

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

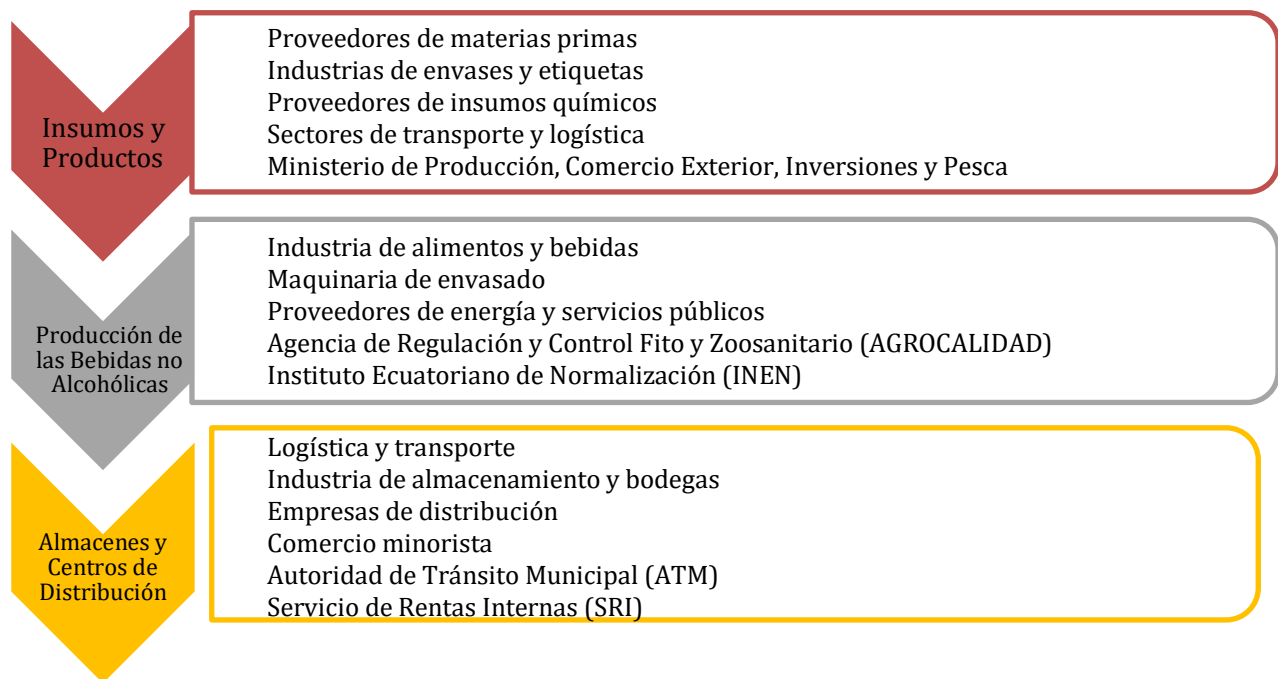
mercado en relación con la RSC en los procesos de importación. Luego, se utiliza, la técnica de cotejo señalada en la introducción para establecer prácticas de RSC.

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

Importación de bebidas no alcohólicas		
Año	FOB (Miles \$)	Costo Promedio por Tonelada en dólares
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

Balanza comercial de bebidas no alcohólicas	
Año	FOB (Miles \$)
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.

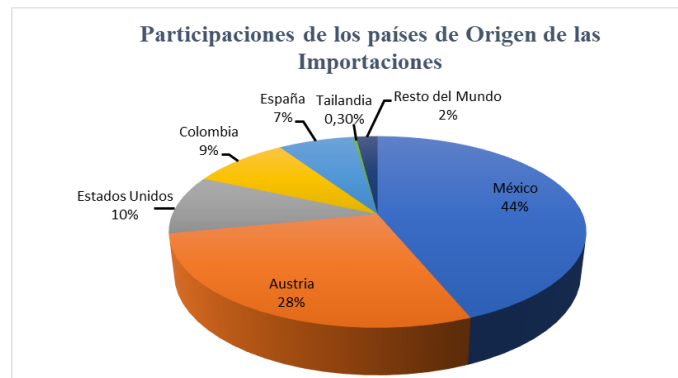
Proveedores de otros países que exportan a Ecuador bebidas no alcohólica

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
Total	5,327	8,024	2,207

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

Compañía Extranjera	Descripción	Barreras de Entrada
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.

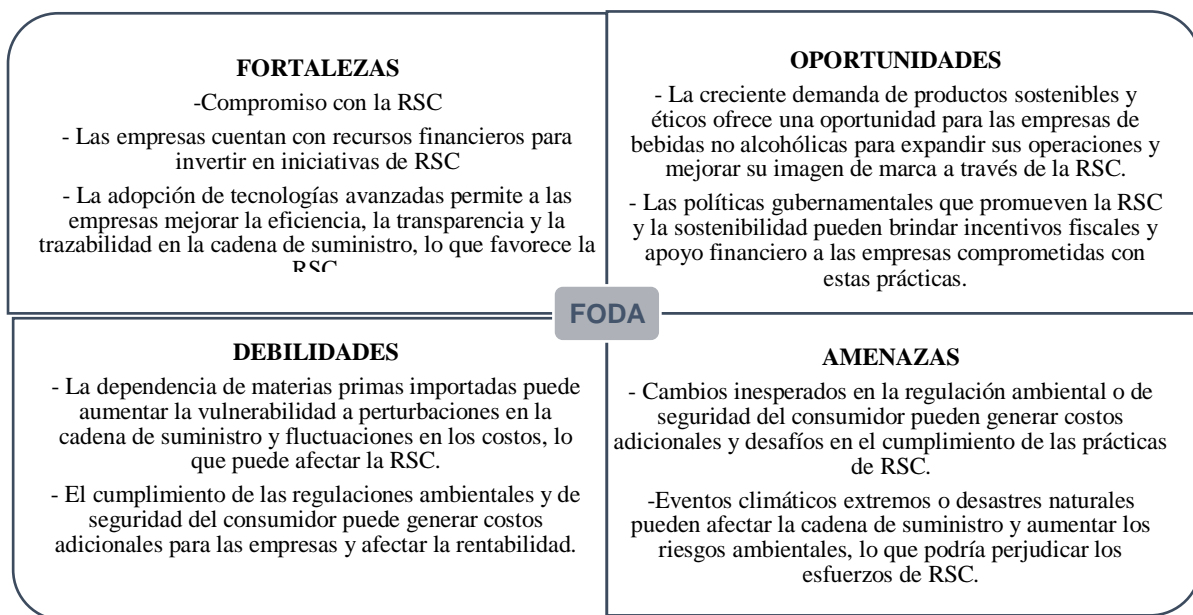
Entorno Ambiental. - El análisis del entorno ambiental en RSC de empresas de bebidas no alcohólicas en Guayas, Ecuador (2020-2022), destaca tendencias como la creciente conciencia ambiental. Las expectativas sobre prácticas sostenibles han aumentado, impulsan la necesidad de cumplir con regulaciones 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



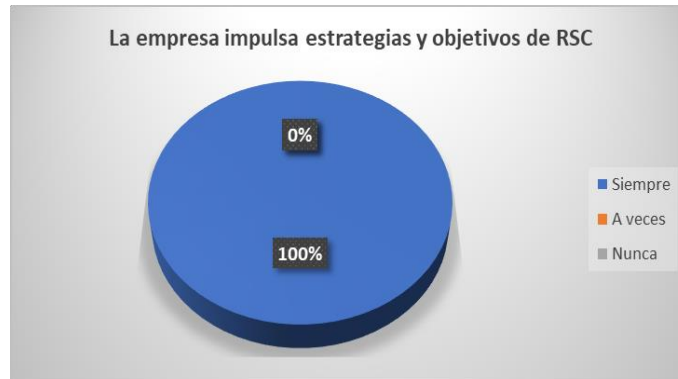
3.9.3 Incidencia de la RSC en Empresas Comerciales del Sector de bebidas no alcohólicas

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.

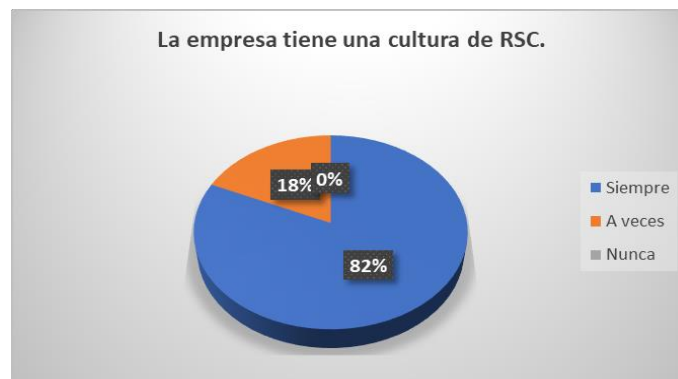
Estrategias y objetivos de RSC



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.

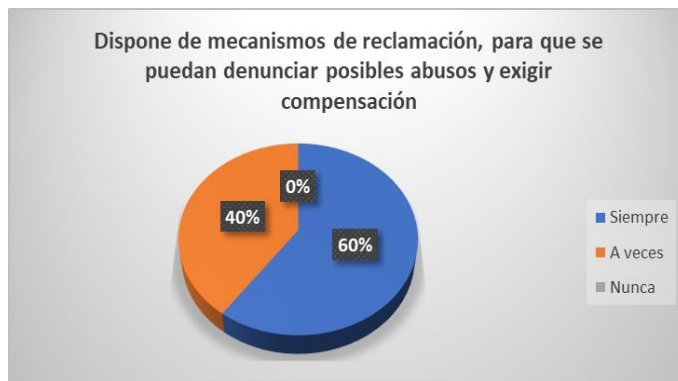
Figura 10.
Rendición de cuentas



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

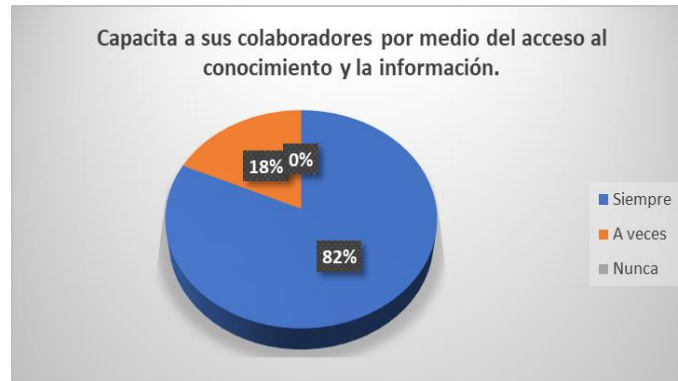


Las empresas marcaron 100% en influir sobre el comportamiento de terceros para garantizar los derechos humanos. Esto destaca su impacto, pero es crucial buscar una influencia más coherente para avanzar hacia una sociedad más justa y ética. A pesar del puntaje perfecto, buscar una mayor coherencia en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

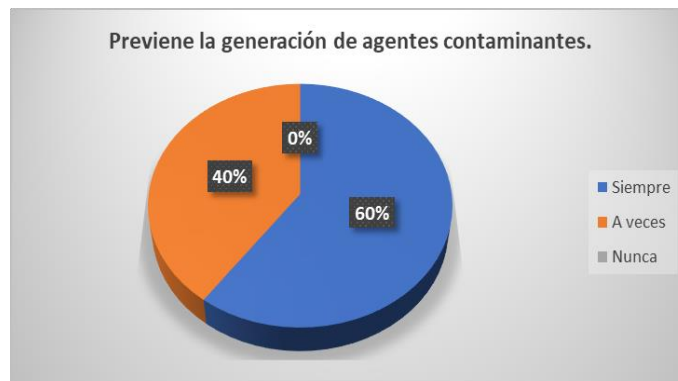
Figura 16.
Condiciones Laborales



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

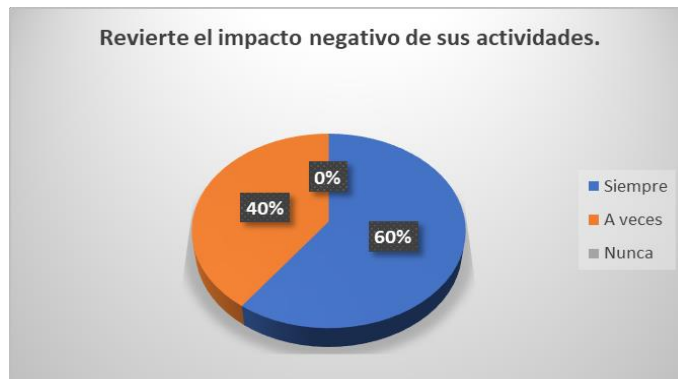
Figura 17.
Prevención de contaminación



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

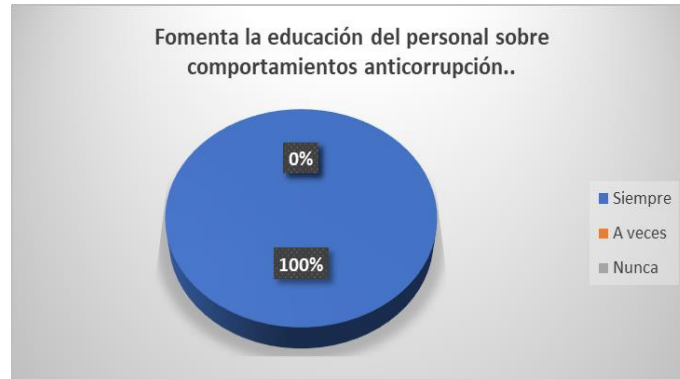


El 60% de las empresas emplea innovaciones tecnológicas constantemente para disminuir el uso de recursos no renovables, mientras que el 40% lo hace ocasionalmente, reducir el uso de recursos no renovables mediante la innovación tecnológica es vital para la sostenibilidad. Se destaca la importancia de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

Variable: Prácticas Justas de Operación

Figura 20.

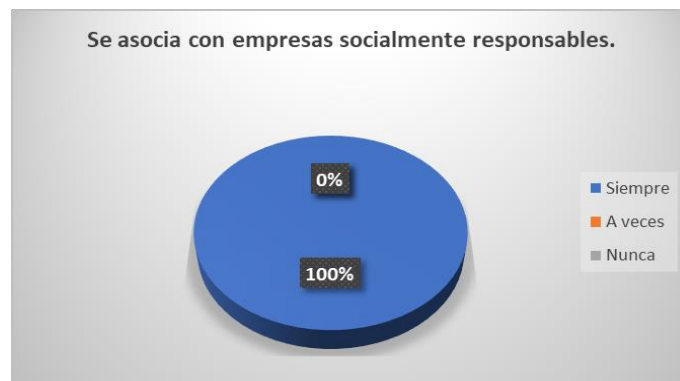
Comportamiento anticorrupción



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.

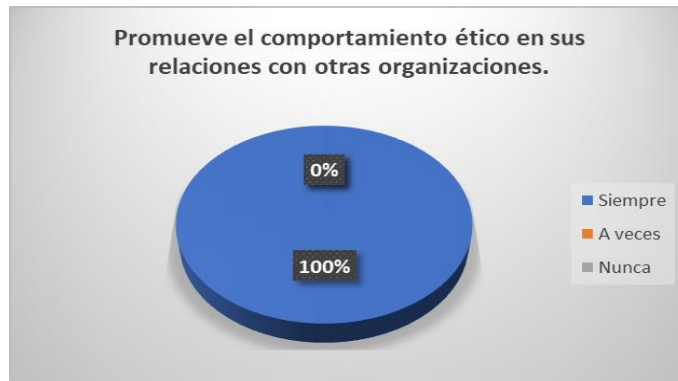
Asociación con empresas socialmente responsables



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.

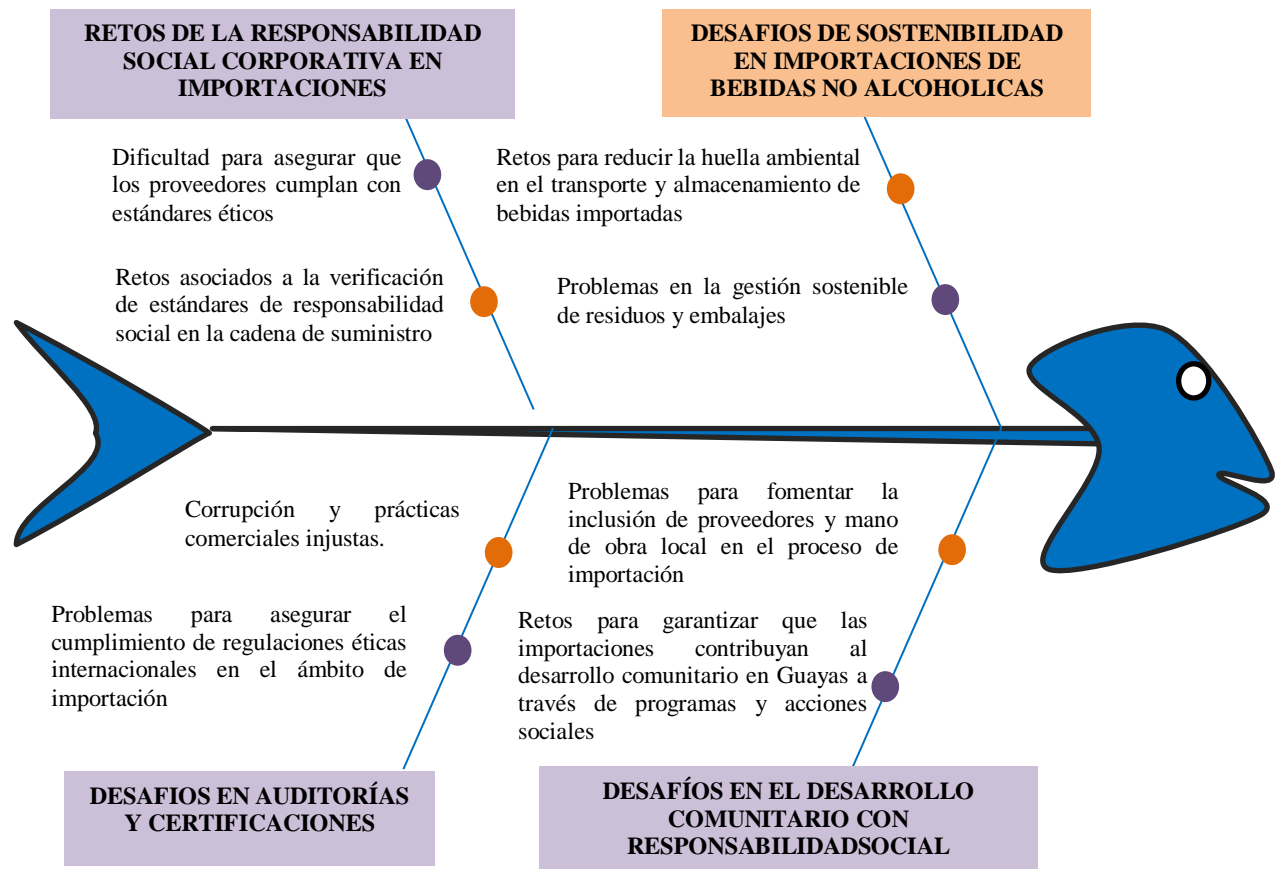
Problema 2. **Impacto Ambiental en Importaciones:** El impacto ambiental en las importaciones de bebidas no alcohólicas se refleja en la generación de huella de carbono considerable, debido al transporte y almacenamiento. La gestión inadecuada de residuos y embalajes contribuye genera desechos, con impacto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