relacionadas con la cadena láctea *Food and Agriculture Organization of the Union Nations* (FAO, 2023).

La producción y comercialización de productos lácteos han experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, sin embargo, también enfrenta desafíos considerables relacionados con la sostenibilidad; calidad, y competitividad en el mercado nacional e internacional.

El embalaje de productos lácteos es esencial en la cadena de suministro, pues desempeña un papel crítico en la sostenibilidad e impacto ambiental de esta industria. A medida que crece la conciencia sobre sostenibilidad, la elección de materiales de embalaje y prácticas de gestión de residuos se han convertido en clave de interés, por lo cual, es relevante, examinar la relación entre sostenibilidad y embalaje de productos, lo que trae consigo desafíos ambientales.

Además, el embalaje implica aspectos cruciales como, protección del producto; extensión de vida útil; comunicación de marca y conveniencia para el consumidor. Sin embargo, este proceso también tiene un impacto significativo en el medio ambiente, en especial aquellos materiales como envases plásticos.

Un desafío ambiental clave es la gestión de residuos generados por el embalaje, los envases de plástico en particular, han sido objeto de atención debido a la contaminación del medio ambiente. Se estima que millones de toneladas de envases plásticos terminan en vertederos y océanos cada año (Geyer, et al., 2017), los mismos que, representan una amenaza significativa para la vida marina y ecosistemas terrestres. Ante esta problemática, la industria láctea ha adoptado enfoques más sostenibles, como reducción de envases, mediante uso de materiales más ligeros o la implementación de sistemas de recarga, también alternativas biodegradables y compostables que reemplacen los envases plásticos tradicionales (García-Arca, et al., 2022)

Los envases de cartón reciclable y vidrio son alternativas más sostenibles, ya que son más fáciles de reciclar y tienen menor impacto ambiental en términos de contaminación, estas prácticas están reforzadas por la economía circular, que fomenta la reutilización y el reciclaje de envases, es fundamental para reducir la cantidad de residuos generados por el embalaje de productos lácteos.

Puesto que la Economía Circular, constituye una alternativa de producción y consumo relativamente nueva en la región, se requiere políticas públicas, regulaciones de incentivos por parte de gobiernos, que la impulsen, así como planes de capacitación, pues hay beneficios a mediano y largo plazo, con beneficio tanto para la industria como para el medio ambiente y la sociedad de países de la región, lo cual a su vez les permitiría ser competitivos con los de otras regiones al contar con un factor diferenciador (Llanos et al., 2024).

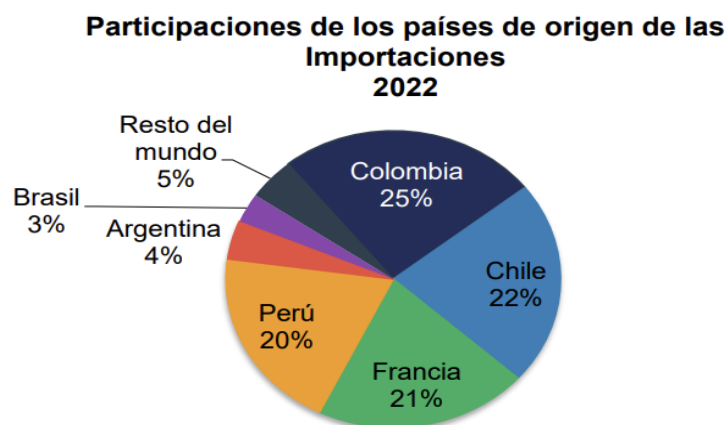
La educación del consumidor, también desempeña un papel crucial en la promoción de envases sostenibles. Los consumidores conscientes de la sostenibilidad, a menudo eligen productos que utilizan envases más ecológicos, lo que presiona a las empresas a adoptar prácticas de embalaje más responsables (Araque, Ospina, Vega, & Rivera, 2017)

### 5.3.1 El sector lácteo e importaciones del sector en Ecuador

Las importaciones de productos lácteos en Ecuador son fundamentales para mantener la estabilidad del mercado interno y satisfacer la demanda de los consumidores. Cuando la producción local no es suficiente para cubrir la demanda, las importaciones permiten mantener un suministro constante de productos lácteos en el país. Los principales productos lácteos importados por Ecuador según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en (2021) incluyen: formula láctea; leche en polvo; quesos; y derivados de la leche, los mismos, a menudo provienen de países como Colombia (25%), Chile (22%) y Francia (21%).

**Figura 54.**

*Importación de productos lácteos por países*



Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios

La producción local de productos lácteos está en constante crecimiento, lo que genera mayor competencia para productos importados, lo que impulsa mejorar la calidad y competitividad de los productos. La colaboración entre actores del sector, incluyendo productores locales y autoridades gubernamentales, es esencial para garantizar un comercio de productos lácteos justo y sostenible en Ecuador. La promoción de prácticas comerciales transparentes y cumplimiento de normativas son factores cruciales para el éxito continuo del sector lácteo de importación.

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2021), la importación, “Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país, para lo cual se debe cumplir con las formalidades y obligaciones aduaneras, en dependencia del régimen de importación al que se haya declarado.”

En un mundo cada vez más globalizado, la importación se ha convertido en una actividad común para la mayoría de las naciones. Las razones detrás de la importación son variadas y pueden incluir la búsqueda de recursos no disponibles a nivel local, la obtención de productos a menor costo, la diversificación de la oferta de bienes y servicios, y la satisfacción de la demanda de los consumidores. En términos de beneficios económicos, la importación puede tener un impacto positivo en la economía de un país. Al permitir el acceso a una variedad más amplia de productos y servicios, la importación fomenta la competencia y puede llevar a precios más bajos para los consumidores. Además, puede estimular la inversión extranjera y promover la creación de empleo en sectores relacionados con la importación, como el transporte y la logística.

Sin embargo, es importante destacar que la importación también puede tener desafíos y efectos adversos. Puede aumentar la dependencia de un país de productos y servicios extranjeros, lo que lo hace vulnerable a las fluctuaciones de los precios internacionales y a las interrupciones en la cadena de suministro global. Además, en algunos casos, la importación excesiva de productos baratos puede socavar la producción local y afectar negativamente a la industria nacional.

#### **5.4 Clasificación arancelaria productos lácteos**

La globalización ha desempeñado un papel crucial en la sociedad contemporánea al interconectar el mundo de maneras nunca vistas. Para facilitar las transacciones internacionales y lograr un entendimiento común entre países, se han creado códigos estandarizados para describir las mercancías denominados “*Harmony System*”, desarrollado por la Organización Mundial de Aduanas. (OMC, 2023)

Estos códigos desempeñan un papel fundamental en la estandarización de la información relacionada con las mercancías, lo que simplifica las operaciones a nivel internacional. Esto es esencial para garantizar una

comunicación clara y eficiente en un entorno globalizado y para promover el comercio internacional de manera más efectiva. Esto se hace con el objetivo de establecer los requisitos precisos que las autoridades del país exigen para la importación de estos productos, así como para determinar los tributos o restricciones que deben cumplirse al nacionalizar los productos importados.

**Tabla 10.**

*Códigos según tipo de producto*

<b>Código</b>	<b>Designación De La Mercancía</b>
04.01	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante
04.02	Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante.
04.03	Suero de mantequilla (de manteca), leche y nata (crema) cuajadas, yogur, kefir y demás leches y natas (cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao.
04.04	Lactosuero, incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante; productos constituidos por los componentes naturales de la leche, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, no expresados ni comprendidos en otra parte.
04.05	Mantequilla (manteca) y demás materias grasas de la leche; pastas lácteas para untar.
04.06	Quesos y requesón.

Nota. (COMEX, 2017, pág. 35).

#### **5.4.1 Aranceles y entidades reguladoras de productos lácteos**

La Organización Mundial de Comercio (2023), menciona que los aranceles son barreras de entrada que desempeñan un doble papel: proteger la producción local y generar ingresos tributarios. En Ecuador, se establecen diferentes tasas arancelarias según el tipo de producto lácteo. A continuación, se detallan las tasas específicas:



**Tabla 11.**

*Tasas arancelarias según tipo de producto lácteo*

Descripción	Arancel%
La mayoría de los productos de este sector.	25%
Para la leche fluida, la leche evaporada y otras leches concentradas o edulcoradas.	54%
la leche condensada, el yogurt y la mantequilla.	30%
Los quesos frescos, las leches modificadas y los helados	20%

Nota. Resolución No. 002-2023 Comité de Comercio Exterior (COMEX, 2023).

Estas tasas arancelarias representan los costos adicionales que deben ser pagados por quienes importan estos productos lácteos a Ecuador y forman parte de las políticas comerciales del país para proteger la producción local y regular las importaciones en la industria láctea.

En Ecuador, existen entidades gubernamentales encargadas de supervisar y regular las mercancías que pueden ser importadas, con el propósito de proteger la integridad y los derechos de los ciudadanos ecuatorianos. Entre las principales agencias involucradas en este proceso se encuentran:

- **AGROCALIDAD:** La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario es responsable de regular y supervisar los productos agropecuarios y pesqueros, que establece requisitos zoonosanitarios y fitosanitarios para garantizar la seguridad alimentaria y la sanidad de los productos importados. (AGROCALIDAD, s.f.)
- **La Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA),** es responsable de regular y supervisar productos relacionados con la salud, como alimentos procesados, medicamentos, dispositivos médicos y otros, para garantizar su calidad y seguridad. (ARCSA, s.f.)
- **Servicio Nacional de Aduana:** La Aduana Nacional del Ecuador es la entidad encargada de controlar y supervisar el comercio internacional, para asegurar el cumplir las regulaciones aduaneras y fiscales en la importación y exportación de mercancías. (SENAE, s.f.)
- **Ministerio de Agricultura y Ganadería:** Este ministerio está involucrado en la regulación de productos agropecuarios, incluyendo carne, productos lácteos y otros productos relacionados con la ganadería y la agricultura.

- Instituto Ecuatoriano de Normalización: es la entidad encargada de asegurar la calidad y seguridad de los productos que se ofrecen a los ciudadanos en el Ecuador. Para cumplir con este objetivo, el Servicio ecuatoriano de Normalización (INEN) establece requisitos técnicos y normativas que deben ser seguidos por los fabricantes, importadores y proveedores. (INEN, s.f.)

Estas agencias trabajan en conjunto para establecer regulaciones, emitir permisos y certificaciones, realizar inspecciones y asegurar que las mercancías importadas cumplan con los estándares de calidad, seguridad y sanidad necesarios para proteger a la población ecuatoriana. Su labor es fundamental para garantizar la integridad de los productos que ingresan al país y para salvaguardar la salud y los derechos de los ciudadanos.

La importación de productos lácteos es un proceso que requiere una serie de permisos para garantizar que los productos cumplen con los estándares de calidad y seguridad alimentaria del país importador. En el caso de Ecuador, estos permisos son emitidos por varias entidades gubernamentales y deben ser obtenidos antes de que los productos puedan ser importados al país (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

De acuerdo con la Resolución No. 102 y la Resolución No. 585 del Comité de Comercio Exterior (COMEX) emitidas en 2020 en Ecuador, los documentos de control previos requeridos para la importación de leche y productos lácteos son los siguientes:

- Licencia de Importación Ganadería Excepto Países de la Comunidad Andina (CAN): Este documento debe ser solicitado al Ministerio de Agricultura y Ganadería y se aplica a la importación de productos ganaderos, incluyendo productos lácteos, provenientes de países que no forman parte de la Comunidad Andina (CAN).
- Permisos Zoosanitarios de Importación: Emitidos por AGROCALIDAD, la Autoridad de Sanidad Agropecuaria, estos permisos establecen los requisitos sanitarios que deben cumplir las mercancías pecuarias, como la leche y productos lácteos, para ingresar a Ecuador. Estos permisos garantizan que los productos cumplen con las normas de sanidad y calidad requeridas.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (Extranjero): Este certificado debe ser emitido por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) en el país de origen de los productos lácteos que se importarán. Este certificado verifica que las instalaciones de fabricación cumplen con las buenas prácticas de manufactura y los estándares de calidad y seguridad establecidos por las autoridades ecuatorianas.
- RTE INEN 076: es un reglamento técnico específico que establece los requisitos que deben cumplir la leche y los productos lácteos derivados de animales bovinos y caprinos. Su propósito principal

es garantizar que estos productos sean seguros para el consumo humano, proteger la salud de los consumidores y evitar prácticas que puedan llevar a confusión, engaño o riesgos para la salud. (INEN, 2014)

Estos documentos son esenciales para garantizar que la importación de leche y productos lácteos cumpla con los requisitos zoonosanitarios, sanitarios y de calidad establecidos por las autoridades ecuatorianas. Los importadores deben seguir los procedimientos y requisitos específicos de cada uno de estos documentos antes de realizar importaciones de estos productos en Ecuador para asegurarse de que se cumplan todas las regulaciones aplicables.

## **5.5 Certificados internacionales**

Las certificaciones internacionales emergen como una estrategia esencial adoptada por las empresas con el fin de mejorar su productividad, conquistar nuevos mercados y generar confianza entre los consumidores.

Estas certificaciones, si bien no son obligatorias en todos los casos, han adquirido un estatus de requisito indispensable para el acceso a ciertos mercados tanto nacionales como internacionales. Al obtener una certificación que respalde la calidad, la seguridad o el cumplimiento de estándares específicos, las empresas no solo mejoran su capacidad para competir en un escenario global, sino que también establecen un estándar de calidad que genera confianza en los clientes y socios comerciales (PRO-ECUADOR, 2013, p. 4).

La adopción de certificaciones internacionales abarca una amplia gama de industrias, desde la alimentación y la tecnología hasta la salud y la sostenibilidad ambiental. Las empresas que buscan conquistar nuevos mercados internacionales encuentran en estas certificaciones un medio eficaz para demostrar su compromiso con la excelencia y la calidad, lo que les otorga una ventaja competitiva significativa.

Se puede concluir que la implementación de estas certificaciones no solo sirve como señales para los importadores de que se ha añadido valor a los productos, sino que también mejoran la percepción general de la empresa. Para los consumidores, la confiabilidad de un producto ya sea en términos de calidad, impacto ambiental o contribución a la comunidad, desempeña un papel crucial en su decisión de compra. Por lo tanto, estas certificaciones no solo benefician a la empresa en términos de competitividad, sino que también fortalecen su imagen y reputación en el mercado. Estas certificaciones no solo refuerzan la calidad de los productos, sino que también refuerzan la confianza del consumidor en un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

- ISO 9001:2015: esta norma es la más utilizada en el mundo que establece los requisitos para un sistema de gestión de calidad efectivo en una organización. Esta medida se utiliza para ayudar a las

empresas y organizaciones a mejorar la calidad de sus productos y servicios, así como para aumentar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa (ISO, 2015).

- *Business Alliance for Secure Commerce*: es un sistema de gestión de seguridad y logística que se centra en garantizar la integridad y seguridad de las cadenas de suministro internacionales. (BASC, 2021)
- La *certificación Forest Stewardship Council (FSC)*: es un sistema internacional de certificación que garantiza la gestión responsable y sostenible de los bosques y la cadena de suministro de productos forestales. FSC es una organización sin fines de lucro que promueve prácticas forestales ambientalmente responsables, socialmente beneficiosas y económicamente viables (FSC, s.f.).
- *International Standardization Organization (ISO) 14001*: Es un estándar internacional que define los requisitos para establecer y mantener un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) en una organización. Su principal objetivo es ayudar a las empresas y organizaciones a administrar de manera efectiva sus aspectos ambientales y mejorar su desempeño ambiental de manera constante y sostenible (Organización Internacional de Normalización, 2015).
- ISO 26000: Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en la sostenibilidad empresarial. La Norma ISO 26000 fue desarrollada por la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2010). A diferencia de otras normas ISO que establecen requisitos específicos para sistemas de gestión, como la ISO 9001 para la gestión de calidad o la ISO 14001 para la gestión ambiental, la ISO 26000 es una norma de orientación. Proporciona directrices sobre cómo las organizaciones pueden operar de manera socialmente responsable y abordar temas de RSE.

## 5.6 Metodología

En esta investigación, se emplea una metodología descriptiva y explicativa. Esta elección se basa en el objetivo principal de comprender ¿cómo las empresas en el sector lácteo aplican la responsabilidad social y en qué medida utilizan certificaciones para importar productos relacionados? Para ello, se adopta un enfoque cualitativo para analizar las medidas que las empresas del sector lácteo implementan en sus procesos de importación, por lo que se busca describir de manera detallada las prácticas de RSC.

Se emplea una lista de cotejo, la cual se hace referencia en la introducción, para obtener información específica sobre las políticas, estrategias y prácticas de RSC, que permite una visión precisa de las prácticas existentes, aborda además aspectos clave como la gestión ambiental; transparencia; cumplimiento normativo y relación con las comunidades locales. Para ello, el estudio se hace en 8 empresas representativas de este sector cuya selección ya fue expuesto anteriormente.

## 5.7 Análisis de Resultados

El sector lácteo en Ecuador desempeña un papel fundamental en la economía y nutrición de los ecuatorianos. La producción y comercialización de productos lácteos han experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, sin embargo, este sector también enfrenta desafíos considerables relacionados con la sostenibilidad; calidad y competitividad en el mercado nacional e internacional.

En este ámbito, es evidente que muchas empresas han realizado inversiones significativas en la adquisición de maquinaria específicamente diseñada para las etapas de producción y envasado de sus productos. Además de esto, han adquirido diversos insumos y materias primas esenciales para la elaboración de productos finales. Estas inversiones son de vital importancia, ya que desempeñan un papel fundamental en la garantía de calidad de productos que finalmente llegan a manos de consumidores.

La responsabilidad social es de gran importancia en el sector lácteo, ya que influye en la ética; sostenibilidad; y calidad en la cadena de suministro, incluyendo procesos de importación. Asegurar prácticas justas; respeto ambiental, y productos de calidad es esencial para fortalecer la industria y ganar la confianza de los consumidores.

### Tamaño de Empresas Relacionadas a la industria láctea

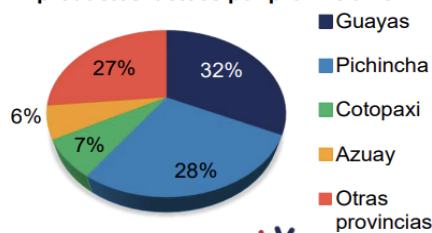
En la presente investigación se detallan datos del sector lácteo de exportaciones e importaciones durante el periodo 2020-2022.

**Tabla 12.**

*Empresas del sector lácteo por tamaño*

Tamaño de empresa	# Empresas 2021	# Empleados 2021
Grande	16	3,579
Mediana	15	347
Pequeña	28	264
Microempresa	50	253
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>4,443</b>

**Participación (%) del # de empresas dedicadas a la elaboración de productos lácteos por provincia 2021**



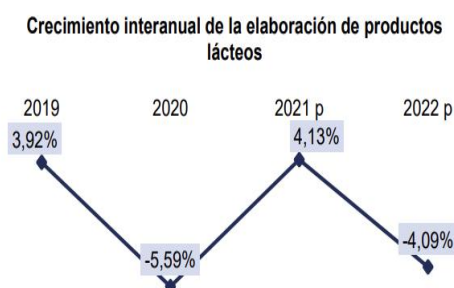
Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaborado por: Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios

En lo que respecta a actividades relacionadas con la elaboración de productos lácteos, se contabiliza un total de 109 empresas en este sector. Es relevante señalar que Guayas y Pichincha destacan como provincias principales donde se localizan estas empresas, representan 32% y 28% del total, respectivamente. Estos datos subrayan la notable presencia de la industria láctea en estas dos regiones, la cual depende de diversos factores, como: infraestructura; disponibilidad de recursos; demanda del mercado, que han contribuido a la consolidación como líderes en la producción de productos lácteos.

Entre los años 2019 a 2022, se ha observado una fluctuación significativa en el Producto Interno Bruto (PIB), en el sector de elaboración de productos lácteos. Esta variación se caracteriza por un patrón de aumento y disminución a lo largo de estos años, lo que indica un crecimiento interanual en la producción de productos lácteos.

**Tabla 13.**  
*PIB del Sector*

Año	Elaboración de productos lácteos (MM \$ de 2007)	PIB Total (MM \$ de 2007)	Participación PIB
2018	242.96	71,871	0.34%
2019	252.49	71,879	0.35%
2020	238.37	66,282	0.36%
2021 p	248.21	68,661	0.36%
2022 p	238.07	70,944	0.34%



Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaborado por: Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios

En particular, el año 2022 destacó con un registro de \$238.07 MM en Valor Agregado Bruto (VAB) en el sector lácteo, lo que representó una contribución del 0.34% al PIB Total del país. Esta cifra resalta la importancia de la industria láctea en la economía, ya que su capacidad de generar valor y contribuir al PIB es un indicador clave de su influencia en el desarrollo económico del país. A pesar de las fluctuaciones observadas en los años anteriores, el sector de elaboración de productos lácteos constituye un pilar sólido en la economía ecuatoriana, con capacidad para adaptarse y mantener una contribución significativa a lo largo del tiempo

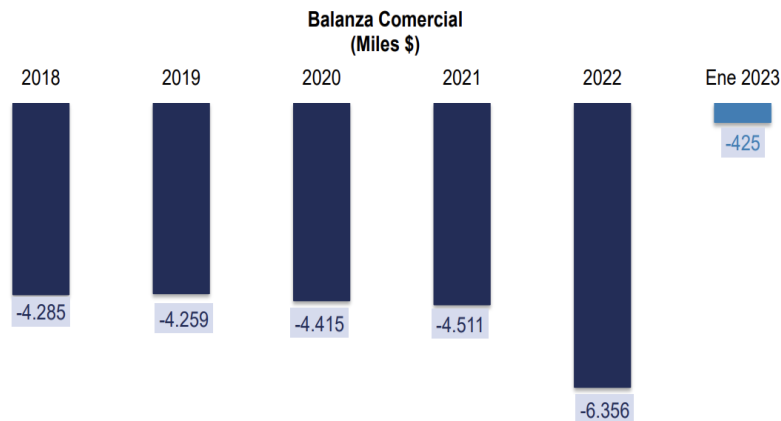
### 5.7.1 Balance Comercial

De acuerdo con el informe de la Corporación Financiera Nacional B.P. (Ficha Sectorial leche y sus derivados, 2023), este sector se enfrenta a un desequilibrio en su balanza comercial, lo que se traduce en

que las importaciones superan en cantidad y valor a las exportaciones. Este desequilibrio en la balanza comercial es un indicador importante de la dinámica económica de la industria.

**Figura 55.**

*Balanza comercial del sector lácteo*



Nota: (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaborado por: Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios

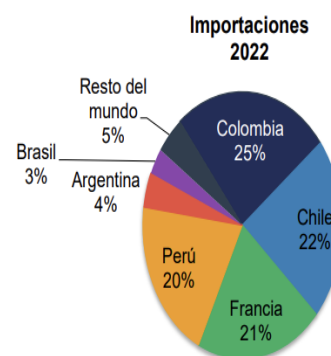
El año 2022, se destacó por un aumento significativo en la actividad comercial, las importaciones de productos lácteos alcanzaron un valor FOB de \$7.692.650,00. En contrapartida, las exportaciones correspondientes a ese mismo año fueron de \$1.810.320,00. Cabe señalar que esta dinámica de déficit en la balanza comercial se ha mantenido desde el año 2018, cuando las importaciones superan las exportaciones, surgen implicaciones en la economía del país. Principalmente, este desequilibrio puede llevar a una reducción en la capacidad de la nación para generar ingresos a través de las exportaciones, lo cual es esencial para mantener un equilibrio y garantizar la estabilidad financiera a nivel nacional.

### 5.7.2 Participaciones de los países de origen de las importaciones

Durante el año 2022, las importaciones de leche y productos lácteos en Ecuador presentaron una distribución geográfica significativa. Colombia destacó como el principal proveedor, con una sólida participación del 25% en el mercado ecuatoriano. La proximidad geográfica de Colombia a Ecuador y su presencia en el comercio regional lo convierten en un socio comercial natural para el suministro de productos lácteos.

**Tabla 14.***Importaciones*

Área Económica Origen	2018	2019	2020	2021	2022	Ene 2023
Colombia	556.28	754.64	810.65	505.77	1,942.26	51.29
Chile	2,441.27	2,400.83	2,030.87	3,191.26	1,708.53	151.39
Francia	511.13	603.58	1,087.55	1,112.29	1,587.87	98.53
Perú	404.09	181.30	279.36	718.87	1,531.22	0.00
Argentina	120.00	175.31	238.66	265.81	323.92	13.90
Brasil	0.00	0.00	156.62	118.42	244.06	69.63
Resto del mundo	259.04	452.55	321.13	408.46	354.80	52.52
<b>Total</b>	<b>4,291.81</b>	<b>4,568.21</b>	<b>4,924.83</b>	<b>6,320.88</b>	<b>7,692.65</b>	<b>437.26</b>



Nota: (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaborado por: Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios

En segundo lugar, Chile representó el 22% de las importaciones de productos lácteos, lo que refleja la importancia de las relaciones comerciales entre ambos países y la calidad de los productos lácteos chilenos en el mercado ecuatoriano. Francia ocupó el tercer lugar, con una participación del 21%. La presencia de productos lácteos franceses en el mercado ecuatoriano subraya la importancia de la calidad y variedad que estos productos ofrecen a los consumidores locales. Estos datos revelan una diversificación en las fuentes de suministro de productos lácteos en Ecuador y destacan la importancia de mantener relaciones comerciales sólidas con estos países para satisfacer la demanda del mercado y garantizar la disponibilidad de productos lácteos de alta calidad.

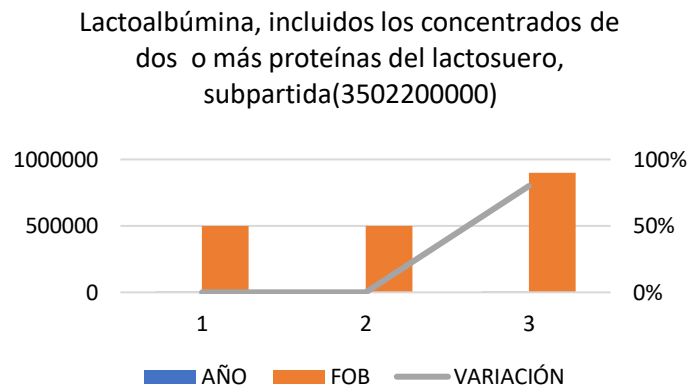
### 5.7.3 Importaciones de la Industria Láctea

En esta sección, se analiza las importaciones que las empresas efectúan para la elaboración de productos lácteos, ya sea como ingredientes fundamentales o envases destinados a contener el producto final. Los datos utilizados para este análisis abarcan el período comprendido entre 2020 y 2022 (Banco Central del Ecuador, 2023). Según Layman DK (2018), la lactoalbúmina desempeña un papel fundamental en la industria láctea. Se trata de una proteína de alto valor biológico presente en la leche, y su aplicación va más allá de su valor nutricional. En la industria láctea, se utiliza en procesos de emulsificación, gelificación y estabilización de productos lácteos como yogures y quesos. Además, se ha convertido en un ingrediente esencial en la formulación de productos de nutrición deportiva y suplementos dietéticos.



**Figura 56.**

*Proyección de Importación Lacto albúmina*

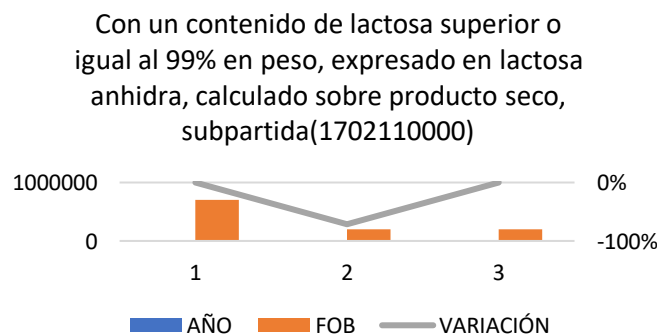


Nota: (Banco Central del Ecuador, 2023), elaboración propia

Los datos de importación de lacto albúmina revelan un patrón interesante. En el año 2020, las importaciones alcanzaron un valor FOB de \$500,000. En 2021, este valor se mantuvo sin variación. Sin embargo, en 2022, las importaciones aumentaron significativamente a \$900,000, lo que, representa un incremento del 80%. Esta tendencia sugiere un crecimiento en la demanda de este insumo en la industria, lo que podría estar relacionado con su versatilidad y aplicaciones en la producción de productos lácteos y suplementos dietéticos. La lactosa anhidra, un disacárido presente en la leche, es un compuesto de interés en la industria alimentaria. Se obtiene mediante la eliminación del agua de la lactosa, lo que la convierte en un ingrediente ampliamente utilizado en la fabricación de alimentos y productos lácteos debido a su capacidad para mejorar la textura, sabor y propiedades de los productos finales. Su versatilidad y aplicaciones la hacen esencial en la formulación de productos lácteos y nutricionales.

**Figura 57.**

*Proyección de importación de lactosa anhidra*

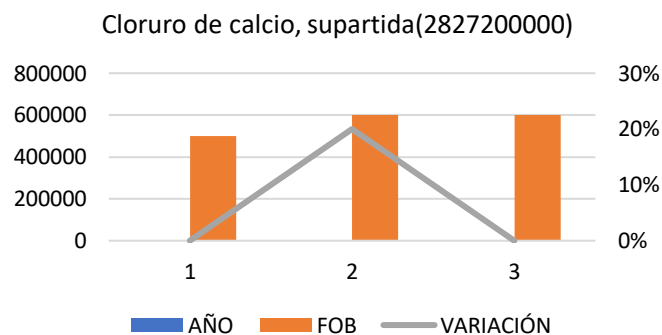


Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaboración propia

Los datos de importación de lactosa anhidra muestran una tendencia interesante. En el año 2020, el valor FOB fue de \$700,000. Sin embargo, en 2021, hubo una drástica disminución, con un valor de \$200,000 y una variación negativa del -71%. Esta caída podría estar relacionada con factores del mercado o la disponibilidad del producto. En 2022, el precio se mantuvo sin cambios significativos, con un registro FOB de \$200,000, lo que indica una estabilización en la obtención de este insumo. El cloruro de calcio, según Justyna Tarapata (2020), es una sustancia química con aplicaciones relevantes en la industria alimentaria y láctea. Es ampliamente utilizado como coagulante en la producción de quesos, contribuyendo a la formación y textura de estos. Además, se emplea como agente mineralizante en el procesamiento de productos lácteos. Su influencia en la calidad y funcionalidad de los productos lácteos lo convierte en un componente esencial en la fabricación de productos finales.

**Figura 58.**

*Proyección de importación de Cloruro de calcio*



Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaboración propia

Los datos de importación del cloruro de calcio revelan un patrón interesante. En el año 2020, el valor FOB fue de \$500,000. Luego, en 2021, experimentó un aumento del 20% con un FOB de \$600,000. Sin embargo, en 2022, el precio se mantuvo estable en \$600,000, con una variación del 0%. Esta tendencia sugiere una demanda constante de este compuesto químico en la industria, respaldada por su importancia en la producción de productos lácteos y alimentos.

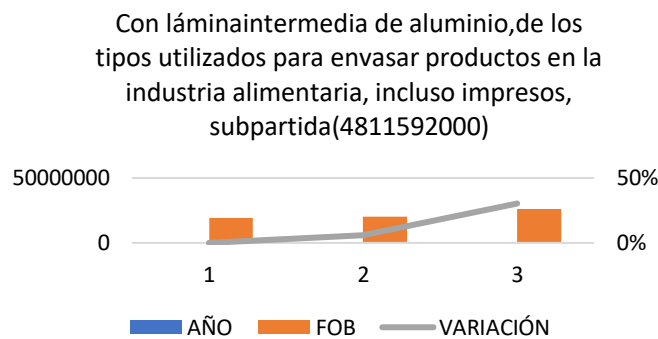
La importación de envases Tetra Pak en la industria de productos lácteos, según Gonzalo Martínez Barrera (2023), desempeña un papel crítico en la preservación, distribución y comercialización de estos productos. Tetra Pak, una compañía líder en la fabricación de envases asépticos, ofrece soluciones innovadoras que garantizan la frescura y la calidad de los productos lácteos durante su vida útil. Esta tecnología de envasado es especialmente relevante para la industria láctea, ya que, muchos de sus productos son perecederos y requieren una conservación adecuada.

Estos envases son conocidos por su capacidad de extender la vida útil de los productos lácteos sin necesidad de refrigeración, lo que reduce los costos logísticos y el desperdicio de alimentos. Además, estos contenedores son respetuosos con el medio ambiente, ya que son reciclables y utilizan menos recursos en su fabricación en comparación con otros envases.

Por ende, los envases Tetra Pak en la industria láctea es esencial para garantizar que los productos lleguen a los consumidores en condiciones óptimas. La eficiencia y la sostenibilidad de estos envases contribuyen al éxito de la industria al permitir la exportación de productos lácteos a mercados internacionales, donde la calidad y la seguridad son fundamentales.

**Figura 59.**

*Proyección de importación de tetra pack*



Nota. (Banco Central del Ecuador, 2023). Elaboración propia

Los datos de importación de envases Tetra Pak muestran una tendencia notable. En el año 2020, el valor FOB fue de \$19,000,000, lo cual indica, una demanda inicial de estos envases en la industria de productos lácteos. Luego, en 2021, se observó un aumento del 6%, con un valor FOB de \$20,100,000, lo que refleja un crecimiento en la importación de estos envases.

Sin embargo, el año 2022 marcó un incremento significativo, con un valor FOB de \$26,200,000 y una variación del 30%. Esta cifra indica un aumento sustancial en la importación de envases Tetra Pak, lo que podría estar relacionado con el crecimiento de la industria láctea y su enfoque en la sostenibilidad ambiental.

Este aumento en la importación de envases Tetra Pak refleja la importancia de estos envases en la preservación y distribución de productos lácteos y su contribución al cumplimiento de objetivos de sostenibilidad. La tendencia al alza sugiere un compromiso creciente de la industria láctea con la sostenibilidad y la calidad de los productos.

## **Análisis FODA**

### Fortalezas

- **Compromiso con la sostenibilidad:** El sector lácteo tiene la capacidad de promover prácticas agrícolas y ganaderas sostenibles, lo que es coherente con los principios de RSC.
- **Impacto en las comunidades locales:** Las empresas lácteas a menudo tienen una presencia arraigada en áreas rurales, lo que les brinda la oportunidad de generar un impacto social positivo, como la creación de empleo y el apoyo a las comunidades locales.
- **Calidad y seguridad alimentaria:** La RSC en el sector lácteo puede garantizar la producción de alimentos de alta calidad y seguros, lo que es esencial para la salud pública y la reputación de la industria.

### Oportunidades

- **Crecimiento en la demanda de productos sostenibles:** La creciente preferencia del consumidor por productos lácteos sostenibles y éticos crea oportunidades de mercado para las empresas comprometidas con la RSC.
- **Colaboración con partes interesadas:** La RSC permite establecer relaciones sólidas con partes interesadas, como agricultores locales, organizaciones ambientales y gobiernos, lo que puede abrir nuevas oportunidades de desarrollo y comercialización.
- **Innovación y diferenciación:** La inversión en prácticas más sostenibles y éticas puede conducir a la innovación en productos y procesos, lo que puede aumentar la competitividad en el mercado.

### Debilidades

- **Costos adicionales:** La implementación de prácticas de RSC puede generar costos adicionales, como inversiones en tecnología y formación, lo que puede afectar la rentabilidad.
- **Cumplimiento regulatorio y estándares:** Las empresas deben cumplir con regulaciones y estándares rigurosos en términos de sostenibilidad y seguridad alimentaria, lo que puede requerir una gestión adicional y aumentar los costos.
- **Reputación vulnerable:** La falta de compromiso con la RSC puede llevar a problemas de reputación y a la pérdida de la confianza de los consumidores y partes interesadas.

## Amenazas

- Escándalos y crisis de sostenibilidad: Las empresas lácteas pueden enfrentar amenazas significativas si se ven envueltas en escándalos relacionados con la producción animal, el uso de recursos naturales o la contaminación ambiental.
- Competencia y sustitutos: La competencia de productos sustitutos, como las alternativas lácteas basadas en plantas, puede amenazar la posición del sector lácteo tradicional.
- Cambio climático: El cambio climático puede afectar la disponibilidad de recursos naturales, como el agua y los pastizales, lo que presenta amenazas para la sostenibilidad del sector lácteo.

### **5.8 Lista de cotejo Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector lácteo**

Esta herramienta se utiliza comúnmente en la investigación y la evaluación, ya que proporciona una estructura sistemática para verificar y cuantificar el cumplimiento de los criterios establecidos. Al seguir los parámetros definidos en la ISO 26000 se evalúa a las empresas de manera coherente y en consonancia con los estándares internacionales en esta norma. La utilización de fuentes de páginas web como medio para obtener información es una estrategia relevante en la era de la información y la comunicación. Sin embargo, es crucial que las fuentes sean confiables y de alta calidad, ya que la integridad de la información es fundamental para la evaluación.

Por ende, la escala de calificación establecida, va desde "siempre" hasta "nunca," junto con la asignación de puntos, permite cuantificar y comparar el desempeño de las empresas de manera objetiva. Esta escala brinda una herramienta efectiva para destacar las diferencias en el cumplimiento de los criterios de RSE entre las empresas evaluadas. En el contexto de la investigación, se aplicó la lista de cotejo a un subconjunto de las empresas seleccionadas en la muestra del sector lácteo. La muestra consistió en un total de 30 empresas obtenidas del Banco Central del Ecuador. Sin embargo, debido a la escasez de información disponible sobre estas empresas, en gran parte debido a la falta de presencia en línea o de medios que ofrezcan información detallada sobre sus operaciones, no fue posible aplicar la lista de cotejo a todas las empresas de la muestra.

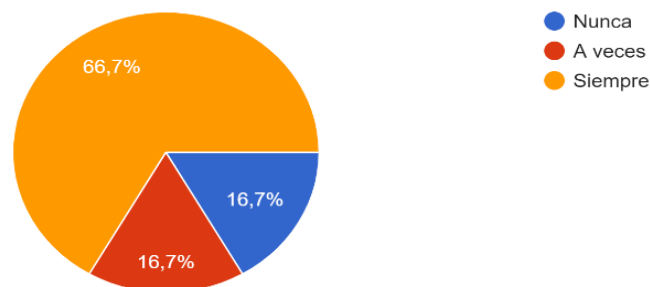
Por lo tanto, se optó por trabajar con un subconjunto de 6 empresas que operan en el sector del Guayas. Estas empresas proporcionaron información relevante que permitió completar la lista de cotejo y obtener resultados significativos para la investigación. La limitación en la disponibilidad de información sobre las empresas restantes en la muestra plantea una problemática importante para el estudio, ya que la evaluación de las prácticas empresariales relacionadas con la RSC requiere acceso a datos concretos. La falta de

información puede deberse a varias razones, como la falta de presencia en línea, la falta de divulgación de datos o la falta de interés en la RSC por parte de algunas empresas.

A pesar de esta limitación, el enfoque en las 6 empresas del Guayas que proporcionaron información relevante es una estrategia adecuada para avanzar en la investigación. Esta selección permitirá obtener datos concretos sobre prácticas de RSC en el sector lácteo, lo que aportará información valiosa para el estudio.

**Figura 60.**

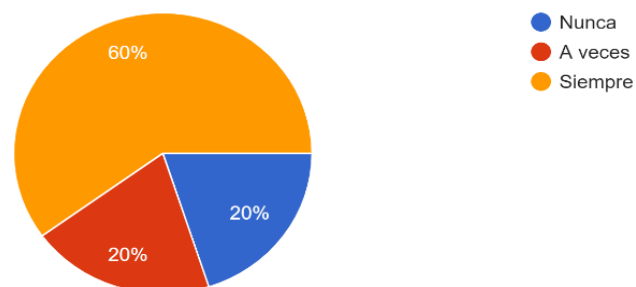
*Gobernanza de la organización*



El análisis detallado revela que un considerable 67.7% de las empresas se comprometen activamente a impulsar estrategias y objetivos de RSC. En contraste, un 16.7% implementa estas prácticas de manera intermitente, mientras que el restante no lo hace. Este panorama subraya la relevancia creciente de la RSC en el sector, pero también destaca la necesidad de mayor compromiso por parte de algunas empresas para fortalecer su impacto social y sostenibilidad.

**Figura 61.**

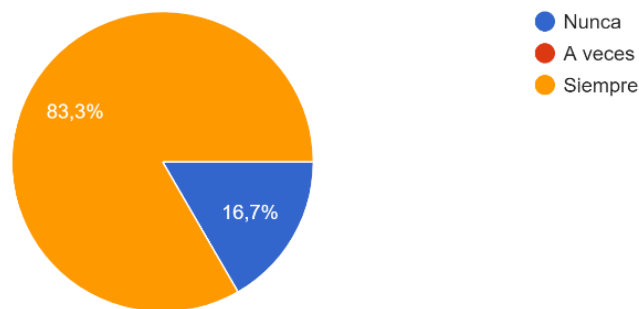
*La empresa tiene una cultura de RSC*



La investigación evidencia que el 60% de las empresas encuestadas han cultivado una sólida cultura de RSC. Contrariamente, un 20% practica la RSC de manera ocasional sin un compromiso profundo, y otro 20% no incorpora prácticas de responsabilidad social en sus operaciones. Esta diversidad en las respuestas resalta la necesidad de fomentar una mayor adopción y compromiso con la RSC, a través de la promoción de prácticas empresariales sostenibles y éticas en el sector.

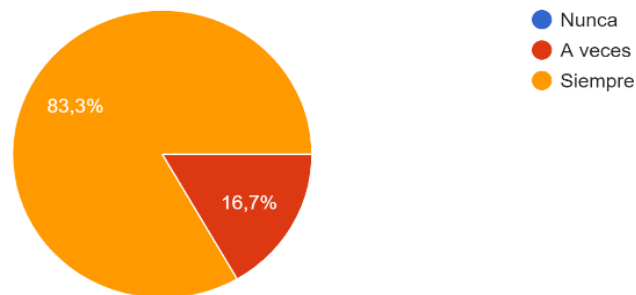
**Figura 62.**

*Transparencia en la toma de decisiones*



**Figura 63.**

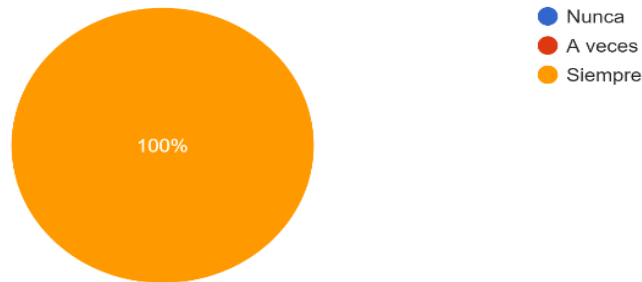
*Mecanismos de reclamación para denuncia de abusos*



La investigación detalla que un sólido 83.3% de las empresas cuenta con mecanismos de reclamación, ofrece a los *stakeholders* la posibilidad de denunciar posibles abusos y demandar compensación. Sin embargo, el 16.7% restante no ha implementado estos mecanismos, lo que, señala la necesidad de fortalecer la estructura para garantizar una participación activa y justa de los involucrados, así como para mejorar la transparencia y responsabilidad en el sector.

**Figura 64.**

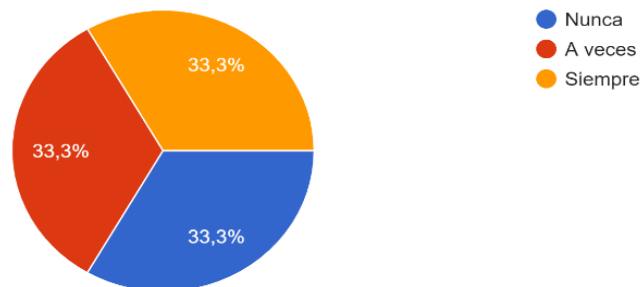
*Igualdad de oportunidades, no discriminación, trabajo forzoso e infantil*



Con un compromiso absoluto, garantiza la igualdad de oportunidades, prohíbe la discriminación y previene tanto el trabajo forzoso como el infantil. Este enfoque integral demuestra una firme adhesión a prácticas éticas y laborales, establece un estándar ejemplar para el respeto de los derechos humanos y la promoción de condiciones laborales justas en el sector. Este compromiso universal subraya la importancia atribuida a valores fundamentales y refuerza la reputación positiva de las empresas en términos de responsabilidad social.

**Figura 65.**

*Compromiso para cumplir con los Derechos Humanos*

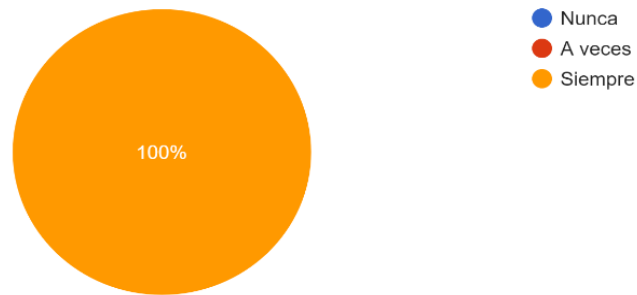


Un notable 33.3% de las empresas ejerce una influencia activa en el comportamiento de terceros para asegurar la satisfacción de los derechos humanos. Sin embargo, otro 33.3% no aplica esta influencia de manera consistente, mientras que el restante no la aplica en absoluto. Esta variabilidad subraya la necesidad de fomentar una mayor colaboración y compromiso en la promoción de los derechos humanos en todas las fases de la cadena de suministro, promueve prácticas sostenibles y éticas en el sector empresarial.



**Figura 66.**

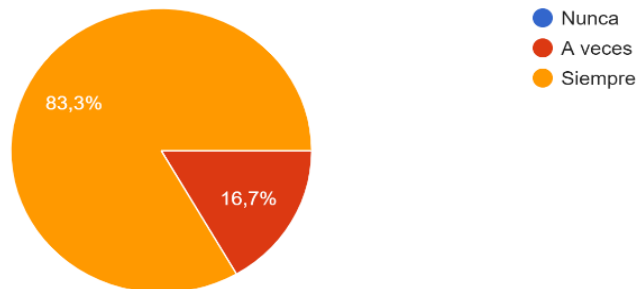
*Capacitación al personal*



La totalidad de las empresas, con un compromiso inquebrantable, proporciona formación continua a sus colaboradores mediante el acceso al conocimiento y la información. Esta iniciativa respalda el desarrollo profesional y personal de los empleados, promueve un entorno de trabajo educativo y fomenta el crecimiento individual. Este compromiso integral no solo fortalece las habilidades y competencias del equipo, sino que también contribuye a la construcción de una cultura organizacional que valora el aprendizaje y la excelencia.

**Figura 67.**

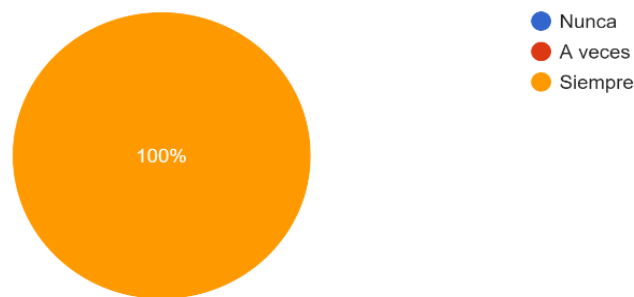
*Bienestar integral de los trabajadores*



El 83,3% de las empresas, proactivamente promueve el bienestar integral de sus empleados, abarca aspectos mentales, físicos y sociales. No obstante, para el 16,7%, la información disponible no permite confirmar la aplicación plena de estas prácticas. Este dato destaca la necesidad de una mayor transparencia y documentación para evaluar exhaustivamente el compromiso de todas las empresas con la salud y el bienestar de su fuerza laboral.

**Figura 68.**

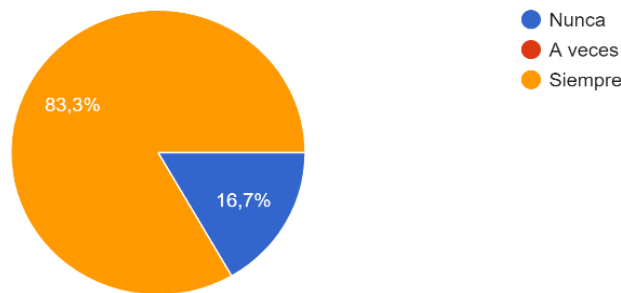
*Condiciones laborales justas*



El 100% de las empresas, se compromete a garantizar condiciones laborales justas para sus empleados. Este compromiso integral refleja un enfoque ético y equitativo en el trato hacia la fuerza laboral, además, refuerza la importancia de valores fundamentales en el ámbito empresarial. La garantía de condiciones laborales justas no solo respalda el bienestar de los empleados, sino que también contribuye a una cultura organizacional que valora la equidad y la responsabilidad social.

**Figura 69.**

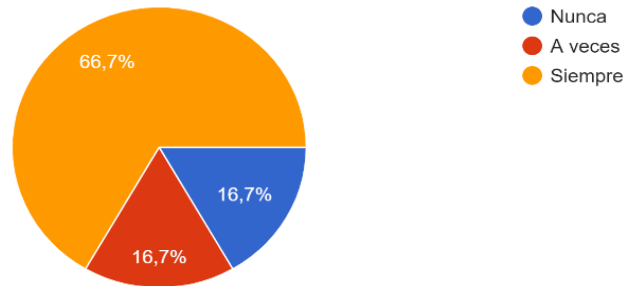
*Cuidado del medio ambiente*



Una considerable mayoría, el 83.3% de las empresas, implementa activamente medidas para prevenir la generación de agentes contaminantes. En contraste, el 16.7% carece de un programa de prevención ambiental identificado. Esta distinción subraya la importancia de fortalecer las prácticas sostenibles en el sector, lo cual insta a una mayor adopción de estrategias ecológicas para mitigar el impacto ambiental y contribuir al desarrollo sostenible.

**Figura 70.**

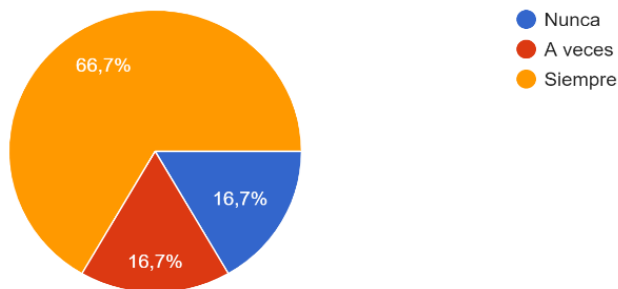
*Prevención de impacto negativo de actividades*



Un 66.7% de empresas se dedica activamente a revertir el impacto negativo de sus actividades, lo que refleja un compromiso significativo con la sostenibilidad. Sin embargo, un 16.7% lo hace de manera intermitente, mientras que el resto no implementa medidas de reversión. Esta diversidad de enfoques subraya la necesidad de una mayor conciencia ambiental y adopción generalizada de prácticas que contrarresten impactos negativos, para promover un sector más ecológico y responsable.

**Figura 71.**

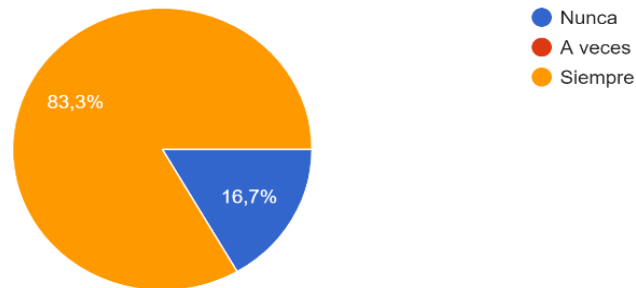
*Disminución de recursos no renovables*



Un significativo 66.7% de las empresas adopta innovaciones tecnológicas para reducir el uso de recursos no renovables. Contrariamente, el 16.7% carece de la tecnología adecuada para mejorar la eficiencia en la utilización de recursos, y el restante no posee estas tecnologías. Esta diversidad resalta la importancia de invertir en tecnologías sostenibles para optimizar el uso de recursos y promover prácticas empresariales más eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

**Figura 72.**

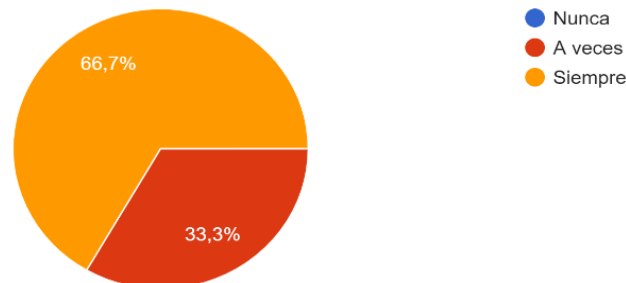
*Fomenta la anticorrupción entre sus empleados*



Una sólida mayoría, el 83.3% de las empresas, impulsa activamente la educación del personal sobre comportamientos anticorrupción. En contraste, el 17.7% no incorpora esta práctica educativa. Esta distinción destaca la necesidad de fortalecer los programas de formación para prevenir la corrupción, y destaca, la importancia de una cultura organizacional ética y transparente en el sector empresarial.

**Figura 73.**

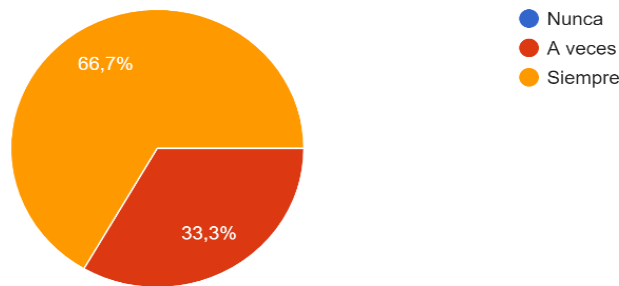
*Comportamiento ético en la relación con otras organizaciones*



El 67.7% de empresas establece asociaciones con entidades socialmente responsables, lo que demuestra un compromiso con la sostenibilidad. En contraposición, el 33.3% opta por no establecer estas asociaciones. Este panorama resalta la relevancia de colaboraciones estratégicas para impulsar prácticas empresariales responsables, señala, además, la necesidad de fomentar la cooperación entre empresas y entidades comprometidas con la responsabilidad social corporativa.

**Figura 74.**

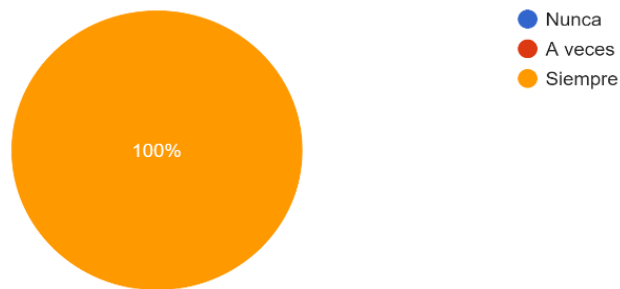
*Información del producto al consumidor*



El 66.7% de las empresas se compromete a proporcionar de manera integral toda la información necesaria sobre sus productos a los consumidores. En contraste, el 33.3% restante no cumple con este estándar, lo que sugiere la necesidad de mejorar las prácticas de divulgación. Esta distinción resalta la importancia de la transparencia para generar confianza y satisfacción del consumidor, un aspecto crucial en la construcción de relaciones sólidas en el mercado.

**Figura 75.**

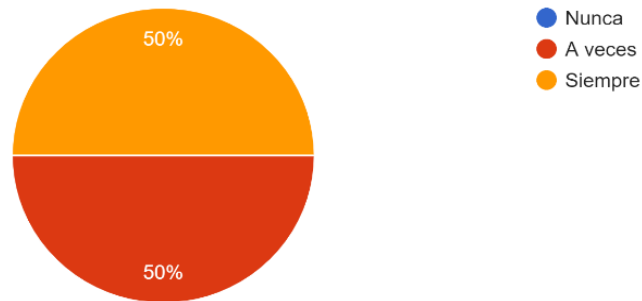
*Productos y servicios seguros y saludables*



Esta variable reviste gran importancia, ya que el 100% de empresas se compromete a proporcionar productos y servicios que cumplen con altos estándares de seguridad y salud. Este compromiso subraya la prioridad que estas empresas otorgan a la integridad y bienestar del consumidor, genera confianza y fortalece la reputación del sector en términos de responsabilidad y calidad.

**Figura 76.**

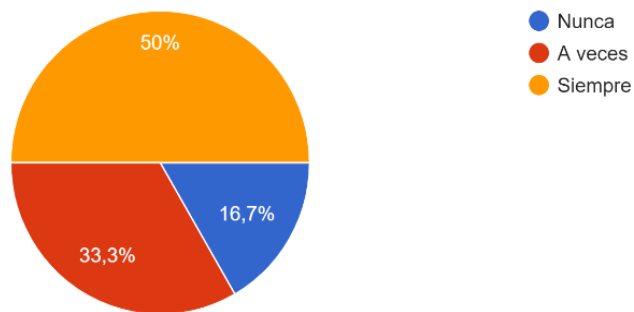
*Comunicación bilateral con consumidores*



Es esencial que las empresas faciliten comunicación bidireccional con sus consumidores, ya que promueve la retroalimentación que contribuye a mejorar tanto los productos como la percepción de la empresa. El 50% de empresas incorpora activamente esta práctica, mientras que el resto no lo hace de manera consistente. Fomentar la comunicación abierta puede ser clave para fortalecer la relación con los consumidores y adaptarse a sus necesidades.

**Figura 77.**

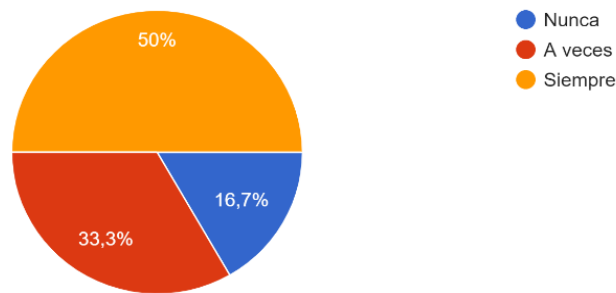
*Participación y ayuda a la comunidad*



La participación y apoyo a instituciones o grupos sociales necesitados, no solo forja una destacable imagen empresarial, sino que también contribuye al progreso social. La mitad de empresas participa activamente en estas iniciativas, 33,3% lo hace de manera intermitente, mientras que el 16,7% opta por no participar. Estas acciones resaltan compromiso social y contribución significativa al bienestar comunitario, factores valorados en el entorno empresarial actual.

**Figura 78.**

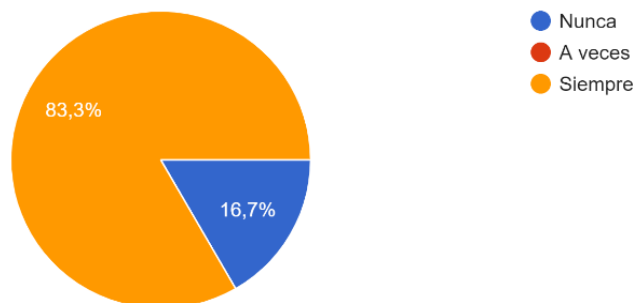
*Campañas en pro de grupos vulnerables*



La mitad de empresas son proactivas en beneficio de grupos vulnerables en la sociedad, lo cual refleja un compromiso constante con la responsabilidad social. En contraste, el 33.3% ejecuta estas campañas de manera intermitente, y no hay registro de que el 16.7% restante cumpla con esta actividad. Este análisis subraya la diversidad de enfoques en la contribución social y destaca la necesidad de una participación más constante para maximizar el impacto positivo en la comunidad.

**Figura 79.**

*Promoción de la salud y calidad de vida*



Las empresas suelen centrarse en actividades que promueven la salud y mejoran la calidad de vida, especialmente enfocándose en la nutrición y los beneficios que estos aportan para la salud que son los productos lácteos. A través de campañas en redes sociales, se evidencia el esfuerzo de las empresas por transmitir el compromiso con el bienestar de sus consumidores. Los resultados indican que un significativo 83.3% de las empresas desarrolla activamente estas iniciativas, mientras que el 16.7% no muestra evidencia de fomentarlas. Este enfoque refleja la relevancia de promover estilos de vida saludables y conectar con la comunidad a través de prácticas responsables.

## 5.9 Conclusiones y Recomendaciones

La RSE desempeña un papel crucial en el entorno empresarial actual. Al adoptar prácticas éticas, sostenibles y transparentes, las empresas no solo cumplen con su deber social, sino que también construyen una sólida reputación y generan confianza entre los *stakeholders*, estas buenas prácticas impulsan una imagen confiable de la empresa, contribuye al desarrollo sostenible, promueve la equidad social y fortalece las relaciones con empleados, clientes y comunidades. En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad y la ética, la RSE se convierte en un motor de innovación, eficiencia y resiliencia empresarial.

La investigación se enfocó en analizar las prácticas de responsabilidad social en la gestión de procesos de importación de empresas del sector lácteo en la provincia del Guayas durante 2020-2022. Los resultados obtenidos proporcionaron una visión precisa y detallada de la situación, identificando tanto las prácticas positivas como las áreas que requieren mejoras.

Se recomienda fomentar la colaboración con organizaciones externas, promover estrategias de responsabilidad social a lo largo de la cadena de suministro, incentivar la participación activa en proyectos comunitarios, establecer mecanismos efectivos de retroalimentación de los *stakeholders*, e implementar un sistema de monitoreo continuo para evaluar el impacto de las prácticas de responsabilidad social. Estas propuestas buscan impulsar un cambio positivo en la cultura organizacional y operativa de las empresas del sector lácteo, mediante la promoción de prácticas éticas, sostenibles y transparentes en sus procesos de importación.

## 5.10 Referencias Bibliográficas

AGROCALIDAD. (s.f.). *AGROCALIDAD*. Recuperado el 3 de 10 de 2023, de <https://www.agrocalidad.gob.ec/mision-vision/#:~:text=La%20Agencia%20de%20Regulaci%C3%B3n%20y,calidad%20de%20vida%20de%20los>

ALADI. (s.f.). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023, de <https://www2.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/vbusqueda/EA5CFA0AA49033C5032574A2005C1EDF>

Araque, G. A., Ospina, M. C., Vega, L., & Rivera, G. (25 de 11 de 2017). RETOS Y TENDENCIAS ACTUALES EN LA LOGÍSTICA INVERSA CON ENFOQUE EN INGENIERÍA INDUSTRIAL. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/129/1292384006/1292384006.pdf>



Archie B, C. (8 de 1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48. Obtenido de [www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G)

ARCSA. (s.f.). *CONTROL SANITARIO*. Recuperado el 3 de OCTUBRE de 2023, de <https://controlsanitario.gob.ec/arcsa-una-institucion-que-mejora-continuamente-su-servicio-de-atencion-al-usuario/>

Banco Central del Ecuador. (2021). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/comercio-exterior>

Banco Central del Ecuador. (2023). *Coporación Financiera Nacional B.P.* Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-1-trimestre/Ficha-Sectorial-Leche-y-Derivados.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2023). *Estadísticas del Comercio Exterior*. BCE.

BASC. (2021). *CERTIFICACIÓN BASC*. Obtenido de <https://www.wbasco.org/es/certificacion/certificacion-basc>

COMEX. (2017). *RESOLUCIÓN NO. 020-2017*. Obtenido de [casadellibro.com/libros/ingenieria/industrias/industrias-alimentarias/119012001](http://casadellibro.com/libros/ingenieria/industrias/industrias-alimentarias/119012001)

COMEX. (2020). *AGROCALIDAD*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/16-JUNIO-2020-Requisitos-importacio%CC%81n.pdf>

COMEX. (2023). *RESOLUCIÓN No. 002-2023*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/Resolucio%CC%81n-002-2023.pdf>

COMEX, R. D. (2017). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Resolucio%CC%81n-001-2017.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

*Comité De Comercio Exterior*. (2013). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCION-102.pdf>

COPCI. (2022). *REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL*. Ecuador.

Corporación Financiera Nacional B.P. (2023). *FICHA SECTORIAL LECHE Y SUS DERIVADOS*. CFN.

Esparza, Á. A. (2022). España: Parafino.

FAO. (2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023, de <https://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/dairy-development/es/>

FSC. (s.f.). *Certificación Gestión Forestal*. Obtenido de <https://es.fsc.org/es-es/certificacion-gestion-forestal>

García-Arca, e., Riveiro-Sanromán, S., González-Boubeta, I., & Prado-Prado, J. C. (2022). RACIONALIZACIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES EN CADENAS DE SUMINISTRO SOSTENIBLES. UN ESTUDIO DE CASO EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN. *Dirección y Organización* 77, 40-51. Obtenido de <https://revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/623/645>

Geyer, R., Jambeck, J. R., & Law, K. L. (2017). Production, use, and fate of all plastics ever made. *American Association for the Advancement of Science*. Obtenido de [https://www.science.org/doi/full/10.1126/sciadv.1700782?utm\\_campaign=Innovation+of+the+Day+&utm\\_medium=email&utm\\_source=hs\\_email&\\_hsenc=p2ANqtz-9ItB7ns2eKpD4W9ZkqiI6Q1IJWQtJpMdXUnq-T5SnGCrIXxWE-j4TVmaM1yTTSBxakXdydrsOEdE3kFKGY4TGcbJTCIEqC710U6bAnUgJ\\_ICfnn](https://www.science.org/doi/full/10.1126/sciadv.1700782?utm_campaign=Innovation+of+the+Day+&utm_medium=email&utm_source=hs_email&_hsenc=p2ANqtz-9ItB7ns2eKpD4W9ZkqiI6Q1IJWQtJpMdXUnq-T5SnGCrIXxWE-j4TVmaM1yTTSBxakXdydrsOEdE3kFKGY4TGcbJTCIEqC710U6bAnUgJ_ICfnn)

GOB. (s.f.). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Recuperado el 2023, de <https://www.gob.ec/mcei#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Comercio%20Exterior,apoye%20el%20cambio%20de%20la>

Gonzalo Martínez Barrera, C. U. (30 de junio de 2023). *Revista EDUCATECONCIENCIA*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/372300308\\_Envases\\_Tetra\\_Pak\\_de\\_desecho\\_y\\_sus\\_aplicaciones](https://www.researchgate.net/publication/372300308_Envases_Tetra_Pak_de_desecho_y_sus_aplicaciones)

Howard R, B. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. (U. o. Press, Ed.) New York.

INEN. (2014). *Normalización*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/RTE-076-1R.pdf>

INEN. (s.f.). *Normalización*. Recuperado el 03 de octubre de 2023

ISO. (2010). *Organización Internacional De Normalización*. Obtenido de <https://www.iso.org/standard/42546.html>

ISO. (2012). *ISO 26000 and the Global Agenda*. Obtenido de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/global\\_agenda21.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/global_agenda21.pdf)

ISO. (2015). *ISO.ORG*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

ISO. (2015). *ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE NORMALIZACIÓN*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>

Justyna Tarapata, M. S. (07 de 2020). Effect of calcium chloride addition on properties of acid-rennet gels. *International Dairy Journal*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0958694620300777>

Layman DK, L. B. (2018). Applications for  $\alpha$ -lactalbumin in human nutrition. *Nutrition Review*. doi:10.1093/nutrit/nuy004

López Pablos AL, L. M. (29 de septiembre de 2017). *La Universidad Autónoma de Guadalajara*. Obtenido de <https://cimav.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1004/1806/1/2017%20CONGRESO%20INTERNACIONAL%20DE%20BIOLOG%c3%8dA%20QU%c3%8dMICA%20Y%20AGRONOM%c3%8dA-MODIFICACI%c3%93N%20DE%20UNA%20METODOLOG%c3%8dA%20YA%20EXISTENTE%20DE%20OBTENCI%c3%93N%20DE%20>

Llanos, M., Vaca, A. M., y Calderón, J. (2024). Economía Circular y sus prácticas a la región andina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(107), 1072-1092. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.5>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (s.f.). *observatoriorsc*. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>

OEA. (2022). *SICE.OAS.ORG*. Obtenido de [http://www.sice.oas.org/dictionary/tntm\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/dictionary/tntm_s.asp)

OMC. (2023). *Organización Mundial Del Comercio*. Recuperado el 03 de octubre de 2023, de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/coher\\_s/wto\\_wco\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_wco_s.htm)

OMC. (2023). *Organización Mundial Del Comercio*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm#:~:text=Los%20aranceles%20proporcionan%20a%20las,de%20ingresos%20para%20los%20gobiernos.](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm#:~:text=Los%20aranceles%20proporcionan%20a%20las,de%20ingresos%20para%20los%20gobiernos.)

Parra Velasco, L. Y. (2017). En L. Y. Parra Velasco, *MUESTREO PROBABILÍSTICO Y NO PROBABILÍSTICO* (pág. 9).

PRO ECUADOR. (2013). Certificaciones Internacionales. Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/guiacertificacionesh>

Sampieri, H. (2010). Metodología de la investigación. McGrawHill.

Sampieri, R. H. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. En R. H. Sampieri, *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (pág. 149). México D.F: MCGraHill.

SENAE. (19 de noviembre de 2021). *GOB.EC*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023, de <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-correccion-declaracion-aduanera-importacion-se-efectuado-levante-mercancias-dai-sustitutiva>

SENAE. (noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana Del Ecuador*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023, de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

SENAE. (s.f.). *ADUANA*. Recuperado el 03 de OCTUBRE de 2023, de <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (noviembre de 2021). *Para Importar*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador - Servicio al Ciudadano: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Torres, F. (28 de mayo de 2015). *Manual Agrocalidad*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/nm9.pdf>

## CAPÍTULO 6

### Los Procesos de importación y la Responsabilidad Social Corporativa en empresas comerciales del sector de confitería-provincia del Guayas- periodo 2020 – 2022

*Joselyne Eliana Vallejo Peñafiel*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
josevallejo@est.ecotec.edu.ec

*Ana María Correa Vaca, Mgtr.*  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
acorreav@ecotec.edu.ec

#### 6.1 Introducción

En la actualidad, las empresas buscan convertirse en agentes de cambio, a fin de mejorar su imagen mediante una contribución significativa al bienestar social y ambiental. Para lograr este propósito, sus metas deben estar intrínsecamente ligadas a la ética, la transparencia y la sostenibilidad, es importante, por tanto, que adopten prácticas responsables al llevar a cabo sus operaciones por medio del interés en el medio ambiente, los derechos humanos, la diversidad e inclusión, la gobernanza corporativa y el impacto social.

De acuerdo con indicaciones proporcionadas por la Red Española, (2021) en el marco de principios rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se subraya “Las empresas deben tratar de mitigar las consecuencias negativas sobre los derechos humanos relacionadas con sus operaciones, incluso cuando no hayan contribuido a generarlas”. Esta declaración resume con precisión la gestión responsable que se espera de las empresas.

Es indiscutible, que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), debe ser integrada en toda organización para promover el bienestar colectivo, por ello, esta investigación se enfoca en compañías de la industria alimenticia -sector de confitería, el cual constituye uno de los pilares en el ámbito de la industria alimenticia, importante al representar un considerable porcentaje de ingresos nacionales (Banco Central del Ecuador, 2020).

Para propósitos sectoriales, los productos de confitería son clasificados bajo la sección 5, capítulo 17, de la partida arancelaria 1704 (Corporación Financiera Nacional, 2017). Los productos de confitería gozan de una demanda estable a pesar de la producción local. Alto porcentaje de estos productos es importado, tales como: chicles; gomas de mascar, recubiertas de azúcar; golosinas; bombones; caramelos y pastillas. Según informe de misma entidad, los principales países de origen de importaciones de confitería son: Colombia; Estados Unidos; Brasil; y China.

El año 2019, aproximadamente 42% de importaciones de productos de confitería provinieron de Colombia. Las cifras suministradas por el Banco Central del Ecuador (BCE) señalan que las adquisiciones de productos de confitería registraron un valor de \$20,5 millones entre enero - octubre de 2021, cifra que duplicó su monto en el año 2020 al alcanzar los \$43.646,50. Entre los desafíos primordiales se destacan: emisión de huella de carbono; acumulación de envases como residuos; disminución de empleos en productores locales, así como repercusiones en la salud como, obesidad y desencadenamiento de una competencia desleal. La mitigación y contrarresto de estos efectos adversos podría ser viable si las empresas involucradas en este sector cumplieran con las disposiciones legales y aplicaran la RSC.

## **6.2 Proceso de importación**

Es importante que existan directrices para la implementación de buenas prácticas de RSC en los procesos de importación de alimentos, así como, controles que aseguren la aplicación rigurosa de prácticas de higiene; almacenamiento; infraestructura; y equipamiento. Además, de una adecuada documentación y evaluación de los productos importados. Las buenas prácticas de importación deben extenderse a empresas alimentarias que importan, ya sea productos terminados o ingredientes destinados a la fabricación de alimentos.

Las buenas prácticas de importación abarcan dos áreas fundamentales, en la primera constan las funciones y responsabilidades que asumen los importadores. En la segunda, se detallan las condiciones internas y externas de: instalaciones; requisitos sanitarios; y las normas de higiene que deben seguir los empleados, según *Food and Agriculture Organization Of the United Nations* (FAO, 2017).

Los importadores asumen una responsabilidad primordial en lo que respecta a alimentos que importan, asegurar que las empresas extranjeras, también cumplen con todos los estándares y normativas vigentes. Además, es esencial que mantengan documentación adecuada que pueda ser consultada en inspecciones o retiro de productos, que permitan identificar con precisión el producto. Por tanto, para asegurarse que los alimentos cumplen con estándares requeridos, los importadores deben contar con especificaciones por

escrito que establezcan requisitos mínimos según el tipo de alimento importado, que puedan ser compartidas con sus proveedores, como parte de acuerdos de compra.

Estas especificaciones pueden incluir detalles como la descripción del alimento, normativas de elaboración, ingredientes permitidos o prohibidos, la necesidad de certificación por parte del gobierno o de terceros para alimentos de alto riesgo, requisitos de almacenamiento y transporte (por ejemplo, si deben mantenerse refrigerados o congelados), requisitos de etiquetado para productos preenvasados (incluyendo la fecha de caducidad apropiada y requisitos de idioma); y la necesidad de cumplir con las normas específicas del país importador, el Código Alimentario (CODEX u otras normativas pertinentes).

### **6.2.1 Proceso de importación del sector de confitería**

Según la descripción proporcionada por (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2014), se clasifican como productos de confitería aquellas preparaciones con diversas formas de presentación y consistencia, compuestas por azúcares como componente principal, o edulcorantes no nutritivos de forma parcial o total, con la posibilidad de contener o no añadidos como miel; leche; grasas; frutas; en su estado natural o procesado, semillas u otros ingredientes y aditivos permitidos.

Los caramelos; pastillas; grageas; gomitas y turrone de acuerdo con la naturaleza de sus ingredientes y proceso de fabricación se clasifican según la norma NTE INEN 2217, así mismo, las gomas de mascar o chicles se clasifican según la norma NTE INEN 2219 (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2014).

Los productos del sector de confitería se clasifican en el capítulo 17 del Sistema Armonizado, específicamente las subpartidas 170410 y 170490, detalladas en la tabla 14. Los aranceles más favorecidos, o Nación más favorecida (NMF) de importación vigentes en Ecuador para el año 2022, sector de confitería, registraron 20%, el sector cuenta con 4 líneas arancelarias (a diez dígitos).



**Tabla 15.***Clasificación arancelaria del sector de confitería*

<b>Código</b>	<b>Designación de la Mercancía</b>	<b>Arancel aplicado</b>
17.04	Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco).	
1704.10	- Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar:	
1704.10.10.00	- - Recubiertos de azúcar	20%
1704.10.90.00	- - Los demás	20%
1704.90	- Los demás:	
1704.90.10.00	-- Bombones, caramelos, confites y pastillas	20%
1704.90.90.00	- - Los demás	20%

Nota. COMEX, cifras del Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador

De acuerdo con la RESOLUCIÓN No. 009-2022, los documentos de control previo a la importación de confitería, con clasificación arancelaria 17.04, son: Certificado de Requerimiento o No de Registro Sanitario; Notificación Sanitaria Obligatoria; la Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA); exigirá el cumplimiento de requisitos pertinentes.

El certificado emitido es un documento habilitante para la distribución, comercialización o importación de productos, siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

La correcta elaboración, preparación, manipulación y comercialización de productos confiteros en Ecuador debe ajustarse a directrices establecidas en la legislación nacional vigente sobre Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados, la cual busca asegurar que todas las fases de la cadena de producción cumplan con estándares de calidad e higiene que salvaguarden la salud de los consumidores. Toda la cadena de suministro, desde productores hasta vendedores, incluyendo importadores y distribuidores, comparten la responsabilidad de garantizar consistencia y cumplimiento de los requisitos especificados en el reglamento técnico del país.

El mantenimiento y presentación de registros son cruciales para demostrar la conformidad continua con estándares regulatorios establecidos por las leyes ecuatorianas, éstos, no solo actúan como una herramienta de rendición de cuentas para las autoridades competentes, sino que también son parte integral de la gestión de calidad interna de empresas, proporciona, una base documentada para la trazabilidad y mejora continua de procesos.

### **6.2.2 Requisitos que deben cumplir los productos de confitería**

La importación de productos de confitería en Ecuador está sujeta a estándares de inocuidad establecidos por las normas NTE INEN 2217 y NTE INEN 2219 (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2014), los cuales, imponen condiciones específicas que los productos confiteros deben cumplir para garantizar su calidad y seguridad.

La evaluación sensorial de caramelos; grageas; pastillas; gomitas; turrone; y gomas de mascar, se centra en la preservación del color, sabor y olor característicos desde la fabricación hasta el consumo. Asimismo, se exige que estén libres de restos de insectos y materiales extraños, para evitar cualquier forma de deterioro físico, químico o microbiológico, en cuanto a los aditivos utilizados en su elaboración, como colorantes, saborizantes y conservantes deben cumplir con las directrices establecidas por la Norma técnica ecuatoriana (NTE, INEN-CODEX 192) equivalente a la Norma internacional, la Administración de alimentos y medicamentos por sus siglas en inglés (FDA) en Estados Unidos. o la legislación de la Unión Europea.

En cuanto a los envases, estos deben ser diseñados y seleccionados cuidadosamente según las características específicas de cada producto, para asegurar su integridad durante el transporte y almacenamiento. Además, los envases deben proteger los productos contra cualquier forma de contaminación química o microbiológica, para mantener condiciones óptimas de conservación, higiene y limpieza. Es esencial que los materiales utilizados en la fabricación de envases estén autorizados y sean adecuados para el propósito previsto.

El rotulado de productos confiteros destinados a la importación en Ecuador debe cumplir con el reglamento técnico RTE INEN 022, el cual establece pautas específicas para garantizar la transparencia e información adecuada para los consumidores. La información en la etiqueta debe estar en español, lo que permite la inclusión de otros idiomas para abordar un mercado diverso. En el caso de productos que contengan múltiples elementos procesados, se requiere una declaración nutricional individual para cada uno, así como un sistema gráfico que refleje niveles de grasas; azúcares; y sal. Además, se introduce un sistema gráfico con barras horizontales de colores para indicar el contenido de estos componentes, clasificándolos como "alto-medio-bajo".

En resumen, para garantizar la importación exitosa de productos de confitería en Ecuador, es esencial comprender y cumplir los requisitos técnicos relacionados con inocuidad; envases y rotulado, ya que, estos estándares buscan no solo asegurar la calidad y seguridad de los productos sino también fortalecer la confianza del consumidor y reputación de la industria confitera en el mercado ecuatoriano.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador establece requisitos documentales previos o de acompañamiento para la importación de productos del sector de confitería. En este contexto, se destacan varios documentos clave para facilitar el proceso aduanero:

- Certificado de Reconocimiento INEN. - este documento atestigua que los productos de confitería cumplen con normativas y estándares establecidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Su obtención demuestra que los productos importados cumplen con especificaciones técnicas y de calidad.
- Certificado de Notificación Sanitaria de Productos Alimenticios Extranjeros. - para garantizar la seguridad alimentaria, se exige un certificado que notifique la conformidad sanitaria de productos alimenticios extranjeros. Este documento es esencial para asegurar que los productos de confitería cumplen con los estándares sanitarios establecidos por las autoridades ecuatorianas.
- Certificado de Requerimiento o No de Notificación Sanitaria. - este certificado confirma si los productos específicos de confitería requieren o no notificación sanitaria. Proporciona claridad sobre los pasos a seguir en términos de procesos regulatorios y ayuda a agilizar la importación al eliminar posibles obstáculos relacionados con la falta de información.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (Extranjero). - este certificado asegura que los productos de confitería han sido producidos, manipulados y manufacturados de acuerdo con estándares internacionales de buenas prácticas. Su presentación respalda la calidad y seguridad de los productos importados.

Estos documentos son esenciales para cumplir con los requisitos regulatorios y garantizar que la importación de productos de confitería se realice de manera transparente y en conformidad con las normativas ecuatorianas.

### **6.2.3 Responsabilidad social corporativa**

El autor Keith Davis desempeñó un papel importante en la formalización y definición del término Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la década de 1960. En su artículo, (Davis, 1960) define la RSC en el contexto de la administración, como decisiones y acciones empresariales que van más allá de la búsqueda de intereses económicos de la empresa. Lo cual implica que los administradores tienen una responsabilidad significativa hacia la comunidad en la que operan, ya que sus decisiones y acciones pueden tener un impacto en el bienestar de esa comunidad. Esto subraya la idea de que las empresas no solo deben preocuparse por sus beneficios económicos, sino también por su contribución al bienestar social en general.

De acuerdo con el Observatorio de RSC (2014) la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) representa el enfoque distintivo de las empresas al llevar a cabo sus operaciones, caracterizándose por su consideración cuidadosa de cómo todas las facetas de su actividad influyen en sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, el entorno ambiental y la sociedad en su totalidad. Por otro lado, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) define la RSC como la incorporación consciente y de propia voluntad por parte de las empresas de las consideraciones relacionadas con el entorno social y medioambiental en el desarrollo de sus actividades comerciales y en sus interacciones con sus colaboradores.

Las empresas deben considerar aspectos sociales, medioambientales y de relaciones más allá del cumplimiento legal. Esto implica una acción voluntaria donde las empresas invierten su capital humano, se preocupan por el medio ambiente y mantienen relaciones éticas y sostenibles con diversas partes interesadas. En resumen, la responsabilidad corporativa se trata de ir más allá de las obligaciones legales para contribuir al bienestar general.

## **6.3 Metodología**

La investigación tiene un enfoque cualitativo, pues busca entender los fenómenos a través de la perspectiva de los participantes en su entorno natural y en relación con su contexto, por lo cual se analiza los procedimientos logísticos que las empresas de confitería realizan para cumplir con la RSC dentro de sus transacciones comerciales internacionales, esto se realiza mediante herramientas de análisis sectorial.

Por otro lado, la investigación descriptiva busca caracterizar aspectos fundamentales del comportamiento de empresas dentro de la industria de la confitería, idóneo para comprender cómo se encuentra el sector y sus prácticas en el contexto de sus operaciones de importación.

Esta categoría de investigación resulta particularmente adecuada para el propósito de este estudio, que busca abordar la pregunta problemática sobre la influencia de la práctica de la RSC en los procesos de importación

de las empresas comerciales del sector de confitería. Al adoptar este enfoque, se evidencia de manera precisa los elementos esenciales de la investigación, y proporciona una base para el análisis y comprensión los factores involucrados en esta interacción.

El periodo considerado para la investigación abarca desde el año 2020 a 2022. Este intervalo temporal se selecciona con el propósito de analizar de manera detallada si las empresas del sector de confitería que operan en esta provincia han gestionado de manera efectiva la Responsabilidad Social Corporativa en sus procesos de importación durante este periodo.

La muestra fueron 4 empresas, cuya selección se explica en la introducción del presente texto. La elección del sector se respalda en la preocupación que el sector de confitería a menudo emplea materias primas no sostenibles, lo que contribuye a la contaminación y agotamiento de recursos no renovables, además, su producción puede generar contaminación del agua y aire, con impacto negativo en el ambiente. En cuanto a las técnicas utilizadas está la lista de cotejo explicada en el mismo apartado mencionado anteriormente, además de la matriz FODA y el Ishikawa o espina de pescado.

#### 6.4 Análisis de Resultados

Según información proporcionada por la Superintendencia de Compañías en el año 2022, las empresas del sector de confitería de la provincia del Guayas presentan una contribución significativa a la industria alimentaria, estas empresas generaron ingresos de ventas que superaron los \$16 millones USD, además, se observa que la utilidad neta acumulada de estas empresas en conjunto ascendió a más de \$470,000 USD.

**Tabla 16.**

*Empresas del sector de confitería del Guayas*

Empresas	CIU	N. de empleados	Ingresos de ventas	Utilidad neta
Pasionventas S.A.	G4630.92	7	\$ 80.952,61	\$ -17.544,01
Litzer S.A.	G4630.92	10	\$ 1.128.979,43	\$ 21.740,22
Candyplanet S.A.	G4630.92	3	\$ 4.531.967,39	\$ 327.023,64
Chocodor S.A.	G4630.92	3	\$ -	\$ -1.568,15
Tacao S. A.	G4630.92	3	\$ 1.128.094,17	\$ 22.585,46

Comblanc Del Ecuador S.A.	G4630.92	65	\$	7.995.219,49	\$	104.694,08
Varluc S.A.	G4630.92	3	\$	862,00	\$	16,32
Inproalec S.A.	G4630.92	9	\$	405.939,71	\$	4.734,82
Rodbrybar S.A.	G4630.92	2	\$	-	\$	-
Dulandes S.A.S.	G4630.92	4	\$	-	\$	-
Gomsuma S.A.	G4630.92	3	\$	126.543,39	\$	1.459,11
Distrialma S.A.	G4630.92	2	\$	557.240,53	\$	10.187,55
Disprovill Jfvr S.A.S.	G4630.92	5	\$	643.211,87	\$	6.105,79
Exportadora Egiptolatina Sociedad Anónima	G4630.92	4	\$	-	\$	-
Nutricocoa S.A.	G4630.92	5	\$	-	\$	-
<b>Total</b>		<b>128</b>	<b>\$</b>	<b>16.599.010,59</b>	<b>\$</b>	<b>479.434,83</b>

Nota. Superintendencia de compañías.

Estos datos reflejan la importancia económica de las empresas de confitería en la provincia del Guayas y su impacto en la generación de ingresos y empleo en la región. Por otro lado, de acuerdo con la información obtenida del Banco Central del Ecuador, se evidencia en la tabla 15, las importaciones de las partidas pertenecientes al sector en valor de tonelada métrica y el valor CIF.

**Tabla 17.**

*Importaciones del sector de confitería periodo 2020-2022*

Código Subpartida	Subpartida	2020			2021			2022	
		TM (Peso Neto)	CIF	Variación %	TM (Peso Neto)	CIF	Variación %	TM (Peso Neto)	CIF
1704101000	Recubiertos de azúcar	365,7	1,2	17%	399,9	1,4	79%	615,1	2,5
1704109000	Los demás	461,9	2,1	19%	600,4	2,5	48%	793,3	3,7

1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas	6.725,60	16,7	22%	8.270,00	20,3	53%	11.009,50	31
1704909000	Los demás	3.126,00	8,3	25%	4.008,80	10,4	58%	5.433,00	16,4
<b>TOTALES:</b>		<b>10.679,30</b>	<b>28,3</b>	<b>23%</b>	<b>13.279,00</b>	<b>34,7</b>	<b>54%</b>	<b>17.850,90</b>	<b>53,6</b>

Nota. Los valores CIF son en millones de USD. Banco Central del Ecuador

Al comparar el año 2020 con el 2021, se observa un aumento del 23%, mientras que al considerar el período 2021 y 2022, se evidencia un incremento aún más sustancial del 54%. Estos datos subrayan la necesidad de aplicar principios de responsabilidad social en los procesos de importación de estos productos. A medida que el sector de confitería continúa expandiéndose y gana relevancia en la industria alimenticia, es fundamental garantizar que estos procesos se lleven a cabo de manera ética y sostenible, lo cual muestra que, no solo es importante el crecimiento económico, sino también el impacto social y ambiental. La responsabilidad social corporativa se convierte en una consideración fundamental para asegurar que este crecimiento sea beneficioso tanto para las empresas como para la sociedad en su conjunto.

Según estadísticas e informes del Banco Central del Ecuador para el año 2022, se identifica que los principales países de procedencia de las importaciones en el sector de confitería, consideran el valor de tonelada métrica (TM) y valor CIF, son: Brasil, China y Colombia.

**Tabla 18.**

*Principales países de procedencia de las importaciones según códigos de sub partida del sector de confitería*

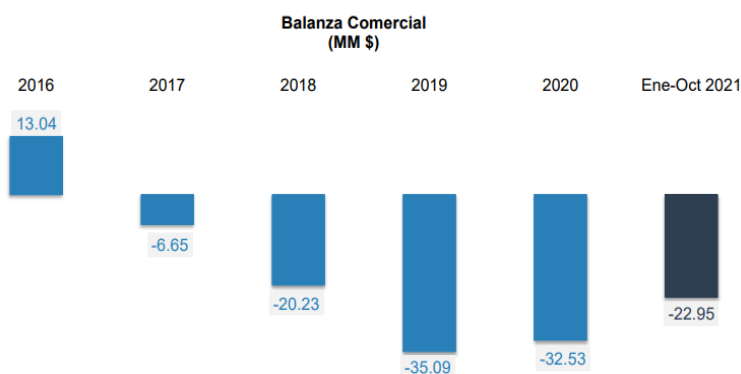
Código Sub partida	Sub partida	Código País Procedencia	2022		
			País Procedencia	TM (Peso Neto)	CIF
1704101000	Recubiertos de azúcar	BRA	BRASIL	156,6	0,5
1704109000	Los demás	CHN	CHINA	256,3	1,2
1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas	COL	COLOMBIA	6.915,00	18
1704909000	Los demás	COL	COLOMBIA	2.191,60	7,4

Nota. Los valores CIF son en millones de USD Nota: Banco Central del Ecuador

La tabla 18 proporciona información sobre la procedencia de las importaciones en varias sub partidas de productos de confitería. Destaca Brasil, principal país de procedencia para los "Recubiertos de azúcar" correspondiente de a la sub partida 1704101000 y China para los "Los demás" en la categoría 1704109000, respectivamente. Por otro lado, Colombia es el principal país de origen tanto para "Bombones, caramelos, confites y pastillas" como para "Los demás" en las sub partidas 1704901000 y 1704909000. De acuerdo con la (Corporación Financiera Nacional, 2021), en su análisis sectorial de confitería afirma que desde el año 2017, la balanza del sector fue negativa debido a la alta demanda de productos importados. Para el año 2020 su balanza es de \$32.53 MM.

### Figura 80.

*Balanza comercial del sector de confitería*



Nota. Corporación Financiera Nacional

Para el año 2020, las importaciones fueron de \$60.98 millones FOB, lo que representa una disminución del 25% en comparación con el año 2019. Sin embargo, en el mismo año, el sector exportó \$28.44 millones FOB, evidenciándose una caída del 38% respecto a 2019, por lo tanto, no se logró una balanza comercial positiva, a pesar de que hubo una variación favorable. Para mejorar la balanza comercial, que siempre se busca sea positiva, se requiere disminuir las importaciones y aumentar las exportaciones. Hasta octubre de 2021, se registraron exportaciones por \$37.99 millones FOB, que superan el 34% adicional a lo reportado en el 2020, lo que da paso a una mejora en la balanza comercial. En las siguientes figuras se evidencia la evolución de las importaciones y exportaciones entre 2016 y 2020.



**Figura 81.**

*Importaciones del sector de confitería*



Nota. Corporación Financiera Nacional

**Figura 82.**

*Exportaciones del sector de confitería*



Nota. Corporación Financiera Nacional

## Certificaciones

En el análisis sectorial del sector de confitería en Guayas, se evidencia una disparidad significativa en la adopción de principios de RSC entre las empresas. Mientras que las empresas multinacionales que operan en el país, como Nestlé y Colombina, destacan por su compromiso con la RSC, reflejado en la obtención de certificaciones como la ISO 9000, ISO 22000; ISO 14001 e ISO 26000, la situación difiere para pequeñas y medianas empresas PYMES en la provincia. En tanto que las nacionales, no han seguido la misma tendencia en cuanto a la adopción de prácticas socialmente responsables y sostenibles. Estas empresas no cuentan con certificaciones similares ni han priorizado la implementación de RSC en sus operaciones. Este contraste plantea la necesidad de abordar diferencias en el enfoque de RSC entre las empresas multinacionales y las PYMES del sector de confitería en el Guayas, lo que se convierte en un aspecto crucial a considerar para futuras estrategias y políticas.

## Análisis FODA

Este análisis destaca la necesidad de estrategias que capitalicen fortalezas y oportunidades, al tiempo que abordan debilidades y amenazas identificadas.

**Tabla 19.**

*Matriz FODA*

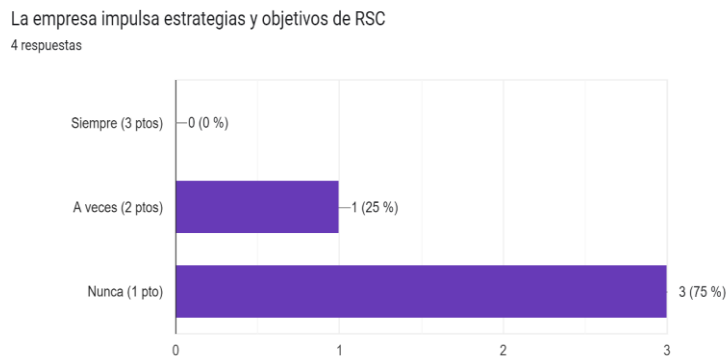
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Aumento en la generación de empleo	Expansión en Mercados Internacionales
Respaldo financiero: Aumenta en volumen de crédito	La integración de prácticas sostenibles y responsables puede diferenciar al sector
Amplia gama de productos para los diferentes gustos y preferencias	Establecer alianzas con proveedores locales o internacionales con RSC
	Innovación tecnología y sostenible
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Alta dependencia de importaciones desde Colombia	Factores económicos adversos pueden afectar la demanda de productos de confitería
Desigualdad en adopción de prácticas de RSC entre empresas multinacionales y PYMES locales.	Restricciones al comercio internacional que afecta las operaciones y cadena de suministro.
Incremento de los costos de materias primas e insumos.	La volatilidad en los tipos de cambio
Las PYMES locales carecen de certificaciones de estándares de calidad y responsabilidad.	Entrada de nuevos competidores extranjero

## Resultados del análisis realizado con la lista de Cotejo

### Principio 1: Gobernanza de la organización

#### Figura 83.

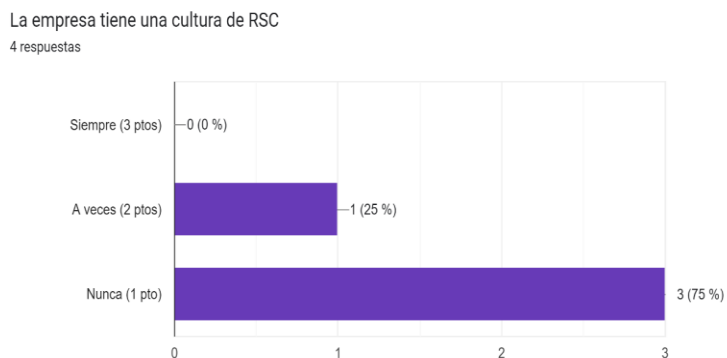
##### Impulso de estrategias y objetivos de RSC



El gráfico presenta la frecuencia con la que las empresas implementan estrategias y objetivos de RSC. Los resultados revelan que el 75%, nunca lleva a cabo estas estrategias y objetivos, mientras que, sólo 25% lo hace ocasionalmente. Es importante destacar que ninguna de las empresas evaluadas demuestra una implementación constante de estrategias y objetivos de RSC. Esta información sugiere que existe una baja incorporación de estas prácticas en el tejido empresarial de la región.

#### Figura 84.

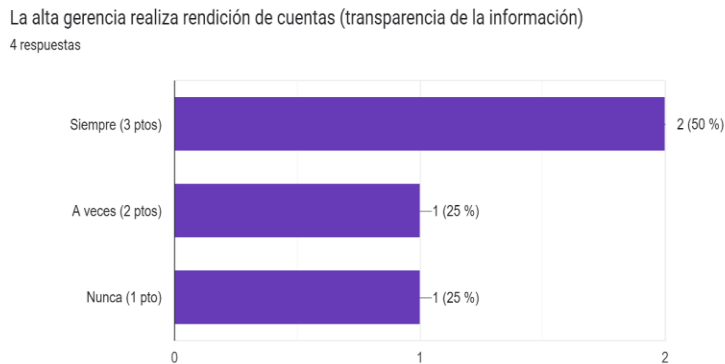
##### Cultura de RSC



Ninguna de las empresas evaluadas afirmó tener una cultura de RSC, 25% de empresas indicó que a veces cuentan con una cultura, mientras que 75% afirmó que nunca, lo cual sugiere baja presencia y arraigo de prácticas relacionadas RSC, esto puede tener implicaciones en sus procesos y relaciones con los diversos *stakeholders*.

**Figura 85.**

*Rendición de cuentas por parte de la gerencia*



El análisis del comportamiento de las empresas frente a la rendición de cuentas revela que el 50% de organizaciones manifiestan realizar esta práctica de manera constante. Este resultado sugiere un nivel significativo de transparencia en la información proporcionada por la alta gerencia. Sin embargo, es relevante destacar que el 25% admiten realizar esta rendición de cuentas solo en ocasiones, mientras que 25% nunca la ejecutan. Estos datos indican que, aunque algunas empresas están comprometidas con la transparencia, existe un porcentaje considerable que podría mejorar sus prácticas en este ámbito.

*Principio 2: Derechos humanos*

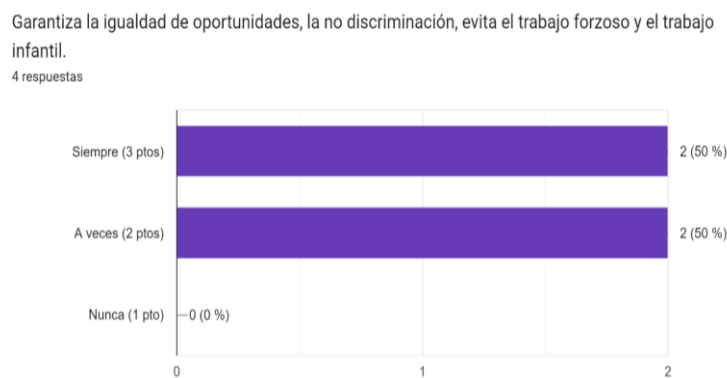
**Figura 86.**

*Dispone de mecanismos de reclamación*



El análisis del indicador revela que el 50% de las empresas del sector de confitería en Guayas, Ecuador, implementa "a veces" mecanismos de reclamación para denunciar posibles abusos y exigir compensación, mientras que el otro 50% "nunca" lo hace. Esta distribución sugiere una falta de consistencia en la atención y respuesta a posibles violaciones de derechos humanos por parte de las empresas del sector. La implementación irregular de estos mecanismos señala la necesidad de fortalecer las prácticas relacionadas con los derechos humanos y la disponibilidad de canales eficaces para abordar posibles abusos en la industria de la confitería en la región.

**Figura 87.**  
*Igualdad de oportunidades*



El análisis refleja que el 50% de las empresas, asegura siempre la igualdad de oportunidades, la no discriminación y evita el trabajo forzoso y el infantil. Además, otro 50% indica que implementa estas medidas "a veces". La ausencia de respuestas "nunca" sugiere un compromiso sólido con prácticas laborales éticas en el sector. Esta distribución equitativa entre "siempre" y "a veces" indica una conciencia de la importancia de garantizar derechos humanos fundamentales, aunque se evidencia una variabilidad en la consistencia de la implementación.

**Figura 88.**

*Influencia para el cumplimiento de los derechos humanos*

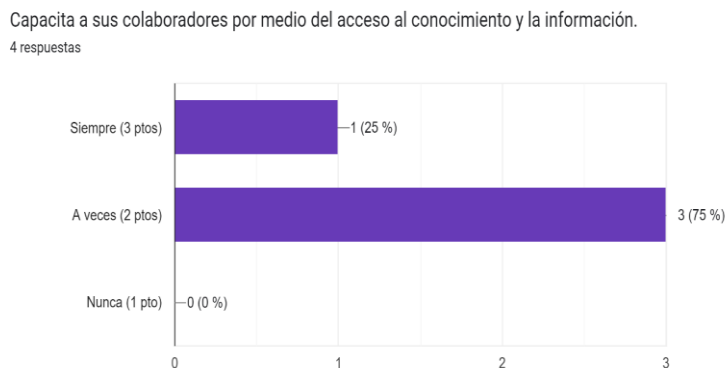


El análisis revela que 50% de las empresas en ocasiones influye en el comportamiento de terceros para satisfacer los derechos humanos, mientras que el otro 50% nunca lo hace. Esta distribución indica una variabilidad significativa en la capacidad de estas empresas para influir en terceros. Es crucial abordar este aspecto para fortalecer la RSC en el sector. Las empresas podrían beneficiarse de estrategias proactivas que promuevan y supervisen activamente prácticas respetuosas de los derechos humanos en sus cadenas de suministro y redes comerciales

*Principio 3: Prácticas laborales*

**Figura 89.**

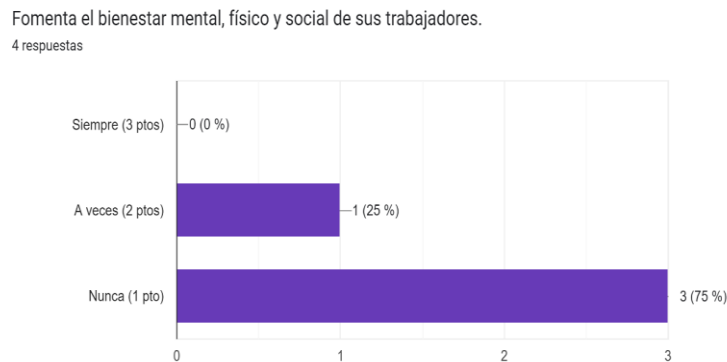
*Capacita a sus colaboradores por medio del acceso al conocimiento y la información*



La evaluación revela que 75% de empresas capacitan a menudo a sus colaboradores brindándoles acceso al conocimiento e información. En contraste, 25% lo hace de manera constante. Este resultado sugiere que existe una oportunidad para fortalecer las prácticas laborales mediante mayor inversión en capacitación continua. Establecer programas educativos y de desarrollo profesional podría mejorar la retención del conocimiento y fomentar un ambiente laboral más comprometido.

**Figura 90.**

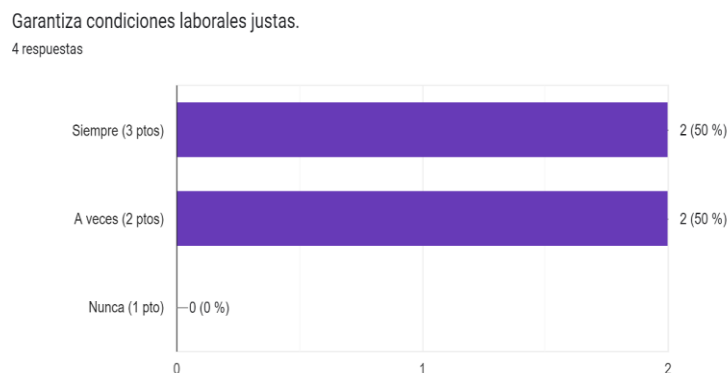
*Fomenta el bienestar mental, físico y social de sus trabajadores*



El análisis revela que el 75% de las empresas nunca fomentan el bienestar mental, físico y social de sus trabajadores, mientras que el 25% lo hace ocasionalmente. Estos resultados indican una oportunidad clave para mejorar las prácticas laborales y promover un entorno más saludable y equitativo para los empleados. Priorizar iniciativas que aborden el bienestar integral de los trabajadores puede contribuir significativamente a mejorar la calidad de vida en el ámbito laboral y aumentar la satisfacción y productividad de los colaboradores. La implementación de programas y políticas específicas centradas en el bienestar podría marcar una diferencia positiva en el sector y fortalecer la imagen de las empresas como empleadores socialmente responsables.

**Figura 91.**

*Garantía de condiciones laborales justas*

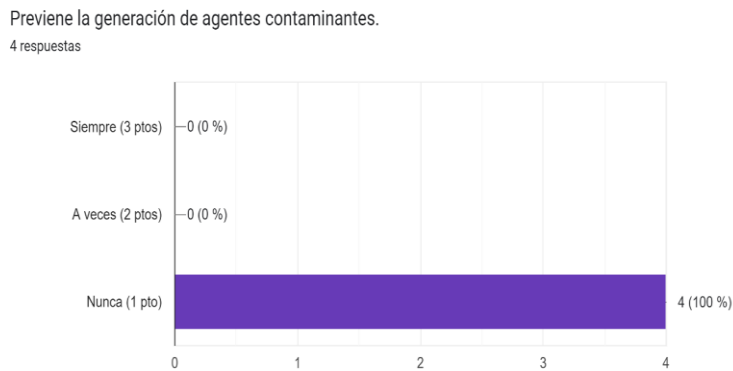


El análisis revela que el 50% de compañías garantizan condiciones laborales justas, mientras que el otro 50% lo hace ocasionalmente. Estos resultados sugieren un compromiso parcial pero significativo hacia la equidad en las condiciones laborales. Implementar medidas adicionales para fortalecer estas prácticas podría ser un enfoque estratégico para mejorar la reputación en términos de RSC. La consistencia en la aplicación de estas prácticas contribuye no solo a la satisfacción de los empleados sino también a la construcción de una imagen positiva que impacta favorablemente en la percepción pública y lealtad del consumidor.

#### *Principio 4: Medio ambiente*

### **Figura 92.**

#### *Prevención de agentes contaminantes*

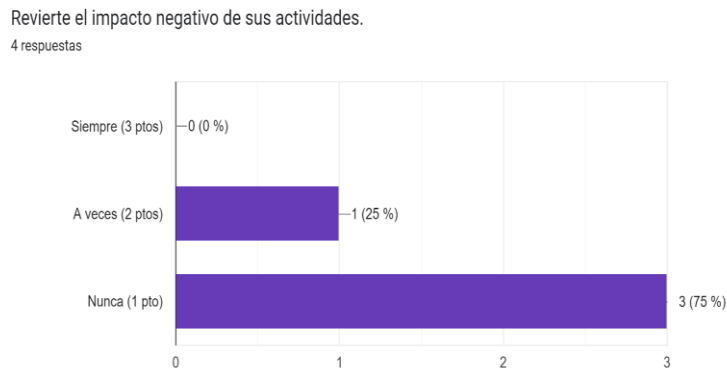


Los resultados indican que el 100% de empresas del sector de confitería, nunca previenen la generación de agentes contaminantes. Este hallazgo revela una carencia de compromiso ambiental en el sector, lo cual no solo incumple con principios básicos de responsabilidad social corporativa, sino que también impacta negativamente en la sostenibilidad ambiental. La falta de medidas para reducir la generación de agentes contaminantes puede generar consecuencias perjudiciales para el entorno local y global, lo que afecta la salud de la comunidad y contribuyendo al cambio climático.



**Figura 93.**

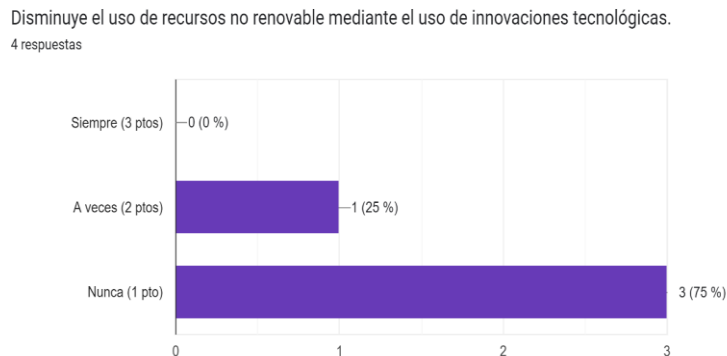
*Reversión del impacto ambiental de sus actividades*



Los resultados revelan que el 75% nunca revierten el impacto negativo de sus actividades, mientras que solo el 25% lo hace ocasionalmente. Este panorama refleja una falta de compromiso en revertir los posibles daños causados por las operaciones de estas empresas. La falta de acciones correctivas perpetúa el deterioro ambiental, además, genera consecuencias adversas para las comunidades locales y contribuyendo al debilitamiento de la reputación empresarial en términos de sostenibilidad.

**Figura 94.**

*Disminución del uso de recursos no renovables*

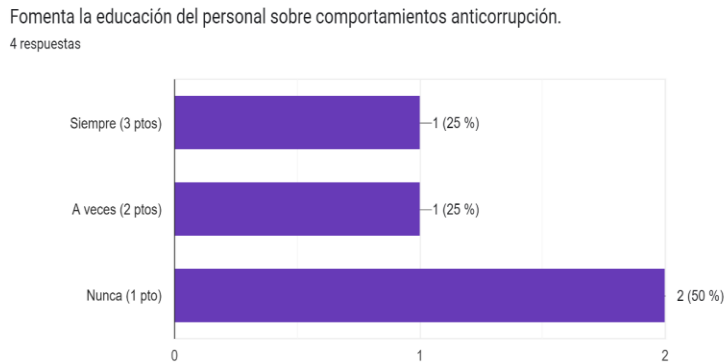


Los datos destacan que 75% de empresas nunca implementan medidas para disminuir el uso de recursos no renovables mediante innovaciones tecnológicas, mientras que, 25% lo hace de manera intermitente. Este panorama sugiere una falta de adopción de tecnologías sostenibles que podrían reducir la dependencia de recursos no renovables y mitigar el impacto ambiental.

*Principio 5: Prácticas justas de operación*

**Figura 95.**

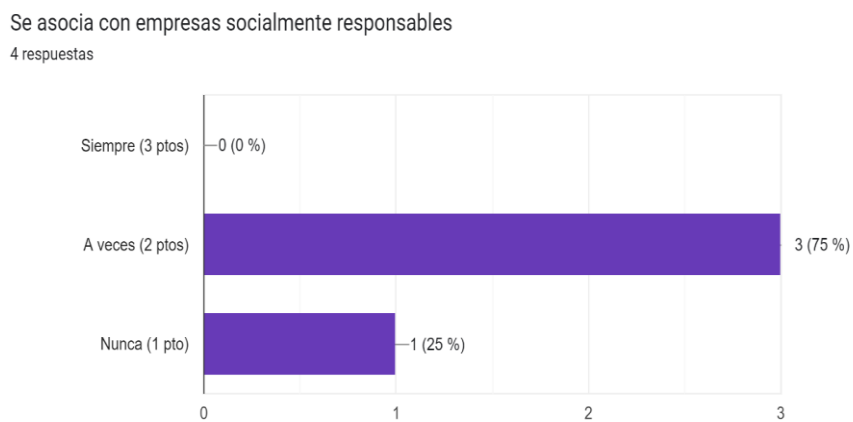
*Educación sobre comportamientos anticorrupción*



Los datos revelan que 25% de empresas del sector, promueven consistentemente la educación sobre comportamientos anticorrupción, mientras que 25% lo hace ocasionalmente. Sin embargo, el 50% restante nunca se compromete con esta práctica. Esta variabilidad indica que algunas empresas toman medidas positivas, pero otras están rezagadas en este aspecto crucial. Reforzar la educación anticorrupción se vuelve esencial para mejorar la ética empresarial y fortalecer la reputación del sector de confitería.

**Figura 96.**

*Asociación con empresas socialmente responsables*



La evaluación muestra que el 75% a veces se asocia con empresas socialmente responsables, mientras que el 25% nunca lo hace. Esta tendencia refleja una oportunidad perdida para construir alianzas estratégicas que impulsen prácticas sostenibles y responsables en el sector. La falta de asociaciones con empresas comprometidas socialmente puede limitar el impacto positivo que el sector podría tener en la comunidad y el entorno empresarial en general.

**Figura 97.**

*Comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones*

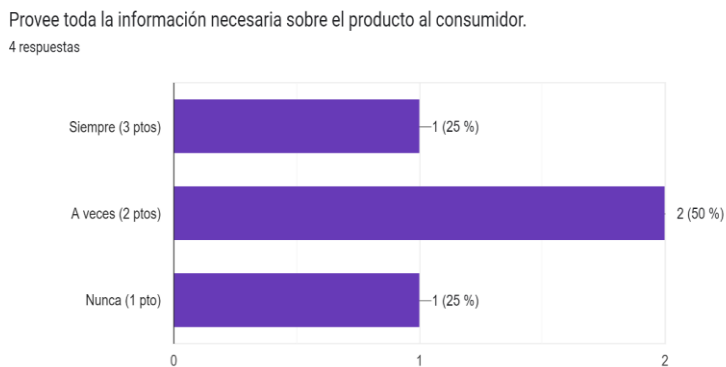


El análisis revela que el 75% de las compañías, nunca promueven el comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, mientras que solo el 25% lo hace a veces. Esta falta de compromiso ético puede afectar adversamente las relaciones comerciales y la reputación del sector. La ausencia de prácticas éticas en las operaciones cotidianas puede dar lugar a conflictos y desconfianza, lo que ocasiona un entorno empresarial más sostenible y respetuoso.

*Principio 6: Asuntos de consumidores*

**Figura 98.**

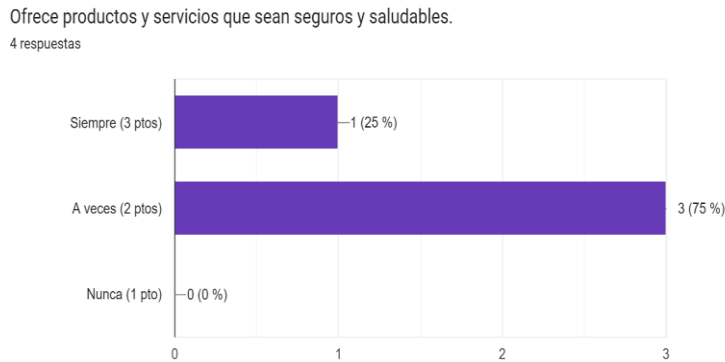
*Provee información sobre el producto al consumidor*



La evaluación revela que 25% de empresas proporcionan información completa sobre sus productos a los consumidores, mientras que 50% ocasionalmente y 25% nunca. Esta variabilidad en la transparencia de información afecta la confianza del consumidor y la toma de decisiones informadas. Las empresas que no brindan información suficiente podrían enfrentar a desafíos para una relación sólida con consumidores y perder oportunidades para destacar características positivas de sus productos. Garantizar una comunicación

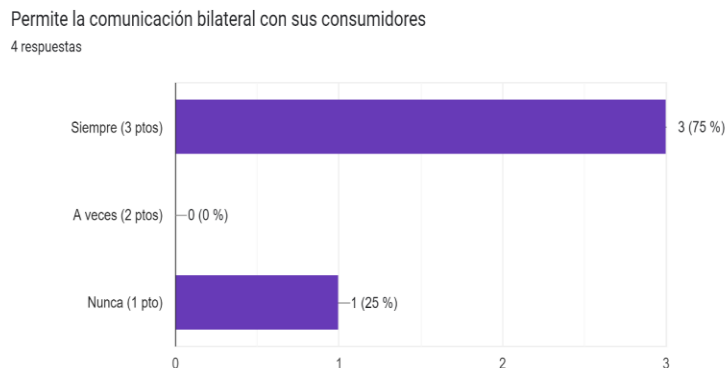
clara y completa sobre los productos contribuye a la satisfacción del consumidor y fortalece la reputación de las empresas en el mercado.

**Figura 99.**  
*Productos y servicios seguros y saludable*



El análisis destaca que 25% de las empresas ofrecen productos y servicios que son seguros y saludables, mientras que el 75% lo hace a veces. La ausencia de empresas que nunca cumplen con este indicador sugiere una atención significativa a la seguridad y la salud en el diseño, producción y la importación de productos. Sin embargo, la variabilidad podría indicar la necesidad de un enfoque más consistente y riguroso en todas las empresas para garantizar la seguridad y la salud de los consumidores.

**Figura 100.**  
*Comunicación bilateral con consumidores*



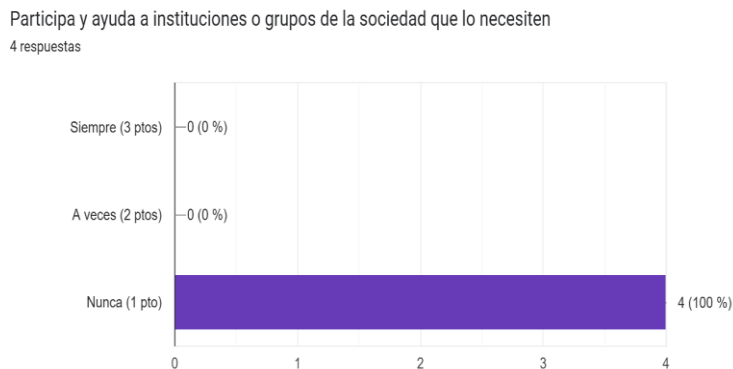
Se destaca que el 75% de las empresas siempre permiten la comunicación bilateral con sus consumidores, mientras que el 25% nunca lo hace. Este resultado positivo sugiere un compromiso sólido para establecer canales efectivos de comunicación con los consumidores, uno de los principales medios es la aplicación WhatsApp. Sin embargo, la presencia de un 25% que nunca permite esta comunicación indica la necesidad

de mejorar las prácticas de interacción con los clientes. Una comunicación abierta y bidireccional puede fortalecer la relación empresa-consumidor y proporciona retroalimentación valiosa.

*Principio 7: Participación activa y desarrollo de la comunidad*

**Figura 101.**

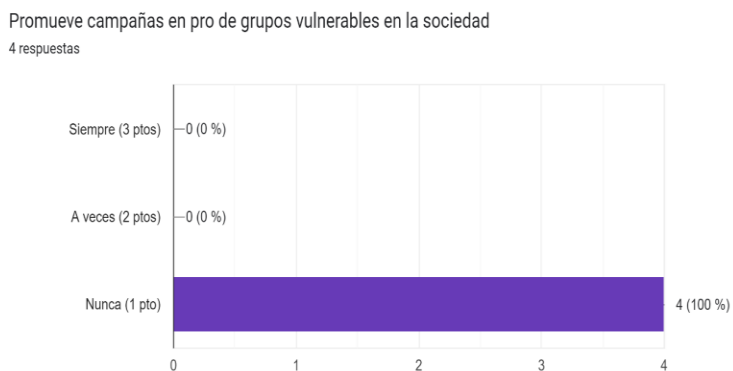
*Ayuda a grupos de la sociedad*



Los resultados revelan que el 100% nunca participa ni ayuda a instituciones o grupos de la sociedad que lo necesitan. Esta carencia de participación impacta negativamente en la contribución al desarrollo comunitario. La ausencia de iniciativas hacia el apoyo a instituciones refleja una falta de compromiso social, lo cual puede afectar la percepción de la empresa en la comunidad y limitar la creación de valor compartido.

**Figura 102.**

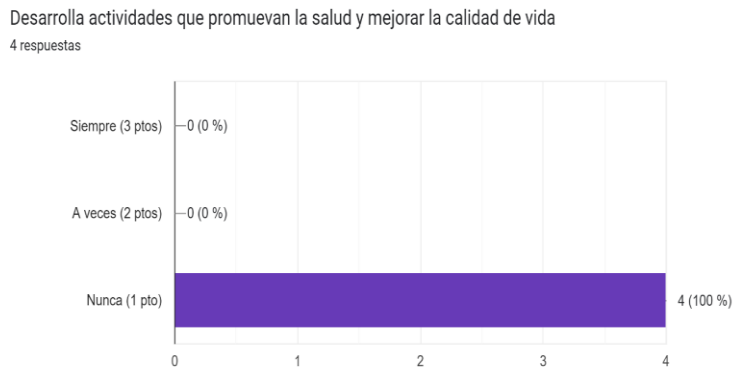
*Campañas a favor de grupo vulnerables*



Las empresas del sector de confitería evaluadas presentan una falta notable de compromiso en la promoción de campañas a favor de grupos vulnerables en la sociedad. Esta carencia no solo podría afectar la percepción de la empresa en términos de responsabilidad social corporativa, sino que también limita su contribución al bienestar comunitario.

### Figura 103.

#### *Actividades para promover la salud y calidad de vida*



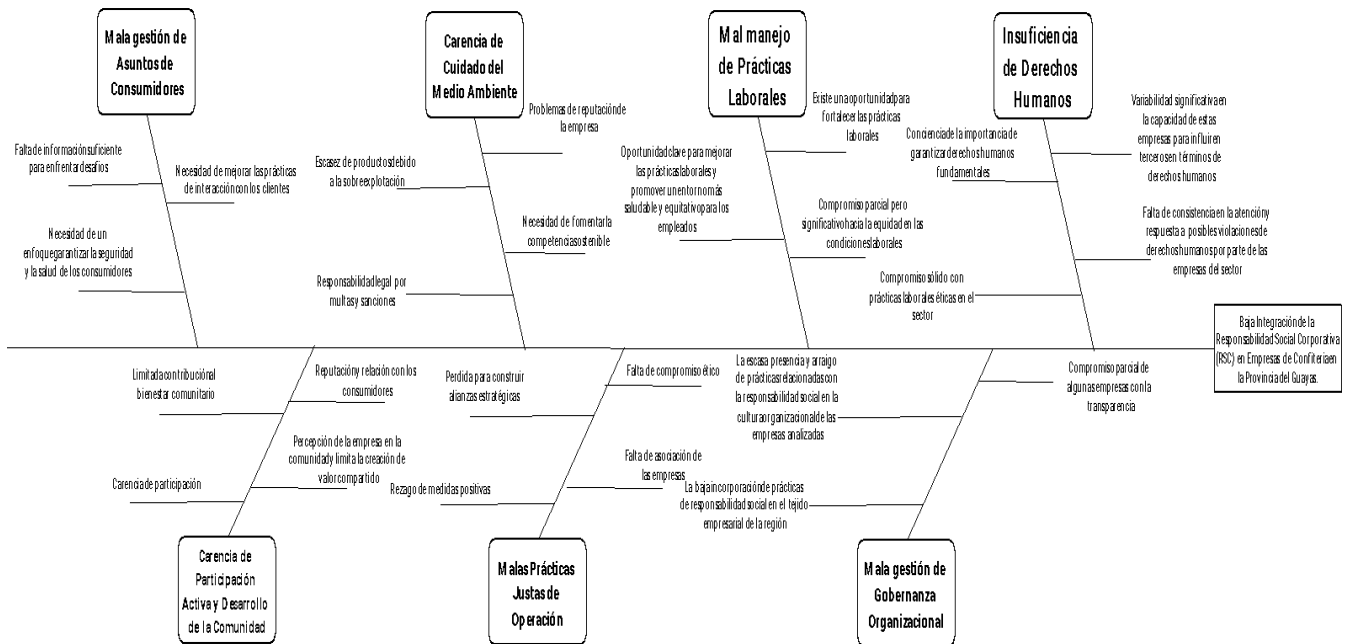
Las empresas analizadas presentan un preocupante 100% de falta de implementación en el indicador relacionado con el desarrollo de actividades que promuevan la salud y mejoren la calidad de vida en la comunidad. La ausencia de iniciativas que fomenten estilos de vida saludables y mejoren la calidad de vida sugiere una desconexión entre las empresas y las necesidades de la comunidad, lo que puede afectar su reputación y relación con los consumidores.

### Diagrama de Ishikawa

La problemática central identificada en el contexto de las empresas de confitería en la provincia del Guayas es la baja integración de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Este problema se desglosa en varias causas fundamentales, que constituyen una red de relaciones causa-efecto en el diagrama de Ishikawa.

**Figura 104.**

*Diagrama de Ishikawa (Espina de Pescado) para la Evaluación de Responsabilidad Social Corporativa en Empresas de Confeitería en la Provincia del Guayas*



## 6.5 Conclusiones

El análisis de las prácticas de RSC en el sector de confitería de la provincia del Guayas revela oportunidades cruciales para mejorar la ética empresarial; la competitividad; y la sostenibilidad a largo plazo.

La revisión en la gestión de los procesos de importación en este sector muestra fortalezas como la diversidad empresarial y el respaldo financiero, pero también debilidades como la desigualdad en la adopción de prácticas de RSC y la falta de colaboración con empresas sostenibles. Las oportunidades de expansión en mercados internacionales y la integración de prácticas sostenibles se perfilan como estrategias clave para diferenciar al sector y superar amenazas como nuevos competidores extranjeros.

La aplicación de estrategias para mejorar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector de confitería en Guayas requiere una estrecha colaboración entre el sector privado, el gobierno y las instituciones financieras. La limitación en la disponibilidad de información de algunas empresas destaca la necesidad de establecer un diálogo constante para garantizar la comprensión y apoyo de todas las partes involucradas. La creación de alianzas estratégicas puede facilitar la implementación de prácticas, como las certificaciones obligatorias, y asegurar un respaldo integral. Un programa de concientización y formación

continúa surge como una herramienta crucial para superar las limitaciones encontradas, como la escasez de datos proporcionados por algunas empresas y la ausencia de presencia en línea. La sensibilización sobre la importancia de la RSC, junto con capacitaciones sobre cómo cumplir con las nuevas certificaciones, se erige como un componente clave para asegurar la adhesión efectiva de las empresas y mitigar los desafíos de comunicación y acceso identificados.

La recomendación clave es abogar por la creación de incentivos fiscales sólidos a nivel gubernamental para estimular la adopción de prácticas responsables en el sector. La aplicación de beneficios económicos y sociales a través de reducciones de impuestos y deducciones puede incentivar inversiones en proyectos sostenibles y programas sociales, en pro de la sostenibilidad económica. Establecer un sistema robusto de monitoreo y evaluación es esencial para medir el impacto de las estrategias propuestas y permitir ajustes según sea necesario. La transparencia y comunicación efectiva emergen como elementos clave para el éxito de las estrategias, contribuyendo a construir la confianza tanto entre las empresas como en la percepción pública. Además, adaptar las estrategias para ser accesibles y beneficiosas para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) locales es fundamental para lograr una transformación equitativa y sostenible del sector.

## 6.6 Referencias Bibliográficas

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2018). *Requisitos para la inscripción y reinscripción de la notificación sanitaria de alimentos procesados*. Obtenido de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/IE-B.3.1.2-ALI-01\\_REQUISITOS-PARA-LA-INSCRIPCION-Y-REINSCRIPCION-DE-LA-NOTIFICACION-SANITARIA-DE-ALIMENTOS-PROCESADO.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/IE-B.3.1.2-ALI-01_REQUISITOS-PARA-LA-INSCRIPCION-Y-REINSCRIPCION-DE-LA-NOTIFICACION-SANITARIA-DE-ALIMENTOS-PROCESADO.pdf)

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (s.f.). *Certificado de Requerimiento o No de Registro Sanitario / Notificación Sanitaria Obligatoria*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/certificado-de-requerimiento-o-no-de-registro-sanitario-notificacion-sanitaria-obligatoria-2/>

Alfonzo, I. M. (1991). *Técnicas de Investigación Bibliográfica*. Caracas: Contexto Editores.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación - Introducción a la metodología científica* (6ta ed.). Caracas: Episteme.



Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2020). *La economía ecuatoriana creció 0,1% en 2019*.  
Obtenido de Banco Central de Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>

Banco Central del Ecuador. (Julio de 2021). *Boletín de Competitividad del Comercio Exterior No. 3*.  
Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/bcteII21.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2006). *Responsabilidad Social en las PYMES de Latinoamérica*.

Cámara de Comercio Ecuador Shanghai China. (29 de Enero de 2021). *Como Importar de China a Ecuador*.  
Obtenido de <https://camaraecuadorshanghai.com/como-importar-de-china-a-ecuador/>

Cámara de Industriales de Productos Alimenticios CIPA. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresaria*.  
Obtenido de CIPA - Alimentos Argentinos:  
<http://www.cipa.org.ar/index.php/rse#:~:text=RSE&text=CIPA%20es%20una%20entidad%20gremial,cual%20desarrollan%20su%20actividad%20industrial>.

CERES. (4 de Enero de 2018). *NESTLÉ es parte de CERES*. Obtenido de <https://www.redceres.com/post/2018/01/04/nestle-es-parte-de-ceres>

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Santiago de Chile: CEPAL.

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (s.f.). *Responsabilidad Social y Sostenibilidad Ecuador*. Obtenido de <https://www.redceres.com/nosotros>

Corporación Financiera Nacional. (Septiembre de 2017). *Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Confiteria.pdf>

Corporación Financiera Nacional. (Noviembre de 2020). *Elaboración de Productos de Confitería*.  
Obtenido de Industrias Manufactureras: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2020/ficha-sectorial-4-trimestre-2020/FS-Confiteria-4T2020.pdf>

- Corporación Financiera Nacional. (Diciembre de 2021). *Ficha sectorial - Elaboración de productos de confitería*.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California management review*, 70-76.
- Guevara Alban, G. (01 de Julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Importaciones Ecuador. (s.f.). *Importar a Ecuador*. Obtenido de <https://www.importacionesecuador.com.ec/transito-internacional/importar-a-ecuador>
- International Organization for Standardization. (s.f.). *ISO 26000 Social responsibility*. Obtenido de ISO: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Ishikawa, K. (1986). *Guide to quality control*. Asian Productivity Organization.
- Nestlé Ecuador. (2016). *Informe de Creación de Valor Compartido*. Quito.
- Nestlé Ecuador. (Octubre de 2022). *Nestlé Ecuador recibe el Distintivo ESR® como Empresa Socialmente Responsable*. Obtenido de Nestlé: <https://www.nestle.com.ec/es/media/news/nestle-ecuador-recibe-el-distintivo-esr>
- Niello, J. V. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)* , 26.
- Nieto, N. T. (25 de Junio de 2018). *Tipos de investigación*. Obtenido de Core: <https://core.ac.uk/works/73024426>
- Observatorio de RSC. (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de [https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. (2017). *Manual de control de los alimentos importados basado en el riesgo*. Rome, Italy: FAO. Obtenido de <https://www.fao.org/documents/card/es?details=5bed4c18-69b4-4104-88a5-51c689ebb772%2f>

- Organización Panamericana de la Salud. (2019). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones*. Washington, DC. Obtenido de [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51523/9789275320327\\_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51523/9789275320327_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pino, D. C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, 173–198. Obtenido de <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Ponce Talancón , H. (Septiembre de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Pro Ecuador. (31 de Enero de 2022). *Guía del Importador en España*. Obtenido de Guías comerciales: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-importador-en-espana/>
- Red Española. (2021). Gestión responsable de la cadena de suministro: trasladando el compromiso por la sostenibilidad a los proveedores. *Pacto mundial*, 5.
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (1 de Noviembre de 2009). Pacto Mundial: 5 años de experiencia en RSE. *Red Pacto Mundial Española*, 135. Obtenido de <https://www.pactomundial.org/biblioteca/pacto-mundial-5-anos-de-experiencia-en-rse/>
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (1 de Noviembre de 2014). El valor de compartir principios. 10 años de la Red Española del Pacto Mundial. *Red Pacto Mundial España*, 84. Obtenido de <https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2015/03/Estudio-REPM-El-valor-de-compartir-Principios.pdf>
- RESOLUCIÓN No. 009-2022.* (s.f.). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/RESOLUCION-009-2022.pdf>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Obtenido de [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (14 de Agosto de 2014). *REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 103 “PRODUCTOS DE CONFITERÍA”*. Legales EDLE S.A. Obtenido de Registro Oficial 311: <https://www.fielweb.com/Index.aspx?69&nid=1072389#norma/1072389>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Para Importar*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador - Servicio al Ciudadano: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (2007). *LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD*. Obtenido de <https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC076732/#:~:text=La%20presente%20Ley%20del%20Sistema,compromisos%20internacion es%20en%20%C3%A9sta%20materia.>

Tamayo, G. (2001). Diseños muestrales en la investigación. *Semestre económico*.

Urzola, P. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Petroglifos Revista Crítica Transdisciplinar*, 38.

Vernaza, K. (Noviembre de 2014). *Análisis de la responsabilidad social en el Ecuador en el período 2006 - 2012: Caso Vernaza Gráfico Cia. Ltda.* Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7422/10.C06.001523.pdf?sequence>



ISBN: 978-9942-960-94-8



9 789942 960948