



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN FINANZAS - CONTADOR PÚBLICO - AUDITOR**

**TEMA: ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS NORMAS DE ETIQUETADO DE
PRODUCTOS PROCESADOS ADOPTADAS POR EL SECTOR INDUSTRIAL
PANIFICADOR EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS DE LOS CONSUMIDORES DE
QUITO POR EL PERÍODO 2014-2017**

AUTOR: PALOMINO GRANDA, CINDY LIZETH

DIRECTOR: ING. GUILLÉN SEVILLA, WILSON RODRIGO

SANGOLGUÍ

2019

CERTIFICADO



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS NORMAS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS PROCESADOS ADOPTADAS POR EL SECTOR INDUSTRIAL PANIFICADOR EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS DE LOS CONSUMIDORES DE QUITO POR EL PERÍODO 2014-2017" realizado por la señorita Cindy Lizeth Palomino Granda, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar a la señorita Cindy Lizeth Palomino Granda para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, marzo del 2018

Ing. Wilson Rodrigo Guillén Sevilla

DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CINDY LIZETH PALOMINO GRANDA**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS NORMAS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS PROCESADOS ADOPTADAS POR EL SECTOR INDUSTRIAL PANIFICADOR EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS DE LOS CONSUMIDORES DE QUITO POR EL PERÍODO 2014-2017", es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, marzo del 2018

PALOMINO GRANDA, CINDY LIZETH

C.C. 172237338-6

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, CINDY LIZETH PALOMINO GRANDA, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación “ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS NORMAS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS PROCESADOS ADOPTADAS POR EL SECTOR INDUSTRIAL PANIFICADOR EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS DE LOS CONSUMIDORES DE QUITO POR EL PERÍODO 2014-2017”, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, marzo del 2018

PALOMINO GRANDA, CINDY LIZETH

C.C. 172237338-6

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a Dios por haberme guiado por un buen camino, por brindarme las oportunidades para cumplir cada uno de los objetivos que me he planteado y por haberme bendecido rodeándome de personas buenas para aprender lecciones de vida importantes.

A mi madre y hermana quienes son la mejor inspiración de esfuerzo constante y amor incondicional, que me han entregado todo el apoyo y comprensión en cada una de mis etapas, enseñándome valores y principios para desarrollarme como una mejor persona.

A mi familia y amigos quienes han estado presentes de manera constante compartiendo sus aprendizajes y brindándome fuerza para no decaer en momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por su sacrificio y apoyo para que cumpla cada una de las metas propuestas, quienes han tenido la sabiduría y paciencia para inculcar principios que me permitan crecer como persona.

A mi hermana Jessica por su incondicionalidad en todos los momentos de mi vida, por ser el mejor ejemplo a seguir y porque gracias a ella he aprendido valores tan importantes como lo es la humildad, la persistencia y la integridad.

A mi director de tesis, Ingeniero Rodrigo Guillén por acceder a orientarme en el desarrollo del presente proyecto de investigación despejando cada una de las dudas que se presentaron.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPITULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema de investigación	1
<i>1.1.1 Formulación del problema</i>	3
<i>1.1.2 Variables</i>	3
1.2 Antecedentes	5
1.3 Justificación	5
1.4 Importancia	6
1.5 Objetivos	7
<i>1.5.1 Objetivo General</i>	7
<i>1.5.2 Objetivos Específicos</i>	7
CAPITULO II	8
2. MARCO TEORICO	8
2.1. Antecedentes Investigativos	8
2.2 Fundamentación teórica	10
<i>2.2.1 Antecedentes de la investigación</i>	10
<i>2.2.2 El Sector Industrial Panificador en el Ecuador</i>	10
<i>2.2.2 Bases teóricas</i>	23
2.3 Fundamentación Conceptual	33
2.4 Fundamentación legal	35
<i>2.4.1 Plan Nacional del Buen Vivir</i>	35

2.4.2 Constitución de la República del Ecuador	36
2.4.3 Ley Orgánica de Salud.....	37
2.4.4 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	37
2.4.5 Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 (2R) “ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS, ENVASADOS Y EMPAQUETADOS”	38
CAPITULO III	43
3. METODOLOGÍA	43
3.1. Enfoque de la investigación	43
3.2. Tipos de investigación	43
3.2.1 Por su finalidad Aplicada	43
3.2.2. Por las fuentes de información Mixto	44
3.2.3. Por las unidades de análisis Insitu	44
3.2.4. Por el control de las variables No experimental	44
3.2.5. Por el alcance Correlacional.....	44
3.3. Hipótesis	45
3.4. Instrumentos de recolección de información	45
3.5. Procedimiento para recolección de datos	46
6.6 Cobertura de las unidades de análisis	46
6.6.1. Población y Muestra	46
6.7 Procedimiento para tratamiento y análisis de información	51
CAPITULO IV	52
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	52
4.1 Consumidores de pan empacado	52
4.1.1 Análisis de los resultados.....	52
4.1.2. Comprobación de hipótesis.....	68
4.1.3. Informe Final de Resultados	72
CAPITULO V	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
5.1 Conclusiones	75
5.2 Recomendaciones	76

REFERENCIAS	77
Bibliografía.....	77

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Resultados Sector de Alimentos</i>	12
Tabla 2: <i>Resultados Moderna Alimentos S.A.</i>	17
Tabla 3: <i>Gestión Económica año 2016 Moderna Alimentos S.A.</i>	17
Tabla 4: <i>Contribución tributaria Moderna Alimentos S.A.</i>	18
Tabla 5: <i>Resultados Maxipan S.A.</i>	20
Tabla 6: <i>Contribución Tributaria Maxipan S.A.</i>	20
Tabla 7: <i>Resultados Tiosa S.A.</i>	22
Tabla 8: <i>Contribución tributaria Tiosa S.A.</i>	22
Tabla 9: <i>Población de la investigación</i>	49
Tabla 10: <i>Tabla de Contingencia</i>	69
Tabla 11: <i>Consumo vs. Salud</i>	69
Tabla 12: <i>Alternativas análisis Chi-cuadrado</i>	70

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Sobrepeso, obesidad por provincia	2
<i>Figura 2:</i> Operacionalización de variables	4
<i>Figura 3:</i> Estructura industria manufacturera.....	11
<i>Figura 4:</i> Etiquetado productos de consumo diario Moderna	14
<i>Figura 5:</i> Compras trigo nacional por Moderna Alimentos S.A.	15
<i>Figura 6:</i> Impuestos Moderna Alimentos S.A.....	18
<i>Figura 7:</i> Impuestos Maxipan S.A.....	21
<i>Figura 8:</i> Impuestos Tiosa S.A.....	22
<i>Figura 9:</i> Ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial	24
<i>Figura 10:</i> Teoría integradora de Contratos Sociales	28
<i>Figura 11:</i> Teoría sobre la Ética y la Moral.....	30
<i>Figura 12:</i> Principios del Pacto Mundial.....	31
<i>Figura 13:</i> Derechos del Pacto Mundial	32
<i>Figura 14:</i> Evolución del Gasto Social 2009-2014	36
<i>Figura 15:</i> Concentración grasas, azúcares, sal.....	40
<i>Figura 16:</i> Áreas del sistema gráfico.....	41
<i>Figura 17:</i> Porcentajes en relación al tamaño.....	41
<i>Figura 18:</i> Esencia muestreo cuantitativo	47
<i>Figura 19:</i> Mercado laboral	49
<i>Figura 20:</i> Pregunta 1	53
<i>Figura 21:</i> Pregunta 2	54
<i>Figura 22:</i> Pregunta 3	55
<i>Figura 23:</i> Pregunta 4	56
<i>Figura 24:</i> Pregunta 5	57
<i>Figura 25:</i> Pregunta 6	58
<i>Figura 26:</i> Pregunta 7	59
<i>Figura 27:</i> Pregunta 8	60
<i>Figura 28:</i> Pregunta 9	61
<i>Figura 29:</i> Pregunta 10	62

<i>Figura 30: Pregunta 11</i>	63
<i>Figura 31: Pregunta 12</i>	64
<i>Figura 32: Pregunta 13</i>	65
<i>Figura 33: Pregunta 15</i>	67
<i>Figura 34: Pregunta 16</i>	68

RESUMEN

Actualmente la nutrición es un tema de vital importancia para las autoridades gubernamentales debido a que la población se ve afectada principalmente por enfermedades como el sobrepeso, la obesidad y la diabetes, cuya principal causa constituyen los malos hábitos alimenticios y la poca información con la que cuentan las personas al momento de adquirir un producto. Uno de los productos con gran cantidad de nutrientes valiosos necesarios para el correcto funcionamiento del organismo es el pan. Priorizando la problemática en mención en el año 2014 las industrias de alimentos y bebidas procesadas deben cumplir con lo estipulado en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN-022 “Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados”, con el objeto de proteger la salud de la comunidad facilitando al consumidor la información de los nutrientes mediante la implantación del semáforo nutricional, pudiendo ser éste de color verde y amarillo cuando los productos contienen niveles bajos o moderados de sal, azúcar y grasa mientras que el rojo se presenta como una amenaza. El presente proyecto tiene como finalidad investigar la afectación de esta normativa en el sector industrial de alimentos y bebidas procesadas, tomando como referencia las empresas que comercializan pan empaquetado, así como también medir el impacto en las decisiones de compra en pro de la salud para los consumidores de dicho producto. Es importante mencionar que el Sector de Alimentos y Bebidas contribuye con el desarrollo de la Industria Manufacturera, la cual representa alrededor del 14 % del Producto Interno Bruto.

Palabras claves:

- **HÁBITOS ALIMENTICIOS**
- **SEMÁFORO NUTRICIONAL**
- **REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO**
- **SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**
- **INDUSTRIA MANUFACTURERA**

ABSTRACT

Currently the nutrition is a subject of vital importance for government authorities because the population is mainly affected by diseases such as overweight, obesity and diabetes. Packed bread has a lot of valuable nutrients necessary for proper organism functioning, on the other hand people have poor eating habits and they don't have enough information about product when they decide to buy them. Prioritizing this issue in 2014, processed food and beverage industries must comply with the provisions of the Ecuadorian Technical Regulation RTE INEN-022 called "Labeling of processed, packaged and packaged food products", whose purpose is to protect the health of the community. Therefore all the nutrition information must be on the label. The nutrition facts label for packaged foods has to have the content of sugar, fat and salt that the products have by means of the implantation of traffic light label, it goes for green, yellow and red only as a treat. The label makes easier for consumer to make better informed food choices. The purpose of this project is to investigate the effects of this regulation in the industrial sector of processed foods and beverages, taking as reference the companies that sell packaged bread, as well as measuring the impact on purchasing decisions in favor of health for the consumers when they decide to buy packed bread. Finally, it is important to mention that Food and Beverage sector contributes on the development of the manufacturing industry which represents around 14% of the gross domestic Product.

KEY WORDS:

- **FEEDING HABITS**
- **TRAFFIC LIGHT LABEL**
- **ECUADORIAN TECHNICAL REGULATION**
- **FOOD AND BEVERAGE SECTOR**
- **MANUFACTURING INDUSTRY**

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema de investigación

Los hábitos alimenticios constituyen un factor de riesgo para que las personas desarrollen enfermedades crónicas mortales. A nivel mundial, la diabetes y las enfermedades hipertensivas atacan a gran parte de la población, de acuerdo a datos presentados por la (Organización Mundial de la Salud, 2011), las cifras por obesidad y sobrepeso crecen gradualmente ocasionando muerte a decenas de millones de habitantes, en su mayoría menores de 60 años de edad.

En Ecuador, según la Encuesta Nacional de Salud y Malnutrición (Ministerio de Salud Pública, Instituto nacional de estadísticas y censos, 2013) la diabetes mellitus tipo 2, la enfermedad hipertensiva y la enfermedad cerebrovascular fueron las principales causas de muerte. Ésta también (citado de WHO, 2004) recalca que:

En todos los países en los que existen datos disponibles, se ha evidenciado que los factores de riesgo que determinan la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles son el consumo de elevado de alimentos poco nutritivos con la densidad energética y alto contenido de grasa, azúcar y sal, así como la reducción de los niveles de actividad física. (p. 45)

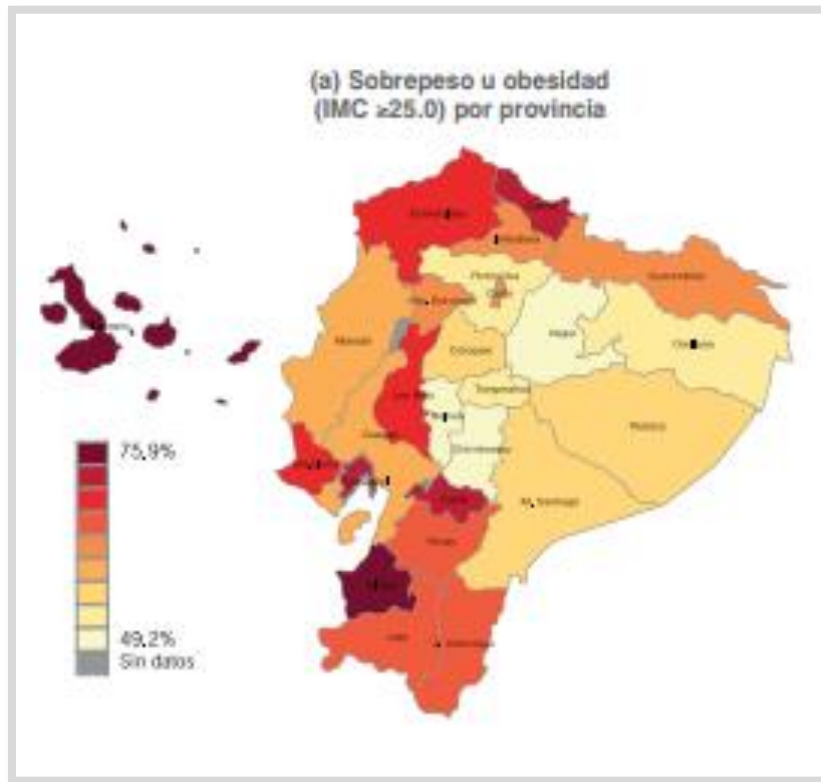


Figura 1: Sobrepeso, obesidad por provincia
Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

Con el fin de combatir la problemática planteada el gobierno ecuatoriano implementa en el año 2014 el Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, que establece que las industrias deben informar al público en general los niveles de grasas, sal y azúcar, a fin de garantizar el derecho de las personas al acceso de la información necesaria para la toma de una decisión adecuada en cuanto a lo que va a consumir. (Ministerio de Salud Pública, 2014).

El Reglamento en mención se alinea con uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013), el cual pretende: “Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas”

Esta normativa es de aplicación obligatoria para todas las empresas que comercialicen alimentos procesados para el consumo humano en el territorio nacional, por lo que existió una afectación en el sector industrial para acatar dicho reglamento. La presente investigación pretende realizar un análisis de la industria panificadora en cuanto al acatamiento del Reglamento y su afectación en los consumidores en beneficio de su salud.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto de las normas de etiquetado de productos procesados adoptadas por el sector industrial panificador en los hábitos alimenticios de los consumidores de Quito?

1.1.2 Variables

De acuerdo a (Arias, 2012), una variable es “una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación”. De acuerdo a su funcionalidad en una relación causal las variables pueden identificarse como independientes o dependientes.

Las variables independientes son las causas que generan y explican los cambios en la variable dependiente; las dependientes son aquellas que se modifican por acción de la variable independiente. Constituyen los efectos o consecuencias que se miden y que dan origen a los resultados de la investigación.

Como variables independientes, el estudio se centra en las medidas que establece el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano; y como dependientes la afectación que ha tenido esta normativa en el sector industrial panificadora a favor de la población quiteña en cuanto a sus hábitos alimenticios.

1.1.2.1 Operacionalización de las Variables

De acuerdo a lo que establece (Arias, 2012) la operacionalización de las variables es el “proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores”; para el presente estudio las variables se operacionalizan como se detalla a continuación:

OBJETIVO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR
Determinar el impacto de la aplicación de las normas de etiquetado de los productos adoptadas por el sector industrial panificador en los hábitos alimenticios de los consumidores de Quito en el periodo comprendido entre los años 2014-2017.	Variable Independiente: Normas de etiquetado nutricional de alimentos procesados	Etiquetado de alimentos procesados	Aplicación de la normativa
	Variable Dependiente: Industria Panificadora que acata la normativa de etiquetado	Afectación de la Industria Panificadora	Programas de RSE: Producto Contribución al Sector Productivo Contribución Tributaria
	Variable Dependiente: Hábitos alimenticios de los consumidores de productos de panificación	Consumo pan empacado	Demanda

Figura 2: Operacionalización de variables

Fuente: Elaboración propia

1.2 Antecedentes

En el Ecuador uno de los principales problemas de salud pública es la obesidad por lo que es un punto fundamental en donde se enfoca el Gobierno para tomar medidas preventivas, debido a que tiene una relación directa con el incremento en los costos de los sistemas de salud y un deterioro en la calidad de vida de la población. Según indica la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición ENSANUT (Ministerio de Salud Pública, Instituto nacional de estadísticas y censos, 2013) para combatir este problema es necesario la participación de todos los sectores de la sociedad para promover una política de salud dirigida a la prevención y control del sobrepeso y la obesidad recomendando: “desarrollar un sistema de etiquetado de información nutricional de alimentos comprensible y frontal, que oriente sobre la selección y compra de alimentos saludables, de manera que permitan a la población tomar mejores decisiones en el momento de la compra.”

Según (Guevara, 2016), una encuesta por correo realizada entre los años 2005 y 2008, señala que en Estados Unidos se redujo el consumo de sal del 48% al 56% y se incrementó la lectura del contenido de las etiquetas del 64% al 69%. La mismo estudio destacó que el 49% de los encuestados no optan por comprar productos bajos en sal debido a que éstos son más costosos (citado en Ayala, 2010). Otra investigación en Australia concluyó que el uso de la semaforización de alimentos de advertencia frontal hacía que fuese cinco veces más probable que los consumidores identificaran productos más saludables que con otro tipo de etiquetas (citado en Kelly et, al 2009).

El Observatorio de Economía Latinoamericana manifiesta que: “más del 20% de las grandes y medianas industrias de alimentos han reportado el haber reducido en al menos un producto el componente de azúcar, grasa o sal, para poder tener un producto que no lleve el etiquetado rojo”. (Alfredo Hoyos Zavala, Kerlly Yance Jácome, Alex Rendón Alin, 2015)

1.3 Justificación

En el año 2014 entra en vigencia el Reglamento Sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, con el objetivo de informar a los consumidores sobre los

niveles de azúcar, grasa y sal que contienen los productos. Esta es una de las medidas que establece el Gobierno en beneficio de la población, para combatir enfermedades no transmisibles, entre ellas la obesidad y el sobrepeso, y a la vez bajar los costos del presupuesto asignado para salud pública. El acatamiento de esta normativa tiene una afectación en el sector industrial, debido a que deben incurrir en una reestructuración de sus procesos para ofertar productos que cumplan con los estándares de etiquetado implementado y que a la vez sean saludables. Según la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas, (ANFAB, 2017) , el Ecuador es el primer país a nivel de Latinoamérica que ha implementado el semáforo nutricional.

Cabe recalcar que la industria de alimentos y bebidas es una de las más importantes en el país ya que tiene un peso del 38% dentro del total producto manufacturero, (Fausto Maldonado, Gabriela Proaño, 2015). Uno de los factores que incide directamente en el posicionamiento de esta industria es el mercado externo, así como el consumo de los hogares. De acuerdo a una encuesta realizada en el 2014 por Kantar Worlpane, empresa líder en el análisis y conocimiento de los consumidores, la información nutricional es más visible en productos como pan de molde, gaseosas, yogurt, margarina o mantequilla y mayonesa. (EL COMERCIO, 2014)

El presente estudio identifica el impacto real que han tenido las normas de etiquetado de productos procesados adoptadas por las industrias de panificación a partir del año 2014, en los consumidores, con el fin de mejorar la calidad de vida. La investigación analiza si la información nutricional que presentan las empresas, consecuencia de la normativa vigente antes mencionada, es de utilidad para las decisiones de consumo.

1.4 Importancia

El impacto de las normas de etiquetado de productos procesados adoptadas por las industrias alimenticias en los hábitos de consumo de las personas es un tema de gran relevancia en la actualidad, pues mediante esta regulación el Gobierno pretende mejorar la calidad de vida de la población.

Realizar el presente estudio conlleva analizar varios aspectos importantes que son consecuencia de la aplicación del reglamento tanto desde la perspectiva del sector productivo, específicamente de la industria panificadora, considerando que el pan constituye un alimento

básico en la dieta de los ecuatorianos siendo parte del primer nivel de la pirámide nutricional; así como también desde el enfoque de los consumidores en cuanto al cambio de hábitos alimenticios que contribuyan positivamente en su bienestar.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar el impacto de la aplicación de las normas de etiquetado de los productos adoptadas por el sector industrial panificador en los hábitos alimenticios de los consumidores de Quito en el periodo comprendido entre los años 2014-2017.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Investigar la normativa de etiquetado de alimentos procesados de consumo humano vigente definiendo las bases teóricas en las que se desarrolla la presente investigación.
- Analizar la afectación de las industrias del sector panificador de Quito por adoptar la normativa en cuanto al Etiquetado de sus productos durante el periodo 2014-2017.
- Medir la incidencia de las normas de etiquetado de alimentos procesados de consumo humano en beneficio de la calidad de vida de la población quiteña en cuanto a sus hábitos de consumo de pan de molde empacado.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes Investigativos

El presente análisis del impacto de las normas de etiquetado de productos procesados adoptadas por el sector industrial panificador en los hábitos alimenticios de los consumidores de Quito por el período 2014-2017, toma como antecedentes investigativos los siguientes trabajos:

(Montenegro, 2016), realiza un estudio titulado: “Impacto de las políticas del etiquetado de los alimentos procesados desde la perspectiva de los empresarios y los consumidores en el cantón Quito”; cuyo objetivo general es analizar la implementación del sistema de semáforo nutricional en el etiquetado de alimentos tanto del punto de vista de la población quiteña como desde el sector empresarial. Toma como base teórica la de Grunert and Wills, con el fin de comprender el comportamiento del consumidor frente a un cambio en la etiqueta nutricional. El autor en mención utiliza una metodología cuantitativa, con alcances de tipo exploratorio, descriptiva y correlacional obteniendo resultados que concluyen que la mayoría de consumidores encuestados han cambiado sus hábitos alimenticios en uno o más productos en base a un criterio más saludable. Desde la perspectiva empresarial, el autor determina que hay una afectación negativa tomando en consideración factores como los costos, las ventas y la percepción de los clientes sobre los aportes nutritivos de los productos.

Como segundo antecedente para el desarrollo del presente análisis se toma como referencia el artículo publicado por (Poveda, 2016) que se titula: “Impacto del sistema de alertas "semáforo" del contenido de azúcar, sal y grasa en etiquetas de alimentos procesados: enfoque cualitativo”, el cual pretende analizar el impacto de la implementación de este sistema de alerta en el consumo de alimentos procesados para determinar si la medida realmente ha tenido el impacto deseado y ha reducido el consumo de productos con alerta roja en cuanto al etiquetado. El estudio del autor concluye lo siguiente:

Si bien los entrevistados se muestran escépticos en cuanto a que la medida adoptada pueda cambiar considerablemente los malos hábitos alimenticios de la población ecuatoriana, la mayoría manifiesta haber reducido el consumo de productos con alto contenido de azúcar, sal y grasa disminuyendo las porciones y la frecuencia de consumo.

El tercer antecedente que se considera es la investigación realizada por (Ortega, 2016) cuyo tema es “Análisis del impacto del Semáforo Nutricional en la gestión comercial de las empresas de embutidos y lácteos en la ciudad de Loja 2016” que tiene por objetivo realizar un estudio comparativo de las ventas a nivel local de ciertos productos, antes y después de instituir el semáforo nutricional para determinar de qué manera funciona la normativa. Este análisis se desarrolla mediante un método exploratorio el cual le permite recoger, analizar y representar los resultados de la observación; adicional, aplica el método descriptivo que le proporciona las herramientas necesarias para conocer el entorno industrial de los productos antes citados fijando una variable cualitativa fundamentada en entrevistas efectuadas a los jefes de producción, marketing y comercialización de las empresas, así como una variable cuantitativa basada en encuestas dirigidas a los consumidores. Los resultados que obtiene el autor son los que se detallan a continuación:

El Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, que incluye el semáforo nutricional, ha influido favorablemente en el comportamiento de los consumidores en el hogar. El costo involucrado en el cambio de etiqueta de los productos no implica un cambio mayor en el precio final. Las ventas de embutidos y lácteos no se han visto afectadas negativamente en la actualidad.

Además se considera la investigación “Los procesos de Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en la información contable de las empresas del Sector Industrial del Cantón Latacunga-Provincia Cotopaxi” realizada por (Cofre, 2016). La metodología que emplea el autor es cuantitativa basada en investigación de tipo documental y de campo (información recolectada en escenarios reales), concluyendo principalmente que “no existe el enfoque de considerar a la Contabilidad como una ciencia social sino que se continua dándole un papel técnico de análisis predominantemente financiero, por lo que no inciden en su información contable”.

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Antecedentes de la investigación

De acuerdo a cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, en el año 2016 la Industria Manufacturera, a excepción de la refinación de petróleo, tiene la mayor participación dentro del PIB con un 14%. En esta industria el aporte con más peso está determinado por la sección de alimentos y bebidas contribuyendo con un aporte del 49,40%. (INEC, 2016). El Gobierno ecuatoriano en 2014 pone en vigencia el Reglamento de Etiquetados de alimentos procesados para el consumo humano con el fin de garantizar productos de calidad alineados al cumplimiento de ciertos requisitos que certifiquen la seguridad de los alimentos, con el fin de contribuir a la población en la mejora de sus hábitos alimenticios nutricionales.

Se enfatiza la investigación en el mercado panificador industrial debido a que éste ha ido desarrollándose conforme pasan los años, pues nuestra cultura alimenticia hace del pan uno de los alimentos más demandados, ocasionando que estas empresas sean altamente competitivas y oferten una amplia gama de opciones, principalmente con productos en donde se destaca el valor agregado enmarcado dentro de la responsabilidad social, tomando como referencia las normas y procedimientos de aseguramiento y buenas prácticas de manufactura.

2.2.2 El Sector Industrial Panificador en el Ecuador

En el Ecuador el sector de elaboración de alimentos y bebidas tiene una participación importante dentro de la economía en lo que respecta al sector manufacturero; según la ficha sectorial de la (Corporación Financiera Nacional, CFN, 2018), éste aportó la suma de USD 3.229,67 millones durante el año 2016, teniendo una contribución en el total del PIB del 4,6%, el cual representa el 38% del sector manufacturero exceptuando la refinación de petróleo. En lo que respecta a la industria que se dedica a la elaboración de productos de molinería, panadería y fideos, contribuyen con el 11,3% dentro del sector, siendo la cuarta más representativa después de las empresas que se dedican al procesamiento y conservación de pescado, seguidas de las que elaboran bebidas y las que procesan carne, como se muestra en la siguiente figura:



Figura 3: Estructura industria manufacturera

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Cabe recalcar que el sector de preparación de alimentos y bebidas, durante los años 2013 – 2016 sumó la cantidad de USD 21,095 millones en exportaciones, siendo el 19,2% del total de productos que exportó nuestro país. La industria que se dedica a actividades direccionadas principalmente en productos de molinería, productos de panadería, elaboración de azúcar, cacao y chocolate, confitería, fideos y pastas, productos de café, té, levaduras, entre otros contribuyó con aproximadamente el 17% del total de exportaciones del sector de alimentos y bebidas. (Corporación Financiera Nacional, CFN, 2018).

En relación a las importaciones durante el periodo 2013 – 2016 el sector de preparación de alimentos y bebidas sumó USD 5,575 millones, que constituye el 4,8% del total importado a nivel nacional. (Corporación Financiera Nacional, CFN, 2018). Para el sector industrial panificador, las importaciones de trigo son de suma importancia para sus actividades; en el año 2016 éstas alcanzaron las 936 mil toneladas de trigo en grano por un monto de USD 229 millones, siendo sus principales proveedores Canadá (54%), Estados Unidos (30%), Argentina, Brasil, Ucrania y Rusia (26%). Se estima que alrededor del 66% del trigo importado fueron adquiridas por firmas molineras importantes como Moderna Alimentos S.A., Grupo Superior, e Industrial Molinera. Cabe recalcar que Ecuador exportó en el mismo año 2.703 toneladas de pan y galletas, cuyo destino principal fue Perú (52%) y Estados Unidos (28%), según boletín nacional. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018).

De forma general en base a los balances del sector de alimentos procesados en el periodo 2013-2016 se evidencia un incremento de activos en un 17%, al igual que los pasivos en un 12% y el patrimonio en un 25%. Mientras que si se toma en consideración los balances de resultados se destaca un crecimiento de ingresos en un 7%, al igual que los costos y gastos en un 9%, afectando la utilidad en un 5% de manera negativa; en éste sentido cabe recalcar que el sector fue el menos afectado en relación a los demás considerando el entorno económico del país.

Tabla 1
Resultados Sector de Alimentos

Cuentas (Millones de USD)	2013	2014	2015	2016
Costos y gastos	3.745,98	3.977,24	4.100,87	4.075,63
Ingresos	4.133,47	4.431,19	4.533,65	4.425,59
Utilidad neta	420,89	491,71	471,33	399,10

Fuente: (INEC, 2016)

La industria panificadora es muy diversa a nivel de Latinoamérica y ha ido desarrollándose en nuestro país fuertemente, esto ocasionado principalmente a la acogida del mercado que cada vez es más consciente de su alimentación, exigiendo ingredientes específicos en los productos, lo que ocasiona que el sector brinde más opciones y se vuelva mucho más competitivo. Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en la actualidad existen 137 industrias manufactureras dedicadas a la elaboración de pan y otros productos de panadería secos, entre ellos pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas entre otros.

Las industrias que más se destacan en la producción y comercialización de pan empacado son Moderna Alimentos S.A., Maxipan, y Grupo Bimbo tomando como referencia el volumen de ventas, así como la utilidad obtenida y los impuestos que generaron durante los años 2014, 2015 y 2016, (EKOS, 2018).

Moderna Alimentos S.A.

Es una empresa ecuatoriana dedicada a la creación, producción y comercialización de alimentos relacionados con el trigo, que cuenta con dos líneas de productos; industrial y de consumo; y con marcas de harinas para panificación y pastelería, panes, pastas y premezclas. El enfoque de responsabilidad que maneja Moderna se centra en las personas, producto y planeta.

El producto que ofrece maneja altos estándares de calidad que se adoptan a las necesidades del mercado, caracterizados por nutrir al consumidor, al igual que ser prácticos y fáciles de usar. La empresa en cumplimiento al Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados de Consumo Humano, expone en sus productos la composición de sus ingredientes lo cual se alinea a su compromiso de comunicación responsable, señalando que la totalidad de los panes de consumo diario se limitan a ser etiqueta barra amarilla tanto en azúcar, grasa y sal.



Figura 4: Etiquetado productos de consumo diario Moderna
Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2018)

Uno de los aportes económicos por parte de Moderna Alimentos S.A. está enfocado en el impacto positivo en el sector agrícola en cuanto a la producción de trigo nacional respecto a su cadena de suministro. La empresa ha desarrollado programas en los cuales brindan apoyo a los agricultores de trigo beneficiando tanto al consumidor final con un producto de calidad así como también generando valor agregado y crecimiento local en el sector. El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP) en el año 2016 estableció que cada industria molinera del país debe adquirir la producción de trigo nacional en igual proporción a sus importaciones de trigo por lo que durante el año en mención la empresa adquirió el 98% de la cosecha nacional de trigo destinada al sector; en el siguiente gráfico se visualiza las compras de trigo nacional realizadas durante el periodo 2010-2016, (Moderna Alimentos S.A., 2018):

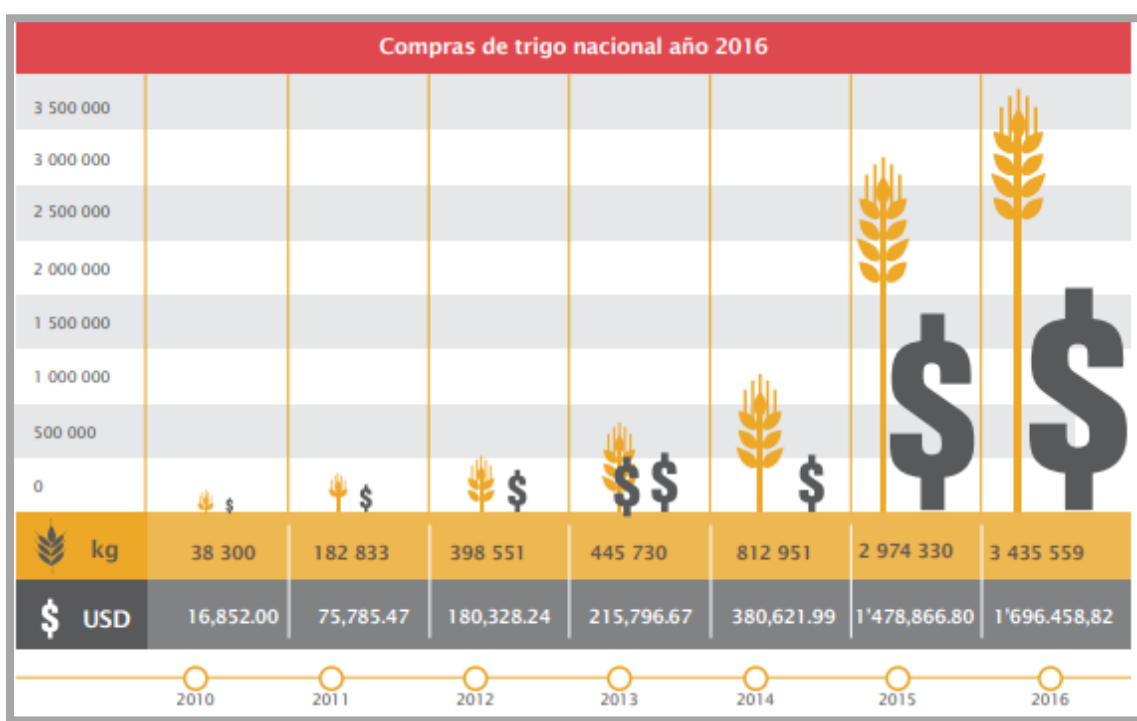


Figura 5: Compras trigo nacional por Moderna Alimentos S.A.

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2018)

Según se observa las compras de trigo nacional tuvieron un crecimiento durante el periodo 2010 – 2016 para la compañía, el mayor crecimiento se presentó en el año 2011 con respecto al año 2010 pues las compras crecieron en un 450%. Entre los principales beneficios que caracterizan al trigo que procesa la empresa se puede mencionar que tienen un bajo contenido proteico y de gluten, por lo cual es un trigo blando apto para galletería y repostería.

Las ventas para Moderna durante los años 2014 y 2015 crecieron, sin embargo en el 2016 tienen un decrecimiento poco significativo, esto principalmente ocasionado por la contracción económica mundial al igual que la catástrofe ocurrida en nuestro país. Las utilidades también decrecieron en este año sin embargo la empresa ha sabido acoger estrategias financieras que le han permitido obtener resultados favorables, como se observa a continuación:

Tabla 2*Resultados Moderna Alimentos S.A.*

Indicador/Año	2012	(%)	2013	(%)	2014	(%)	2015	(%)	2016
VENTAS	\$ 126.946.448	108%	\$ 136.741.932	102%	\$ 139.361.695	102%	\$ 142.729.415	98%	\$ 139.360.307
UTILIDAD	\$ 5.484.302	109%	\$ 5.995.447	131%	\$ 7.829.354	156%	\$ 12.195.891	77%	\$ 9.386.302
IMPUESTOS	\$ 1.339.105	91%	\$ 1.223.572	100%	\$ 1.227.218	256%	\$ 3.146.134	88%	\$ 2.783.671

Fuente: (EKOS, 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

Tabla 3*Gestión Económica año 2016 Moderna Alimentos S.A.*

	2015	2016
Ingresos	141'409.772	138'688.143
Gastos operativos	108'479.282	107'426.092
Sueldos y prestaciones de los empleados	18'605.689	18'883.024
Pagos a los proveedores de capital	3'274.685	2'783.198
Pagos a gobierno	3'628.234	4'121.453
Inversiones en comunidades	90.759	152.293
Valor económico retenido (según la fórmula «Valor económico directo generado» menos «Valor económico distribuido»).	7'331.124	5'322.082

Fuente: (EKOS, 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

Considerando que el Impuesto a la Renta es aquel que se aplica sobre las rentas que obtienen las personas naturales, sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras tomando como referencia el ejercicio comprendido entre el 01 de Enero y 31 de Diciembre; y que, el Impuesto a la Salida de Divisas es el que se paga cuando se transfiere o envía divisas al exterior, ya sean en efectivo o mediante cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza; la contribución tributaria de Moderna Alimentos se puede reflejar en la siguiente figura, (Servicio de Rentas Internas , 2018):

Tabla 4

Contribución tributaria Moderna Alimentos S.A.

AÑO FISCAL	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS
2016	\$2,783,671.46	\$2,635,745.18
2015	\$3,146,133.54	\$3,573,858.52
2014	\$1,229,218.14	\$4,292,598.49
2013	\$1,223,572.04	\$3,697,828.98

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

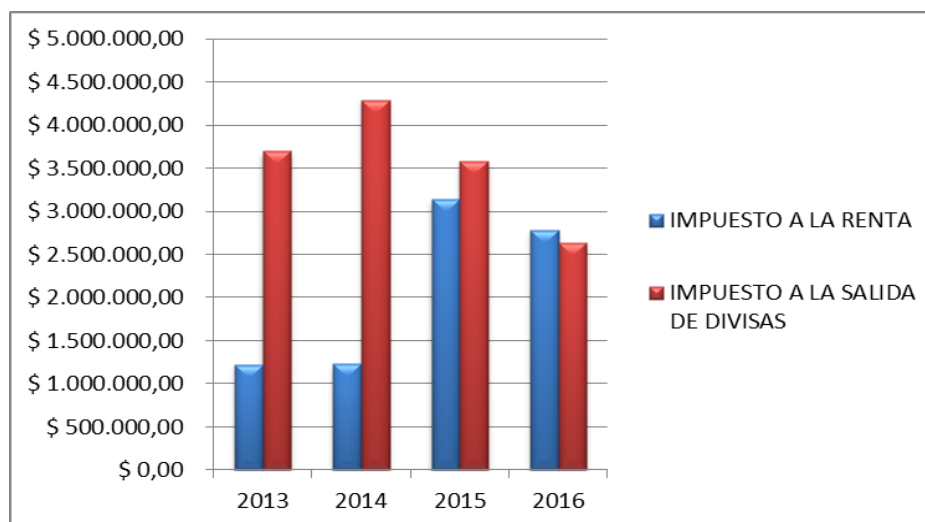


Figura 6: Impuestos Moderna Alimentos S.A.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

Se observa con respecto al impuesto a la renta causado, la firma pago más durante el año 2015 ya que éste se incrementó en un 156%, mientras que en los años 2013 y 2014 el pago fue bastante similar. En lo que corresponde al pago del Impuesto a la Salida de Divisas este incrementó un 16% en el año 2014 mientras que en los dos años siguientes un 17% y un 26% relativamente.

Maxipan S.A.

Es una compañía cuya actividad económica es la elaboración y comercialización de productos de panadería y pastelería. En cuanto a los productos de panadería empacada encontramos el pan integral sin levadura, pan de dieta, pan sin levadura, pan de hamburguesa y otros. Los principales canales de distribución de Maxipan se concentran en supermercados como AKI, GRAN AKI, SUPER AKI, MEGAMAXI y SUPERMAXI.

El nivel de ventas al igual que el de utilidades para Maxipan tienen un comportamiento similar al de Moderna Alimentos, en el año 2013 y 2015 las ventas tienen un mayor crecimiento, en contraste las utilidades fueron disminuyendo paulatinamente a partir del año 2012 hasta el año 2016, mientras que el pago de impuestos no presenta variaciones muy significativas, como se muestra a continuación:

Tabla 5*Resultados Maxipan S.A.*

Indicador/Año	2012	(%)	2013	(%)	2014	(%)	2015	(%)	2016
VENTAS	\$ 11.830.352	108%	\$ 12.779.580	104%	\$ 13.316.805	108%	\$ 14.408.605	93%	\$ 13.395.327
UTILIDAD	\$ 3.669.033	106%	\$ 3.871.757	98%	\$ 3.803.292	98%	\$ 3.713.949	90%	\$ 3.354.184
IMPUESTOS	\$ 787.313	102%	\$ 801.372	98%	\$ 786.612	100%	\$ 790.379	93%	\$ 735.083

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI), el impuesto a la renta causado e impuesto a la salida de divisas generado por Maxipan se resume en las siguientes figuras:

Tabla 6*Contribución Tributaria Maxipan S.A.*

AÑO FISCAL	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS
2016	\$735,083.29	\$94.78
2015	\$790,378.58	\$7.05
2014	\$786,612.25	\$5.28
2013	\$1,223,572.04	\$19.77

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

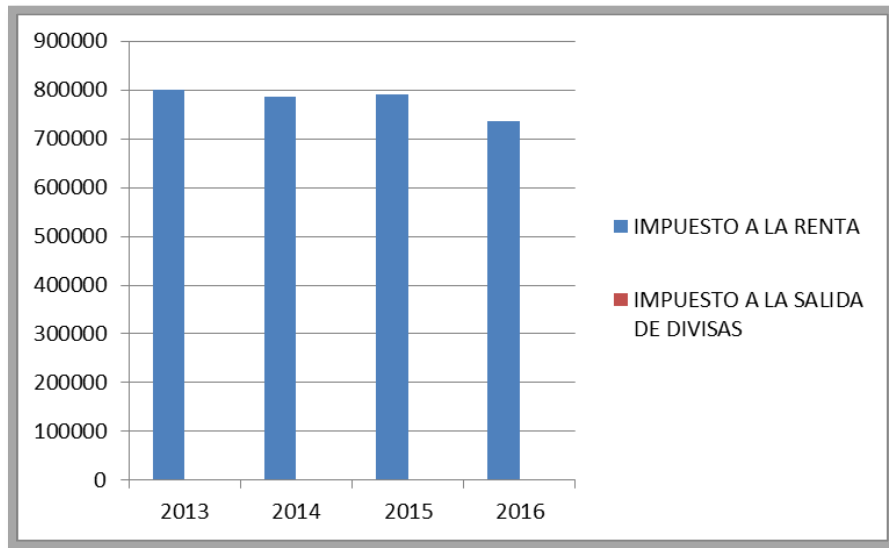


Figura 7: Impuestos Maxipan S.A.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

Se evidencia que el pago del Impuesto a la Salida de Divisas es relativamente insignificante con respecto al pago del Impuesto a la Renta que realiza la empresa ya que representa menos 1%. Por su parte el Impuesto a la Renta causado no tiene variaciones importantes dentro del periodo 2013 – 2016.

Tiosa S.A.

Es una compañía anónima constituida en el año 1963 cuyo objeto social es la fabricación, elaboración, industrialización y comercialización de pan. En el 2014 Grupo Bimbo adquirió todas las acciones de Supan así como también las marcas Supan, Bimbo, Grille, Rey Pan entre otras. La misión de Bimbo se focaliza en brindar alimentos deliciosos y nutritivos a los consumidores. Las marcas destacadas en América Latina son Bimbo, Artesano, Cena, Ideal, Rolly's entre otros. Por su parte Supan también pretende contribuir a la nutrición familiar con productos frescos y naturales. El desempeño financiero de Tiosa S.A. durante los años 2012 – 2016 se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla 7*Resultados Tiosa S.A.*

Indicador/Año	2012	(%)	2013	(%)	2014	(%)	2016
VENTAS	\$ 74.759.326	88%	\$ 65.749.839	101%	\$ 66.128.613	115%	\$ 75.786.964
UTILIDAD	\$ 6.095.560	68%	\$ 4.142.165	7%	\$ 298.507	0%	
IMPUESTOS	\$ 1.004.786	56%	\$ 566.372	68%	\$ 383.789	9%	\$ 33.522

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

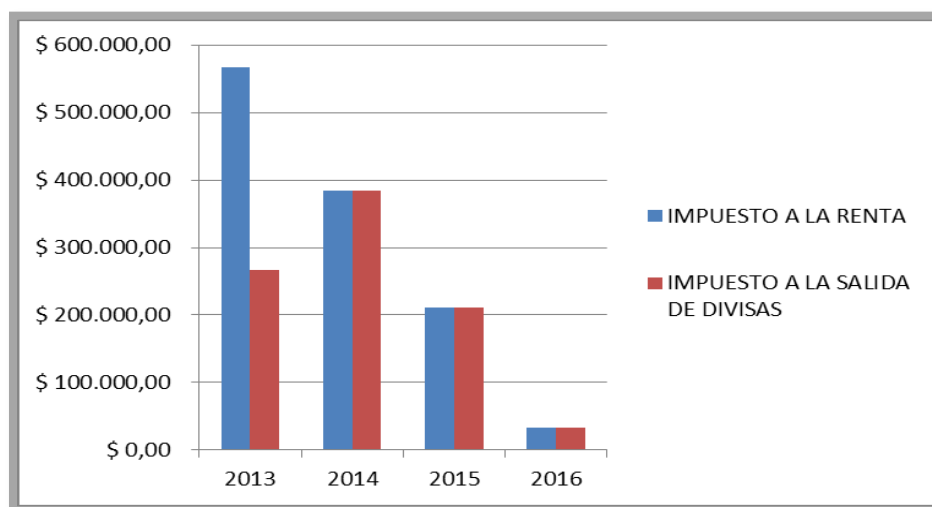
En el aspecto tributario la empresa contribuyó con las cifras que se detallan a continuación según (Servicio de Rentas Internas , 2018) de acuerdo a los impuestos causados:

Tabla 8*Contribución tributaria Tiosa S.A.*

AÑO FISCAL	IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS
2016	\$33,521.95	\$303,850.45
2015	\$210,372.18	\$375,079.91
2014	\$383,788.54	\$303,744.73
2013	\$566,371.73	\$267,001.98

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

**Figura 8:** Impuestos Tiosa S.A

Fuente: (Servicio de Rentas Internas , 2018)

Adaptado por: Palomino, Cindy

La compañía Tiosa S.A. ha presentado un crecimiento en el pago del Impuesto a la Renta durante los años 2013 – 2016 que va desde 528% hasta un 48%, mientras que la contribución tributaria causado por el Impuesto a la Salida de Divisas tiene una variación en más de un 23% en el año 2014 y luego decreció en un 19% y 12% durante los años 2015 y 2016 respectivamente.

Análisis resultados financieros empresas: Moderna Alimentos, Maxipan, y Tiosa

Se evidencia que tanto Moderna Alimentos S.A. como Maxipan y Tiosa durante el periodo de estudio (2013–2016) tienen ventas que crecen desde un 2% hasta un 8% año tras año, obteniendo resultados favorables en cuanto a sus utilidades lo cual denota que el sector panificado ha ido desarrollándose en nuestro país. Así mismo cabe recalcar que la contribución tributaria en cuanto al pago del impuesto a la renta y el impuesto a la salida de divisas se encuentra al día lo cual denota el cumplimiento de sus obligaciones.

2.2.2 Bases teóricas

Los hábitos alimenticios de una sociedad se definen de acuerdo al papel que desempeña la industria alimenticia de un país, por tal motivo existe una relación directa entre las empresas de alimentos, las autoridades de salud y los consumidores. La responsabilidad social empresarial contribuye al desarrollo sustentable priorizando la salud y el bienestar de la sociedad.

2.2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de acuerdo con (León, 2008) citado por (Cajiga, 2006) es:

Compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.



Figura 9: Ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial
Fuente: (Cajiga)

En su investigación, (Cofre, 2016) citado por (Fondo Europeo de Desarrollo Regional, 2015) menciona a la RSE como “el buen gobierno de la empresa, gestionando de forma ética y sostenible, y llevando a cabo un conjunto de compromisos de carácter voluntario, con el fin de gestionar su impacto en el ámbito social, ambiental y económico, y obtener los máximos beneficios para el conjunto de la sociedad”. Sin embargo los autores (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008), identifican cuatro enfoques diferentes para conceptualizar la Responsabilidad Social Empresarial, agrupando las teorías en: teorías instrumentales, teorías integradoras, teorías de carácter político y teorías sobre la ética y la moral en los negocios.

Teorías instrumentales

Las teorías instrumentales basada en la visión de Milton Friedman establecen que la responsabilidad social que posee o debe poseer una empresa es la maximización de la riqueza para los accionistas enmarcadas en el entorno legal. Bajo este enfoque, realizar acciones socialmente responsables representa una carga costosa para los accionistas, además de privarlos sobre las decisiones en cuanto al destino de sus beneficios. Según estas teorías existe una separación entre la empresa y los individuos que forman parte de ella, comprendiéndola como un ente aislado de la sociedad.

Otro autor que contribuye con estas teorías es Michael Porter, quien asegura que se deriva una disyuntiva entre la exigencia de desarrollar más acciones de RSE que contribuyan a aumentar el valor de largo plazo de una empresa y los intereses de los accionistas, cuando varios de ellos priorizan los beneficios a corto plazo. Se entiende que cuando una organización valora más la visión de corto plazo las actividades de Responsabilidad Social se reflejan como gastos en los Estados Financieros y no como una posible inversión. El autor también plantea que determinadas acciones de RSE utilizadas para maximizar el valor actual de los flujos futuros generan una relación entre las empresas y la sociedad en la que las dos obtienen beneficio. Tomando en cuenta el concepto de ventaja competitiva que plantea Porter (1985) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) se puede precisar lo siguiente con respecto a la ventaja competitiva:

Cada empresa debe buscar una posición estratégica única ofreciendo una combinación de productos y servicios diferentes al resto de los competidores, de forma de posicionarse con menores costos o de atender a necesidades más específicas de clientes. Mantener una relación y compromiso responsable con los diversos grupos de interés puede verse como una ventaja competitiva que no depende del mercado, sino de una red de relaciones de confianza que se forja en el tiempo. Bajo la práctica de acciones responsables se genera una diferenciación difícil de imitar proveniente del compromiso de diversos grupos para mejorar el rendimiento de la empresa

Según (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) existe cuatro principales argumentos para las teorías integradores de la RSE, el primero en cuanto a la obligación moral en donde la empresa invierte constantemente contribuyendo al desarrollo económico del país. Un segundo argumento hace referencia a la sustentabilidad en el ámbito económico, social y medioambiental, con acciones a largo plazo que prioricen los aspectos en mención. Otro aspecto que se considera es la licencia para operar cuyo alcance implica tomar en cuenta las afectaciones a los grupos de interés. La reputación también complementa a estas teorías pues puede aumentar las ganancias cuando las compañías se muestran como seguras en la gestión de sus operaciones.

Teorías integradoras

De acuerdo a la investigación de (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) las teorías integradoras buscan complementar diferentes demandas sociales, cumpliendo leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés. Uno de los autores que se destaca en esta investigación es Carroll A. (1979) quien engloba las categorías económica, legal, ética y discrecional, para definir la RSE.

Las responsabilidades económicas tomando como base que las empresas deben producir bienes y servicios de acuerdo a las necesidades de la población, con el objetivo de maximizar ganancias. En cuanto a las responsabilidades sociales el autor menciona que la empresa debe cumplir con reglas, leyes y regulaciones para cumplir con sus objetivos mediante un comportamiento basado en lineamientos importantes y válidos para la sociedad. Las responsabilidades éticas tienen relación con normas tácitas basadas en la equidad, imparcialidad, respeto a los derechos de los seres humanos que deben alinearse las organizaciones. Finalmente existen las responsabilidades discrecionales a favor de la comunidad que nacen estrictamente de las empresas de manera voluntaria y que no guardan relación con los aspectos antes mencionados.

Otra teoría integradora que toma como referencia (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) es la de Jones, T. (1980), quien sugiere que es necesario un marco regulatorio público bajo un enfoque social responsable que sea coherente con el desarrollo de los negocios. De esta manera se encontraría definido bajo una ley las acciones irresponsables que no deben ejecutar los entes económicos obteniendo como resultado que las empresas actúen de manera responsable, caso contrario estarán afectadas por sanciones.

Para Wilcox, D. (2005) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) un tema muy relevante a considerar es la división de la Responsabilidad Social Empresarial en dos sentidos: responsabilidad operacional y responsabilidad en la comunidad.

La responsabilidad operacional toma aspectos tales como la seguridad productiva, la protección del medio ambiente, el trato justo a los empleados, satisfacción del consumidor y el aseguramiento de una cadena ética de suministro. En otro sentido, la responsabilidad con la comunidad considera el solucionar los problemas sociales, la reducción de las desigualdades de riqueza para el desarrollo sostenible, la preocupación por los derechos humanos y la filantropía corporativa.

Teorías de carácter político

Davis, K. (1960) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) manifiesta que de acuerdo al tamaño y participación de una empresa, las acciones de la misma afectan al entorno en el que se desempeña, como por ejemplo en la generación de empleos, las relaciones con los clientes y proveedores, entre otras que mueven la economía de un país. Por lo que el autor plantea que los negocios pueden jugar el rol de entes políticos debido al poder y a la influencia en una sociedad. Según lo dicho las actividades de Responsabilidad Social Empresarial influyen a nivel cultural, político y de las operaciones que realizan.

Según Donaldson, T. y Dunfee, TW. (1994) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) proponen la Teoría Integradora de Contratos Sociales, la cual está conformada por una normativa ajustada cimentada en un análisis empírico la cual define el proceso de hacer, y también por los juicios normativos que establecen lo que debe ser. En base a la teoría en mención se reconocen dos tipos de contratos los cuales se explican en el siguiente gráfico.

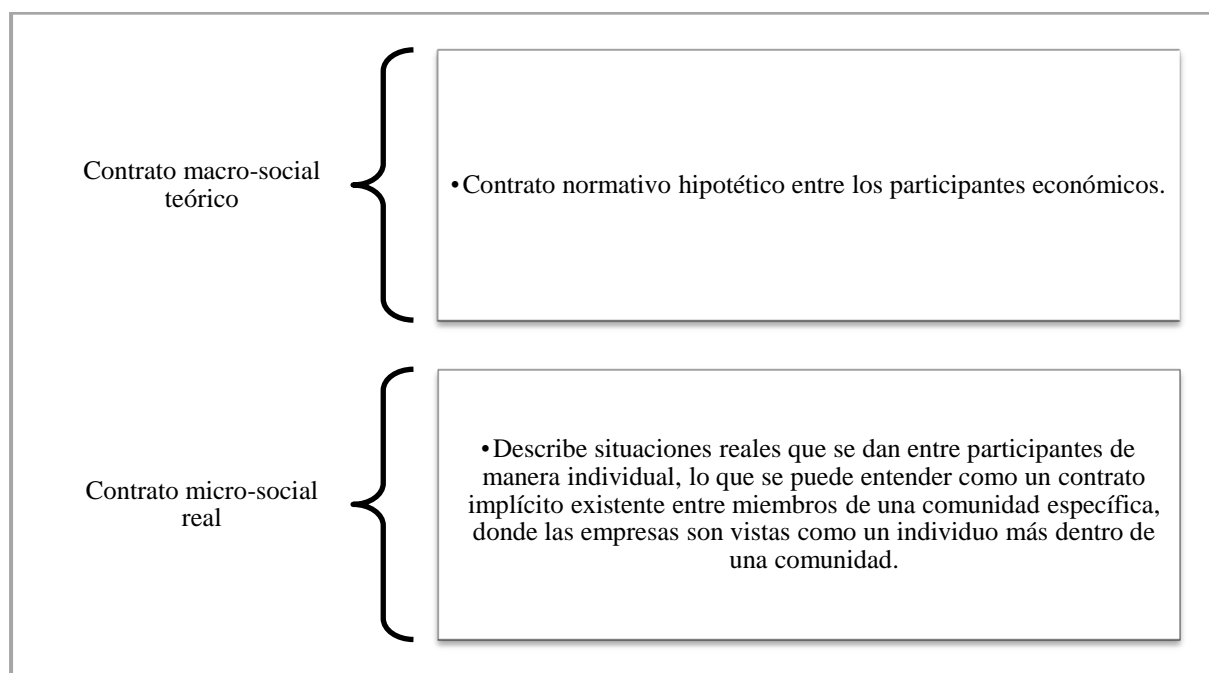


Figura 10: Teoría integradora de Contratos Sociales

Fuente: (Cajiga)

Adoptados por: Palomino, Cindy

La teoría integradora se fundamenta en tres aspectos: descriptivo, considerando aspectos observados en la realidad; instrumental, destacando la relación que existe entre los grupos de interés y el desempeño de las organizaciones; y también el aspecto normativo, que se enfoca en las leyes que determinan los deberes y derechos de las personas como de las empresas.

El autor Wood, D. y Lodgson, J. (2002) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) destaca el término “ciudadano corporativo” cuya definición tiene dos enfoques. El primero visto desde un nivel de análisis en donde se observa de forma global o local para determinar la relación de los ciudadanos con su entorno. El segundo enfoque corresponde a la unidad de análisis clasificando al ciudadano como una persona individual o un ciudadano corporativo. Entonces, los autores concluyen que las organizaciones son actores de un entorno el cual los define, de la misma forma que ellos definen aspectos del mismo.

Teorías sobre la ética y la moral en los negocios

Estas teorías tienen una visión sobre la Responsabilidad Social Empresarial considerando de manera primordial los derechos universales, apartando términos económicos. Freeman, R.E. (1983) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) propone que una organización no únicamente debe priorizar la gestión interna, más bien debe tomar en cuenta a todos los actores que puedan afectarla ya sea directa o indirectamente en la realización de sus operaciones. Para el autor es fundamental integrar a los grupos de interés en la sustentabilidad de las actividades empresariales, sin dejar de lado el enfoque a corto plazo, definiéndoles de la siguiente manera:

- Stakeholders en sentido amplio es cualquier grupo o individuo que puede afectar los objetivos de la organización o quien es afectado por las actividades que realiza la empresa. Dentro de ellos nos encontramos con grupos políticos, grupos de presión, agencias de gobierno, asociaciones de comercio, competidores, uniones, todos los empleados, segmentos de clientes, dueños y accionistas.
- Stakeholders en sentido restringido es cualquier grupo o individuo con el cual la empresa interactúa y de los cuales depende para poder sobrevivir. Entre ellos nos encontramos con empleados, clientes, proveedores, instituciones financieras, dueños y accionistas y, en general, todos los grupos asociados en un sentido restringido.

Kaku, R. (1997) citado en (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008) aporta a las teorías sobre la ética y la moral en los negocios con la filosofía japonesa Kyosei, en la cual tanto individuos como organizaciones trabajan en conjunto para el bien común.; los clientes, proveedores, competidores, gobiernos y el medioambiente, entablan una relación que afecte manera positiva el entorno político, económico y social.

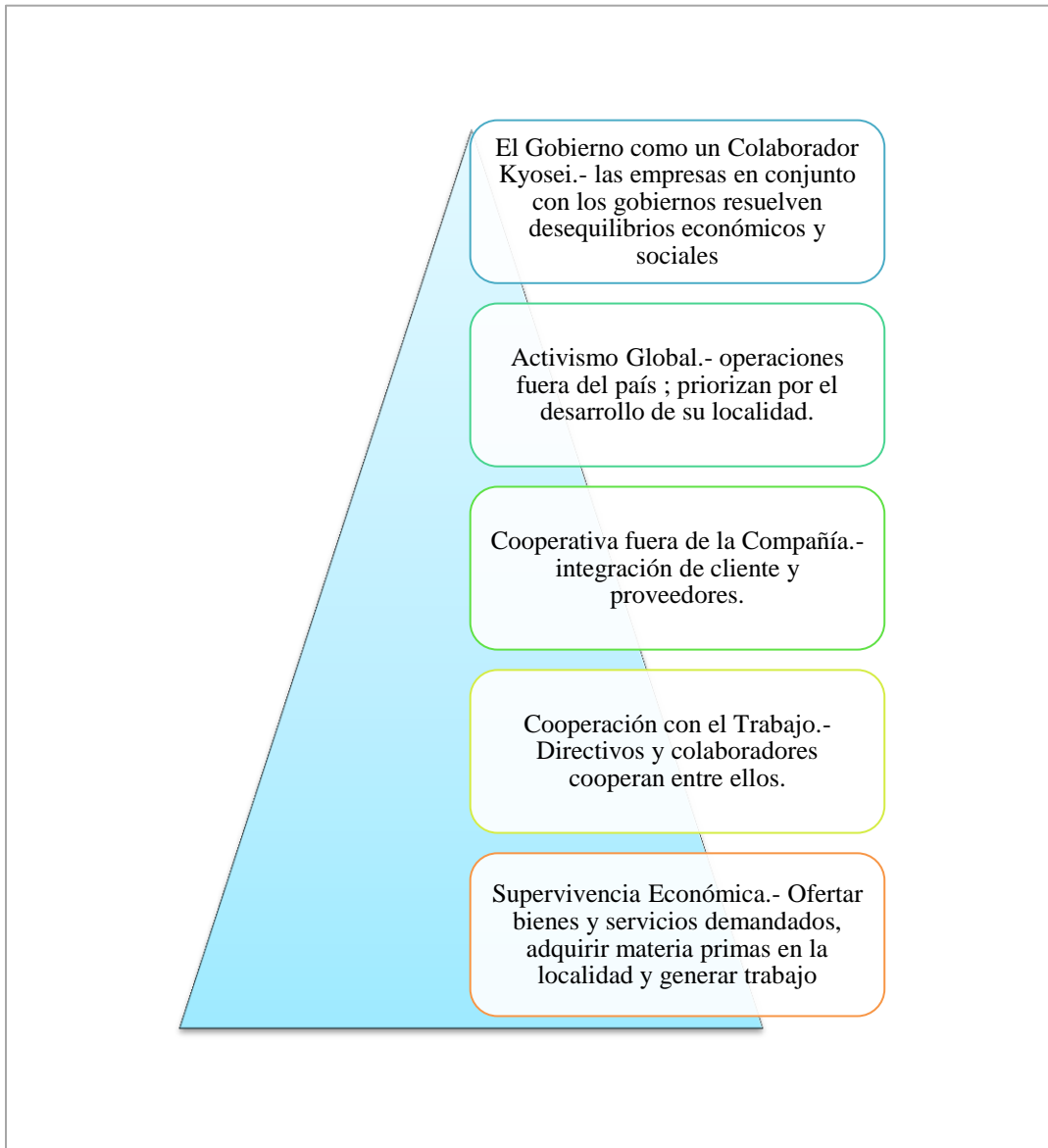


Figura 11: Teoría sobre la Ética y la Moral

Fuente: (Cajiga)

Adoptados por: Palomino, Cindy

En este enfoque también cabe mencionar el Pacto Global de Naciones Unidas que es un proyecto en donde las empresas colaboran con los organismo de las Naciones Unidas, las organizaciones laborales y la sociedad civil con el fin de promover principios sociales y ambientales de carácter universal; lo hacen de manera voluntaria y sus acciones y operaciones están alineadas a los diez principios universalmente aceptados como lo explica el siguiente gráfico:

1. Derechos Humanos	2. Relaciones laborales
<ul style="list-style-type: none"> • Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia. • Principio 2: Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. • Principio 4: La eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. • Principio 5: La erradicación del trabajo infantil; • Principio 6: La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
3. Medio ambiente	4. Lucha contra la corrupción
<ul style="list-style-type: none"> • Principio 7: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental. • Principio 8: Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. • Principio 9: Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Figura 12: Principios del Pacto Mundial

Fuente: (Cajiga)

Adoptados por: Palomino, Cindy

De acuerdo con la investigación realizada por (Niello, 2006), el Pacto Global pretende y contribuir con los mercados en cuanto a su sustentabilidad y con la inclusión de todos los ciudadanos. La principal meta es fortalecer los pilares sociales que cualquier economía, debe tomar en cuenta para poder sobrevivir y crecer.

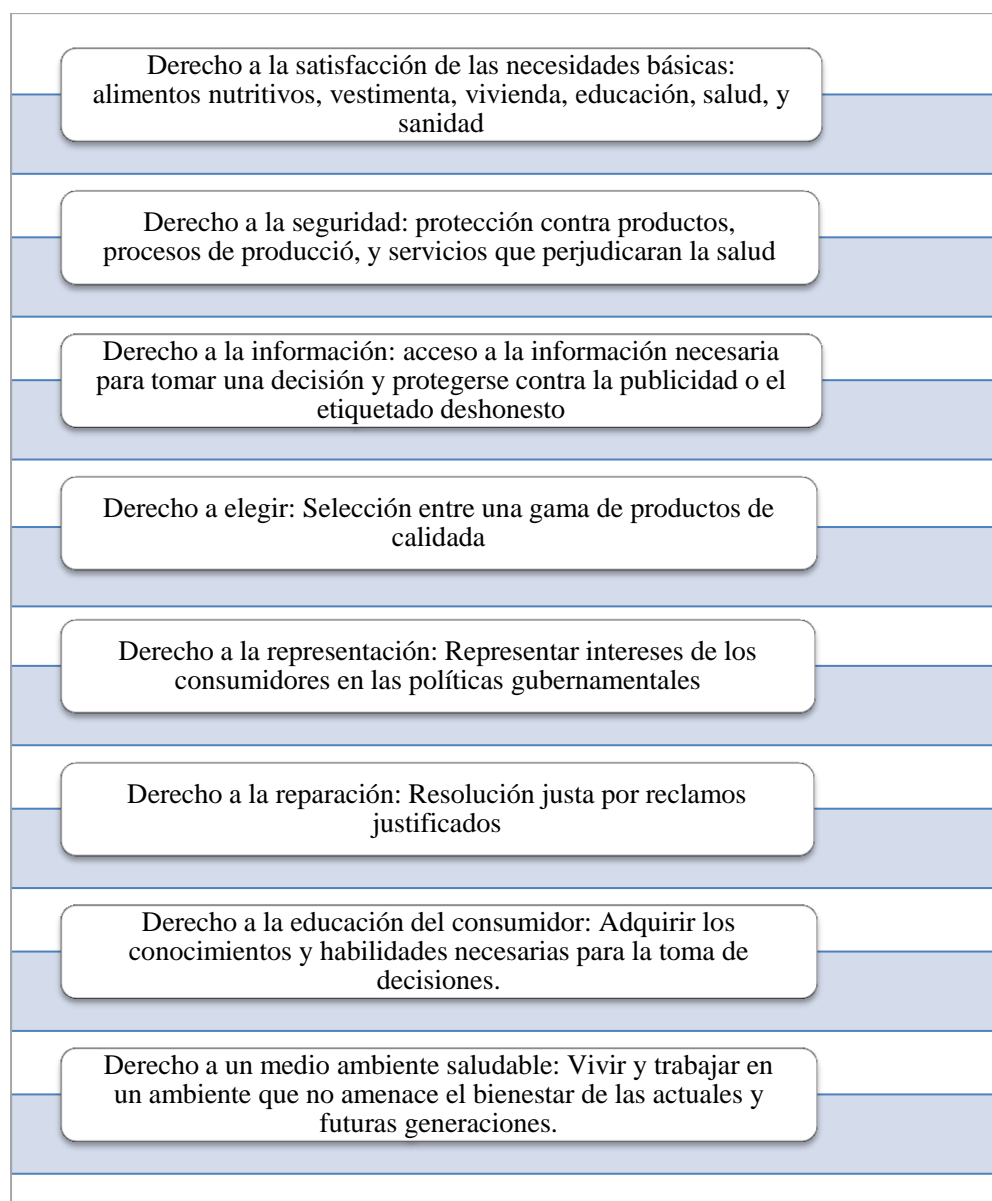


Figura 13: Derechos del Pacto Mundial

Fuente: (Cajiga)

Adoptados por: Palomino, Cindy

2.3 Fundamentación Conceptual

Para una mejor comprensión del tema es necesario tener en claro los conceptos de los siguientes términos:

ARCSA, Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria: organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de productos de uso y consumo humano; así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud y demás normativa aplicable, exceptuando aquella de servicios de salud pública y privado. (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Azúcares: “se entiende a los monosacáridos y disacáridos presentes en el alimento procesado, de todas las fuentes, sean propias o añadidas”. (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Consumidor: “es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiere, utiliza o disfruta de bienes o servicios, o bien recibe oferta para ello.” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Declaración de propiedades nutricionales: “se entiende cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutritivas particulares, incluyendo, pero no limitándose a su valor energético y contenido de proteínas, grasas y carbohidratos, así como su contenido de vitaminas y minerales.” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Etiquetado nutricional: “es toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento que comprende: la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria.” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Grasas o lípidos: “sustancias insolubles en agua y solubles en solventes orgánicos, constituidas especialmente por ésteres de los ácidos grasos; este término incluye triglicéridos, fosfolípidos, glucolípidos, ceras y esteroides.” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Grupos de interés, partes interesadas o stakeholders de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

- **Grupos de interés consustanciales:** “aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero.” (Cajiga)
- **Grupos de interés contractuales:** “aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial; directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral.” (Cajiga)
- **Grupos de interés contextuales:** “aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad necesaria para las empresas, y en último término en la aceptación de sus actividades (licencia para operar); pueden incluir autoridades gubernamentales y legislativas, en virtud del entorno regulatorio y legal; organizaciones sociales y comunidades en las que opera la empresa, en virtud de su imagen pública y credibilidad moral; competidores, en virtud del entorno del mercado; y el medioambiente, en virtud de la sustentabilidad de los recursos presentes y futuros.” (Cajiga).

Registro Sanitario: “certificación otorgada por la Autoridad Sanitaria Nacional para la importación, exportación y comercialización de los productos uso y consumo humano señalados en el artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud. Dicha certificación es otorgada cuando se cumpla con los requisitos de calidad, seguridad, eficacia y aptitud para consumir y usar dichos productos cumpliendo los trámites establecidos en la referida ley y sus reglamentos.” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Responsabilidad Social Empresarial: “es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cajiga).

Sal.- Se entiende al cloruro de sodio y a todas las fuentes alimentarias que contengan sodio, incluidos los aditivos. (Ministerio de Salud Pública, 2014).

2.4 Fundamentación legal

2.4.1 Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 en su objetivo número tres plantea “mejorar la calidad de Vida de la población” priorizando como uno de sus aspectos claves el tema de la salud de la comunidad. Una de sus políticas es: “promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

Entre los lineamientos que corroboran el cumplimiento de la política en mención se destacan los siguientes:

- Fortalecer y desarrollar mecanismos de regulación y control orientados a prevenir, evitar y controlar la malnutrición, la desnutrición y los desórdenes alimenticios durante todo el ciclo de vida.
- Normar y controlar la difusión de información calórica y nutricional de los alimentos, a efectos de que el consumidor conozca los aportes de la ración que consume con respecto a los requerimientos diarios recomendados por la autoridad nacional en materia de salud y nutrición.

Estos lineamientos adicionalmente buscan dar solución a enfermedades que son un tema prioritario para el presupuesto destinado a salud que el gobierno fija anualmente.

A continuación se muestra la evolución del Gasto Social durante el periodo 2009 - 2014, considerando los rubros de Educación, Salud, Trabajo, Bienestar Social, y Desarrollo Urbano y Vivienda, en los cuales ha incurrido el Estado:

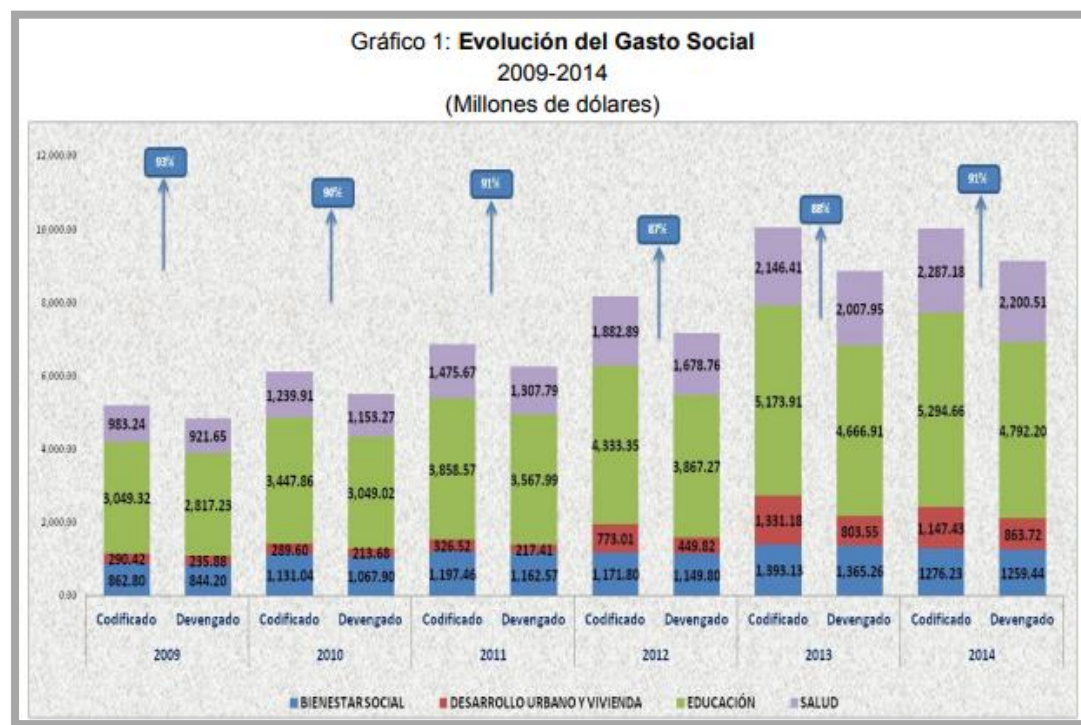


Figura 14: Evolución del Gasto Social 2009-2014

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Adoptados por: Palomino, Cindy

Una de las variantes que interviene en el incremento del gasto social en salud corresponden al financiamiento de remuneraciones, gastos operativos y de funcionamiento, adquisición de medicinas y productos farmacéuticos, materiales para laboratorio y de uso médico, necesarios para brindar una atención de calidad y oportuna a los usuarios.

2.4.2 Constitución de la República del Ecuador

El Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados vigente toma como referencia principalmente los artículos de la Constitución de la República del Ecuador que se citan a continuación según (Asamblea Nacional Constituyente, 2008):

- Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales
- Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. En el artículo en mención también se indica que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes o servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

2.4.3 Ley Orgánica de Salud

Para el desarrollo de la investigación es necesario considerar y analizar los siguientes artículos de la Ley Orgánica de Salud, (Ministerio de Salud Pública, 2006):

- Art. 4.- La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud; así como la responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta Ley; y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias.
- Art. 18.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los gobiernos seccionales las cámaras de la producción y centros universitarios desarrollará actividades de información, educación, comunicación y participación comunitaria dirigidas al conocimiento del valor nutricional de los alimentos, su calidad, suficiencia e inocuidad, de conformidad con las normas técnicas que dicte para el efecto el organismo competente y de la presente Ley.
- Art. 151.- Los envases de los productos que contengan alimentos genéticamente modificados, sean nacionales o importados, deben incluir obligatoriamente, en forma visible y comprensible en sus etiquetas, el señalamiento de esta condición, además de los otros requisitos que establezca la autoridad sanitaria nacional, de conformidad con la ley y las normas reglamentarias que se dicten para el efecto.

2.4.4 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Las normas de etiquetado de productos procesados se fundamentan en los derechos que los consumidores tenemos, los cuales están establecidos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el Artículo 4:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios.
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

2.4.5 Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 (2R) “ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS, ENVASADOS Y EMPAQUETADOS”

El gobierno ecuatoriano en el año 2014 propone como herramienta clave y útil para que todas las personas estén en las condiciones adecuadas para tomar una decisión informada de lo que van a consumir, el etiquetado de alimentos tipo semáforo. Esta medida se fundamenta en el derecho de los consumidores a acceder a una información veraz, clara, oportuna, completa, precisa y no engañosa de los productos a los cuales acceder. Bajo este concepto el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2014) formula el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 (2R) “ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS, ENVASADOS Y EMPAQUETADOS”, cuyo objetivo es “establecer los requisitos que debe cumplir el rotulado de productos alimenticios procesados envasados y empaquetados con el objeto de proteger la salud de las personas y para prevenir prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

En este Reglamento se destacan las siguientes definiciones:

- Alimento procesado.- Es toda materia alimenticia, natural o artificial que para el consumo humano ha sido sometida a operaciones tecnológicas necesarias para su transformación,

modificación y conservación, que se distribuye y comercializa en envases rotulados bajo una marca de fábrica determinada.

- Declaración de propiedades nutricionales.- Se entiende cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutritivas particulares, incluyendo pero no limitándose a su valor energético y contenido de proteínas, grasas y carbohidratos, así como su contenido de vitaminas y minerales.
- Declaración de propiedades saludables.- Es cualquier representación que declara, sugiere o implica que existe una relación entre un alimento o un constituyente de un alimento, y la salud.
- Etiquetado nutricional.- Es toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento que comprende: la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria.
- Sistema Gráfico.- Representación de los niveles de grasa, azúcares y sal (sodio) que contiene el alimento procesado.

Entre los requisitos que señala el RTE INEN 022 (2R) se parametriza la valoración del alimento procesado tomando en consideración los componentes y concentraciones que están permitidas de grasas, azúcares, y sal, según la siguiente tabla:

Nivel Componentes	CONCENTRACION “BAJA”	CONCENTRACION “MEDIA”	CONCENTRACION “ALTA”
Grasa totales	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros
Azúcares	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
Sal (sodio)	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos.
	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 mililitros	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros.

Figura 15: Concentración grasas, azúcares, sal

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Adoptados por: Palomino, Cindy

En base a la tabla sugerida, en la etiqueta se debe colocar un sistema gráfico con barras de forma horizontal, con los colores rojo, amarillo y verde, de acuerdo a la concentración de los componentes del alimento procesado.

- La barra de color rojo está asignada para los componentes de alto contenido y tendrá la frase “ALTO en ...”
- La barra de color amarillo está asignada para los componentes de medio contenido y tendrá la frase: “MEDIO en ...”
- La barra de color verde está asignada para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase: “BAJO en ...”

El sistema gráfico debe ser visible, enmarcado en un cuadrado de fondo gris o blanco, situándose en el extremo superior izquierdo del panel principal o posterior del envase, sujetándose a los siguientes parámetros de tamaño:

Área del sistema gráfico	Área de la cara principal de exhibición, cm ²
$\geq 6,25 \text{ cm}^2$	19,5 - 32
20 %	33 - 161
15 %	162 en adelante

Figura 16: Áreas del sistema gráfico
Fuente: (INEN, 2014)

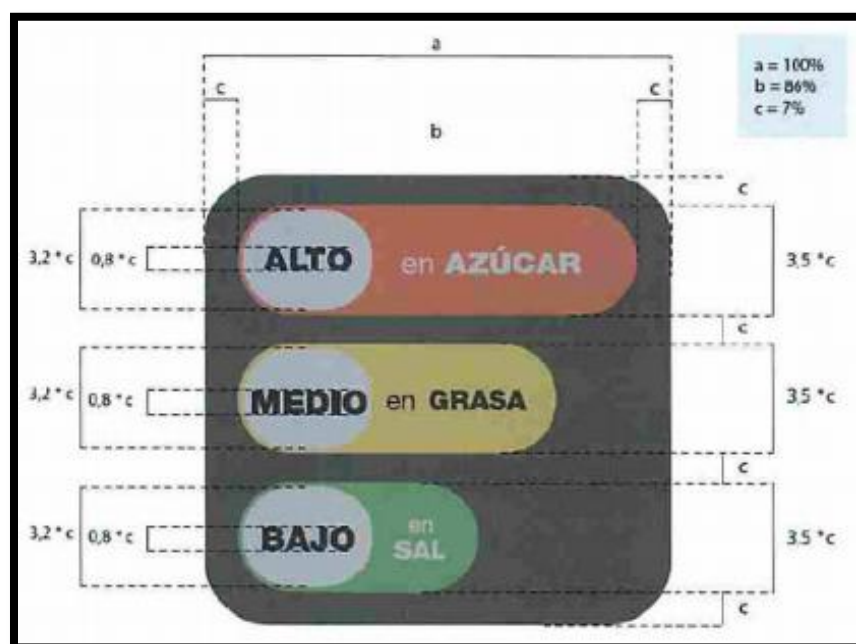


Figura 17: Porcentajes en relación al tamaño
Fuente: (INEN, 2014)

Adicionalmente el reglamento en el numeral 5.5.15 identifica las siguientes prohibiciones referentes al etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, (INEN, 2014):

- Afirmar que el consumo de un alimento procesado por sí solo cubre los requerimientos nutricionales para una persona.
- Utilizar logos, certificaciones y/o sellos de asociaciones, sociedades, fundaciones, federaciones o de grupos colegiados, que hagan referencia a beneficios a la salud por el consumo de un determinado alimento procesado.
- Declarar propiedades nutricionales, incumpliendo los valores de referencia establecidos en el Reglamento y Normas Técnicas de rotulado de alimentos procesados
- Declarar propiedades saludables que no puedan comprobarse.
- Atribuir propiedades preventivas o acción terapéutica para aliviar, tratar o curar una enfermedad.
- Utilizar imágenes de niños, niñas, y adolescentes, a menos que se cumpla con lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia;
- Sugerir la frecuencia de consumo de alimentos procesados;

Cabe recalcar que el RTE INEN 022 (2R) se complementa conjuntamente con las siguientes normas:

- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-1 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 1. Requisitos.
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-2 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 2. Rotulado nutricional. Requisitos.
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-3 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 3. Requisitos para declaraciones nutricionales y declaraciones saludables.
- Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, publicado con el Acuerdo Ministerial 5103, en el Registro Oficial N° 318, el 25 de agosto de 2014 (ARCSA, 2014).

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la investigación

Considerando el concepto que plantea (Arias, 2012) con respecto a que la investigación es un “proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes”; esta puede tener un enfoque de tipo cuantitativo o cualitativo.

Las investigaciones de tipo cuantitativo generalmente plantean hipótesis que deben ser verificadas o falseadas mediante pruebas empíricas, además de utilizar técnicas estadísticas para analizar la información. Mientras que las de tipo cualitativas desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías predichas. (Lerma, 2009)

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que pretende medir el impacto que se generó en la población adulta quiteña, la adopción de la normativa vigente en cuanto al etiquetado de alimentos procesado por parte de las empresas del sector industrial de panificación.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1 *Por su finalidad Aplicada*

El tipo de investigación por su finalidad es aplicada, debido a que tiene como objetivo primordial identificar el impacto de las normas de etiquetado en pro de la salud en los hábitos alimenticios de las personas adultas que consumen pan empacado a nivel de Quito por el periodo 2014-2017.

*3.2.2. Por las fuentes de información **Mixto***

El proyecto se apoya tanto en bases documentales como los cuerpos legales relacionados con la normativa de etiquetado vigente para productos procesados, estadísticas obtenidas por los diferentes entes responsables entre ellos el Banco Central del Ecuador y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos; así como en la recopilación de información de campo, debido a que existe un contacto directo con las variable que son objeto de estudio del proyecto.

*3.2.3. Por las unidades de análisis **Insitu***

Tomando en cuenta que las investigaciones de campo o Insitu, recolectan datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, la investigación de acuerdo a las unidades de análisis se acopla a esta tipología, porque mediante encuestas pretende cuantificar el impacto del reglamento de etiquetado de alimentos procesados en la población adulta que vive en Quito y consume productos del mercado industrial panificador, sin alterar ninguna condición existente.

*3.2.4. Por el control de las variables **No experimental***

De acuerdo al control de las variables, el proyecto es no experimental, pues la información recolectada que es objeto de estudio denota la situación actual del impacto de la normativa en el sector industrial panificador y en los hábitos alimenticios de los consumidores que habitan en Quito, por el periodo 2014-2017.

*3.2.5. Por el alcance **Correlacional***

De acuerdo al alcance, la investigación se identifica como correlacional, debido a que tiene como propósito medir la relación de la normativa del etiquetado de alimentos procesados adoptada por las empresas que comercializan pan empacado y los hábitos de alimentación en pro de la salud de la población quiteña que consume dichos productos.

3.3. Hipótesis

Según (Lerma, 2009), “la hipótesis es un enunciado que propone una respuesta tentativa a la pregunta del problema de investigación”. El autor señala que tiene carácter de tentativa debido a que la relación que se establece entre las variables es sometida a comprobación para que el enunciado sea aceptado o no.

Se plantea la siguiente hipótesis de investigación: las normas referentes al etiquetado de alimentos procesados adoptadas por el sector industrial panificador tienen una afectación en las decisiones de compra de los consumidores en pro de su salud.

3.4. Instrumentos de recolección de información

Los instrumentos de recolección de información corresponden a cualquier medio, dispositivo o formato, los cuales son utilizados para obtener o registrar el conjunto de datos que verifican la hipótesis. En el proyecto presente se utilizan varios instrumentos los cuales son señalados a continuación.

Se realizan encuestas direccionadas a la población adulta de Quito que consume pan empacado, mediante el uso de un cuestionario escrito el cual abarca las interrogantes con mayor relevancia acerca del etiquetado de alimentos procesados y su incidencia en la toma de decisiones al momento de comprar dichos productos.

La investigación también se basa en entrevistas realizadas a empresas que pertenecen al sector industrial de alimentos procesados con el objetivo de conocer a profundidad cual fue la afectación que tuvieron al adoptar las normas de etiquetado considerando aspectos que reflejen su realidad considerando como periodo de estudio los años 2014-2017.

Las fuentes bibliográficas también son de gran importancia entre los instrumentos de recolección de datos; se toma como referencia cuerpos legales y documentos que sustentan el objeto de estudio lo que permite obtener una mejor visión sobre las variables. Adicionalmente se toma como referencias revistas especializadas como por ejemplo Ekos de las cuales se obtiene información sobre las actividades de responsabilidad social empresarial de las empresas del sector panificador en estudio.

3.5. Procedimiento para recolección de datos

Se emplea procedimientos para la recolección de datos basados en las técnicas: documental y de campo.

- La técnica documental que hace referencia a los procedimientos direccionados a la aproximación, procesamiento y recuperación de información contenida en documentos bibliográficos los cuales abarcan temas relevantes sobre la incidencia del etiquetado nutricional y su incidencia en los hábitos alimenticios de la población.
- La técnica de campo enfocada esencialmente a obtener los datos cuantitativos que sustenten la hipótesis planteada en cuanto al impacto real del semáforo nutricional en pro de la salud de la población quiteña en los años 2014-2017, utilizando como instrumento clave las encuestas las cuales fueron detalladas anteriormente.

6.6 Cobertura de las unidades de análisis

6.6.1. Población y Muestra

Para (Hernández, 2014) es primordial como primer punto definir la unidad de muestreo y/o análisis, para proceder con la delimitación de la población. Para el tema en estudio la unidad de muestreo corresponde a individuos. De la misma manera es clave considerar la conceptualización de muestra, la cual hace referencia al subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y es representativo. Para el autor la esencia del muestreo cuantitativo se representa en el siguiente gráfico:

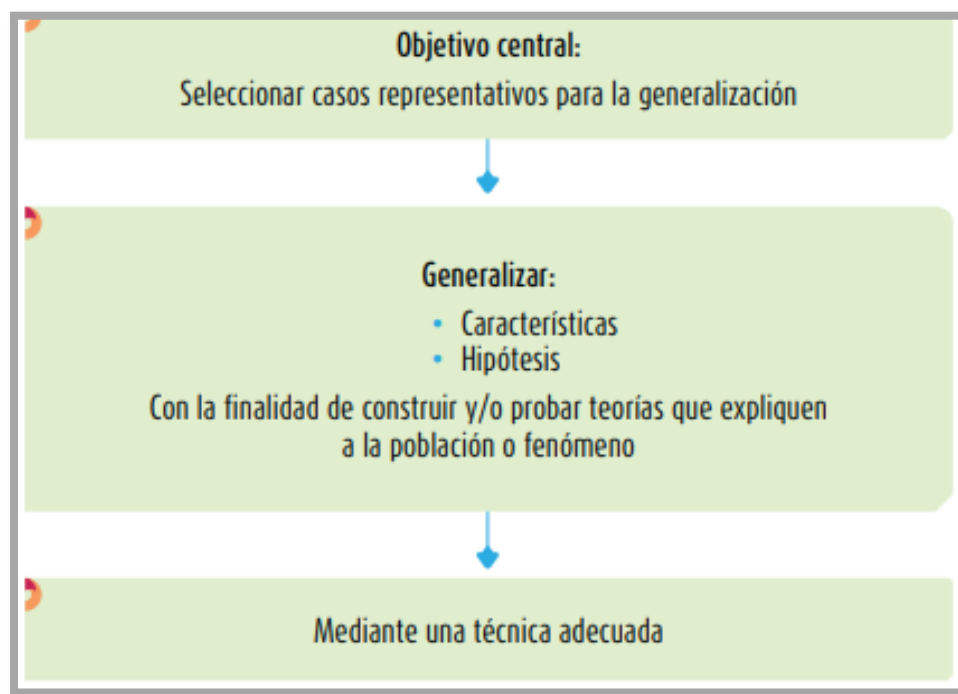


Figura 18: Esencia muestreo cuantitativo

Fuente: (Arias, 2012)

Lo siguiente es definir a la población considerando que ésta es “el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones” (Hernández, 2014). Para el caso, la población son todas las personas que consumen pan empacado en la ciudad de Quito, considerando que estos productos están dirigidos principalmente al público que cuida un poco más de su salud, de manera especial a los que viven en zonas urbanas y que tienen una mayor capacidad adquisitiva. Está dirigido al consumidor que tiene conocimientos sobre los alimentos que ingiere, particularmente personas que tienen más de 18 años quienes obligan a la industria de panificación a etiquetar sus productos de manera clara y concisa.

La población total del cantón Quito es de 2.644.145 en el año 2017 según las proyecciones basadas en el censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. De esta población el 65% aproximadamente se concentra en zonas urbanas es de decir alrededor de 1.718.694. Las encuestas están direccionadas para la población quiteña con empleo pleno que vive en el área urbana debido a que pueden acceder a comprar pan empacado además de ajustarse mejor a otras características del consumidor por su estilo de vida. Entiéndase que la población con empleo pleno según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018) corresponde:

Personas con empleo que perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales.

Por consiguiente para obtener la población o muestra se tomaron los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, los cuales se resumen a continuación:

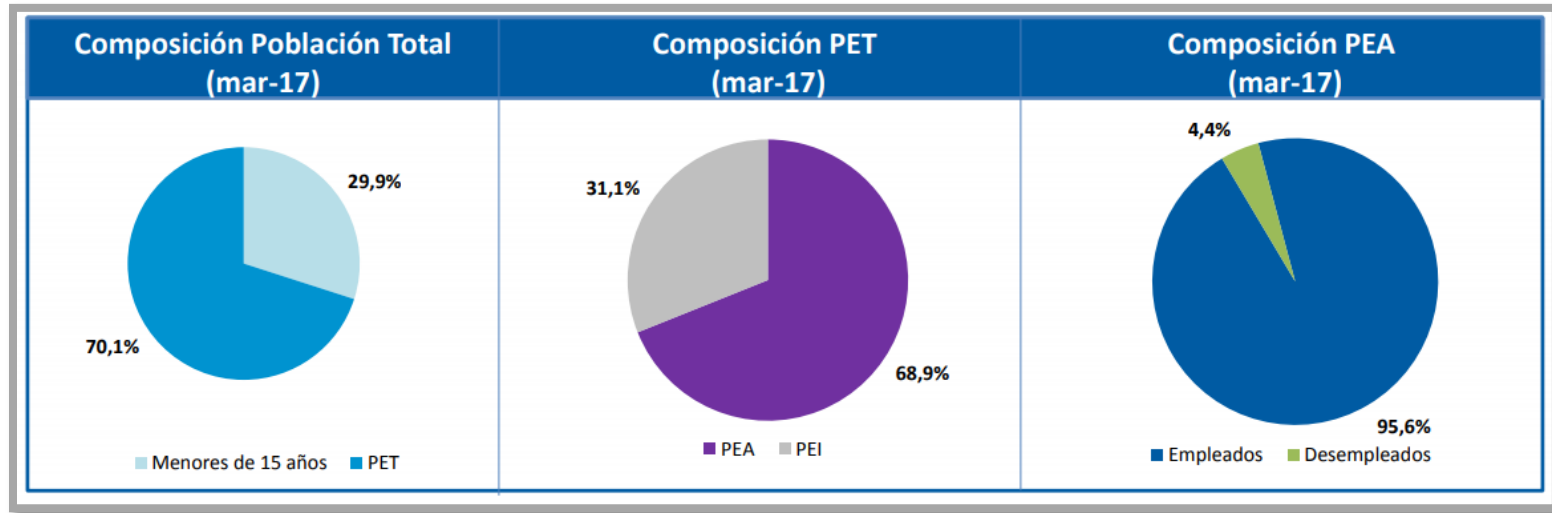


Figura 19: Mercado laboral

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Tabla 9

Población de la investigación

AÑO / POBLACIÓN	Población total de Quito	Total Zona Urbana de Quito	Población en edad de trabajar 71,7% (PET)	Población económicamente activa 65,6% (PEA)	Población con Empleo 94,4%	Población con empleo pleno 60,6%
Año 2017	2.644.145	1.718.694	1.232.304	808.391	763.121	462.452

Fuente: Elaboración propia

El tipo de muestreo que se utiliza es probabilístico o aleatorio, el cual es un proceso en que el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra (Arias, 2012); específicamente la investigación está basada en un muestreo al azar simple en donde todos los elementos tienen la probabilidad de ser seleccionados.

6.6.1.1. Fórmula para el cálculo de la muestra

Según (Arias, 2012) para aplicar la fórmula que se detalla a continuación la investigación debe tener por objeto la estimación de la media poblacional, el tipo de muestreo debe ser aleatorio, se debe conocer la varianza poblacional y definir el nivel de confianza al igual que el margen de error.

La fórmula a aplicar es la siguiente debido a que se conoce el tamaño de la población, (población finita):

$$n = \frac{N \cdot Z_c^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z_c^2 \cdot p \cdot q}$$

Cuya nomenclatura es:

- **n** = Tamaño de la muestra.
- **N**= Total de elementos que integran la población.
- **Zc (Zeta crítico)**= valor determinado por el nivel de confianza adoptado, elevado al cuadrado. Para un grado de confianza de 95% el coeficiente es igual a 2, entonces el valor de zeta crítico es igual a $2^2 = 4$.
- **e (Error muestral)**= Falla que se produce al extraer la muestra de la población, la cual oscila entre 1% y 5%.
- **p**= Proporción de elementos que presentan una determinada característica a ser investigada.
- **q**= Proporción de elementos que no presentan la característica que se investiga.

Se reemplaza la fórmula:

$$n = \frac{462.452 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(462.452 - 1) \cdot 0,05^2 + 2^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{444.138}{1157}$$

$$n = 384$$

Las encuestas se aplican a 384 personas cuya residencia se ubique en zonas urbanas de Quito, y que pertenezcan a la población con empleo pleno considerando un error del 5% y un nivel de confianza de 95%.

6.7 Procedimiento para tratamiento y análisis de información

El tratamiento y análisis de la información se realiza en base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la muestra antes calculada. Éstas serán realizadas de dos formas; la primera se ejecuta personalmente al consumidor en lugares donde se comercializan el producto como panaderías, supermercados y tiendas de barrio; adicionalmente el internet también forma parte de los medios en los que se pretende difundir la encuesta mediante el uso de redes sociales importantes. Siguiendo a la aplicación de la encuesta la información que se obtenga se procesará en herramientas como Microsoft Excel para inferir los datos, interpretarlos y alcanzar conclusiones con respecto a los objetivos planteados en el trabajo de investigación.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Consumidores de pan empacado

Se presentan los siguientes resultados en base a las respuestas obtenidas por los consumidores de pan empacado que viven en zonas urbanas de Quito con respecto al impacto que tuvo la aplicación de las normas de etiquetado de alimentos procesados en sus hábitos alimenticios.

4.1.1 Análisis de los resultados

La primera parte de la encuesta tiene como fin obtener características sociodemográficas de los consumidores de pan empacado por lo que se considera aspectos como el género, la edad, la ocupación, así como también el sector de residencia en Quito y el nivel de ingresos.

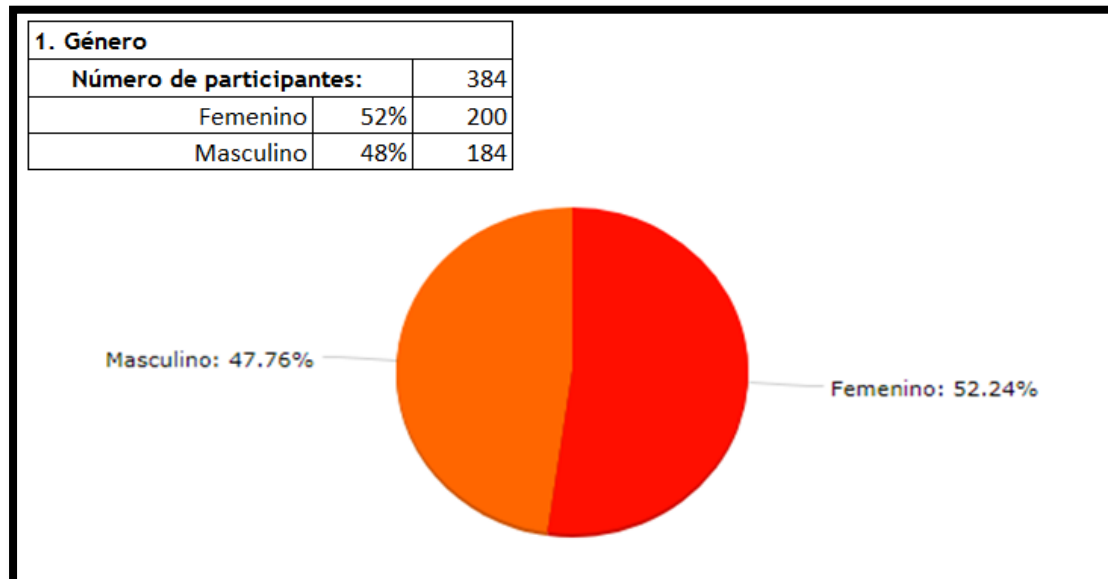


Figura 20: Pregunta 1

Se puede observar que el consumo de pan empacado esta direccionado tanto para el público femenino como masculino sin distinción alguna pues alrededor del 48% quiteños hombres que respondieron la encuesta consume este producto mientras que el 52% restante corresponde a mujeres. Cabe recalcar que la las industrias panificadoras se caracterizan por tener una misión de ofertar productos nutritivos con una amplia gama de opciones en cuanto a sabor, salud y beneficios.

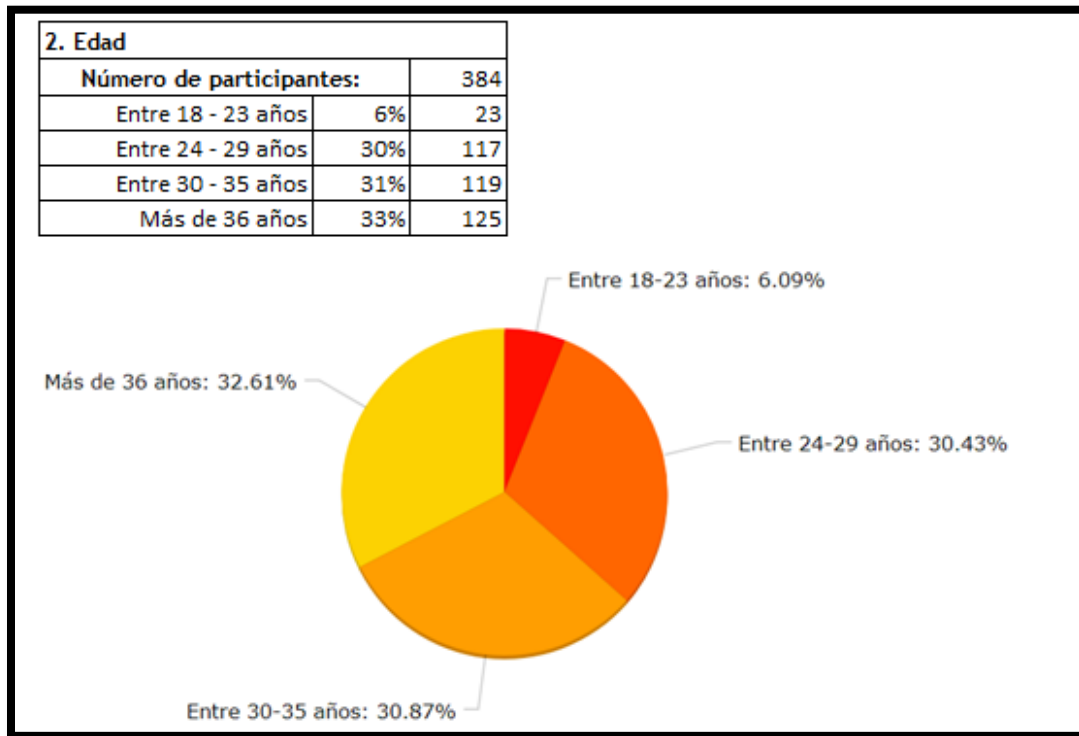


Figura 21: Pregunta 2

La edad también es una característica que define el perfil de los consumidores de la industria panificadora pues se puede observar que las personas que tienen más de 36 años consumen en mayor proporción pan empacado, seguidas de las que tienen entre 30 y 35 años y finalmente las que tienen entre 24 y 29 años. La diferencia entre el consumo del producto entre las personas que se encuentran en estos rango es mínimo pues el producto está dirigido a personas que son más conscientes de los alimentos que ingieren siendo el tema salud un aspecto de prioridad. En contraste, apenas el 6% de los consumidores de pan empacado están en edades comprendidas entre 18 y 23 años.

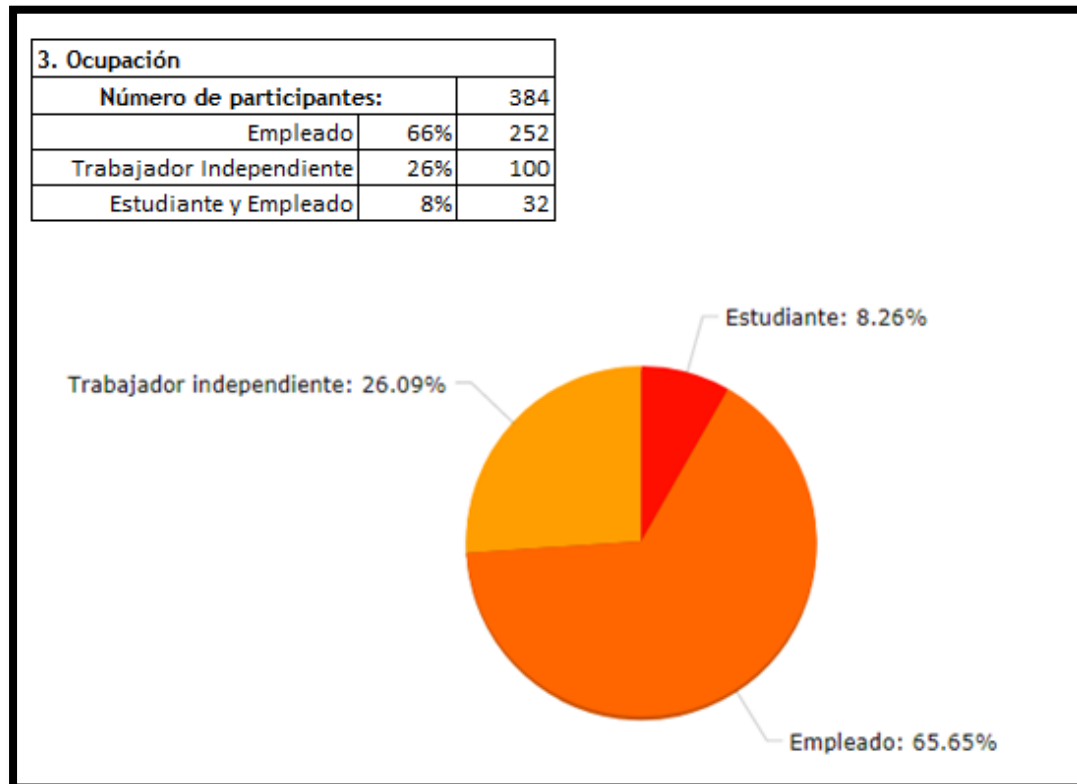


Figura 22: Pregunta 3

La mayoría de consumidores de pan empacado, específicamente el 66% de los encuestados, cuentan con un empleo formal. La practicidad y durabilidad del producto hace que el consumo se concentre en este sector de población pues el tener un horario de trabajo fijo implica que las compras se efectuen de manera rápida y simple. Las personas que trabajan de manera independiente conforman una cuarta parte de los consumidores encuestados y apenas el 8% son estudiantes y empleados a la vez.

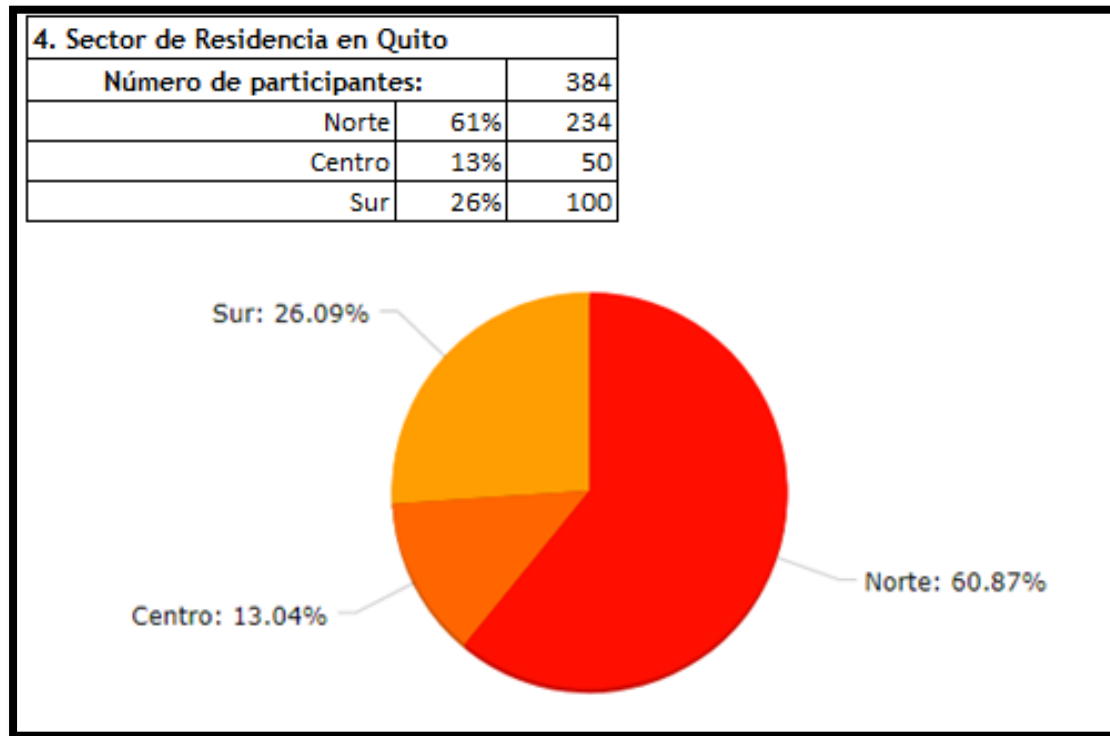


Figura 23: Pregunta 4

El producto es más demandado en el sector norte de Quito, aproximadamente 234 personas de las encuestadas viven en un zona urbana norte de la ciudad, mientras que el 26% de los encuestados tienen su residencia en el sector sur, y apenas 13% en el centro. Este factor va de la mano con el monto de ingresos que perciben, el cual se explica en la pregunta 5. Así mismo en este sentido cabe recalcar que las industrias panificadoras cuentan con canales de distribución destinados de preferencia en supermercados.

Las siguientes cuestiones están enfocadas en definir aspectos claves que definen los hábitos de consumo de las personas encuestadas, tomando como puntos de referencia la frecuencia de compra, los precios, canales de distribución, y el aspecto tributario.

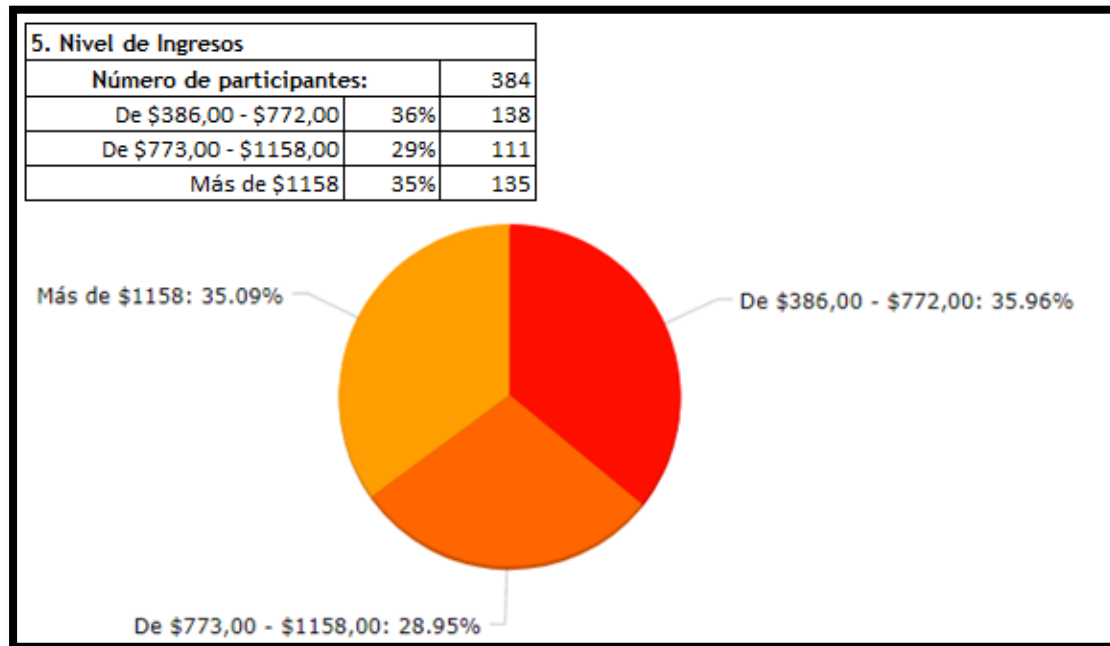


Figura 24: Pregunta 5

El 36% de los consumidores de pan empacado cuentan con ingresos entre una remuneración básica unificada y \$772,00, mientras que el 35% ganan más de tres remuneraciones básicas, y el 29% tienen ingresos entre \$773,00 y \$1158. Por consiguiente los ingresos no son un factor determinante para la ingesta de este producto. Un aspecto que cabe recalcar en el aporte tributario es que gran parte de los consumidores de pan empacado tienen ingresos que superan la fracción básica para el pago del impuesto a la renta para personas naturales.

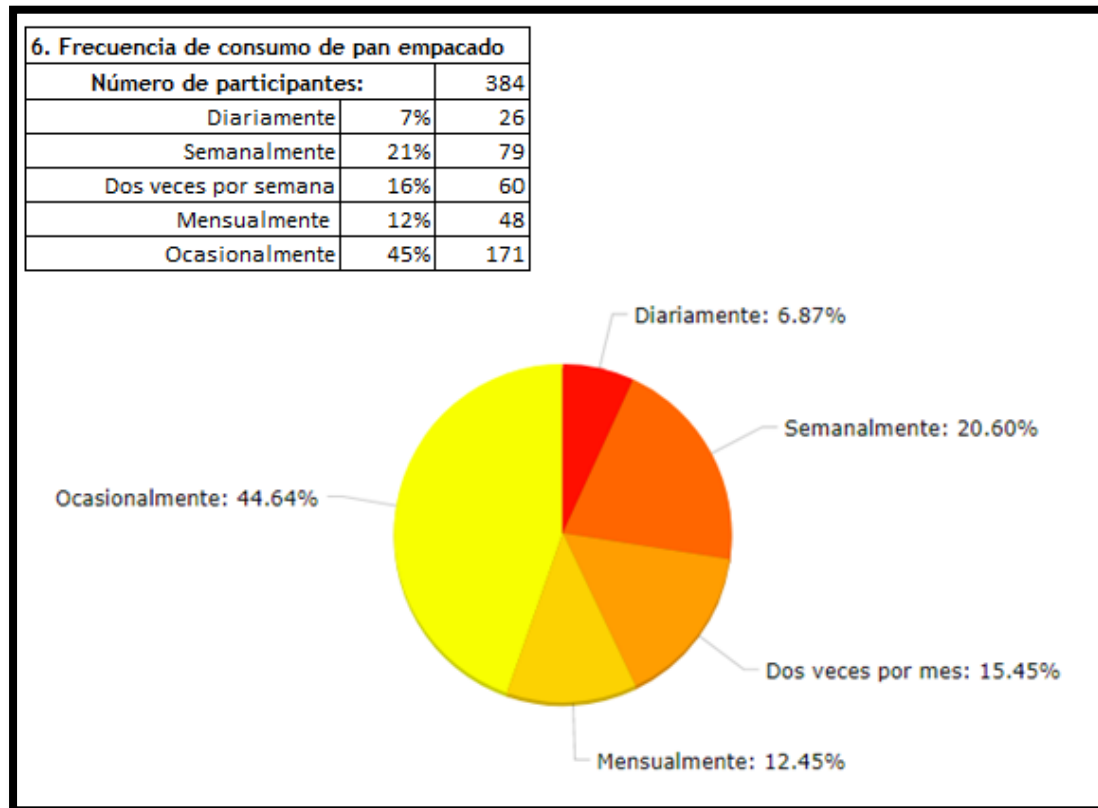


Figura 25: Pregunta 6

El 45% de los encuestados consume pan empacado ocasionalmente, el 21% lo hace semanalmente, seguido del 16% que lo hace dos veces por semana, el 12% lo consume manera mensual, y tan solo el 7% lo hace todos los días. Cabe recalcar que se entiende por pan empacado a aquel que es industrializado, más no el elaborado artesanalmente, por lo que el pan hamburguesa, el pan para hot dog, chocopan entre otros de la misma línea, se definen dentro de este grupo y por ende la frecuencia con la que la mayoría de los consumidores optan por este alimento es ocasional. Así mismo existen panes empacados de consumo dentro de la línea diaria.

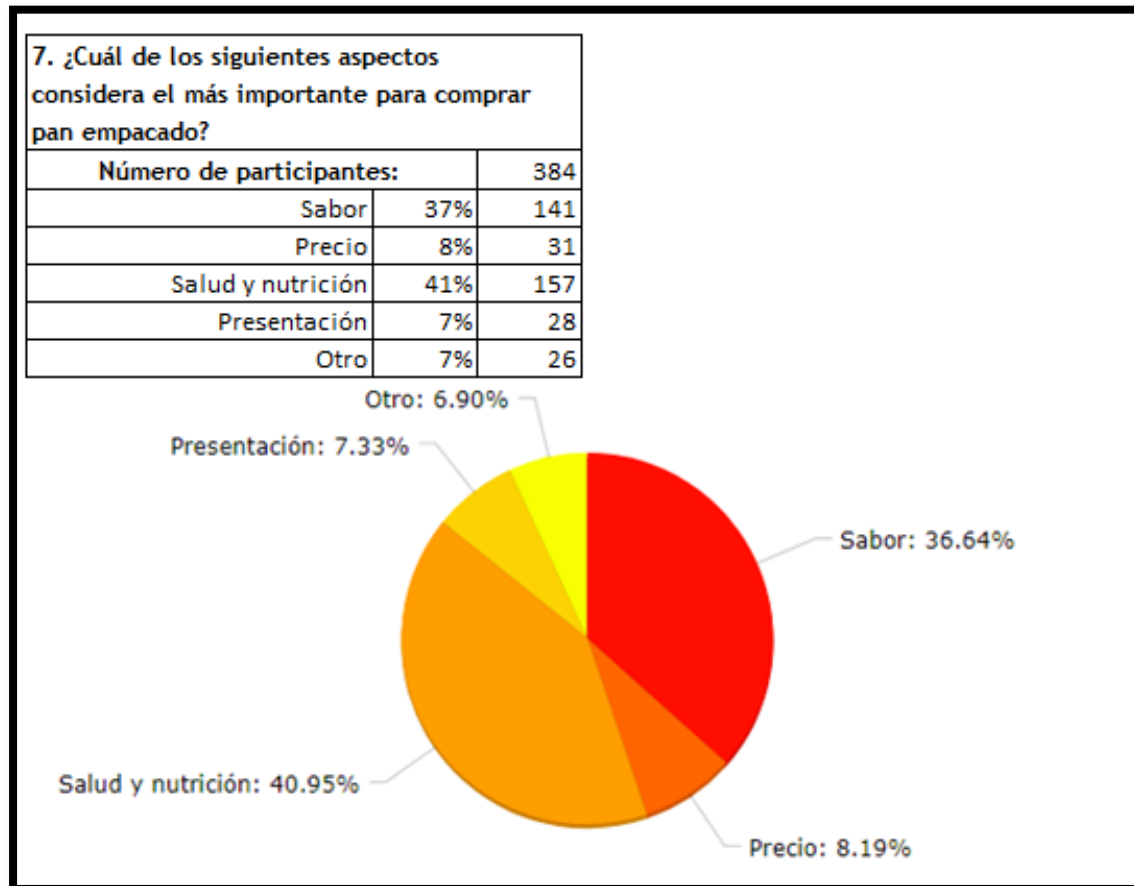


Figura 26: Pregunta 7

El 41% de los encuestados considera como uno de los aspectos principales para sus decisiones de compra de pan empacado la salud y nutrición, un 36% lo adquiere por el sabor, un 8% y 7% de los consumidores lo selecciona de acuerdo al precio y a la presentación respectivamente. El resto de consumidores compra este producto en base a factores como: la fecha de elaboración y caducidad, la comodidad, la durabilidad, el fácil acceso al producto, y por optimizar tiempo.

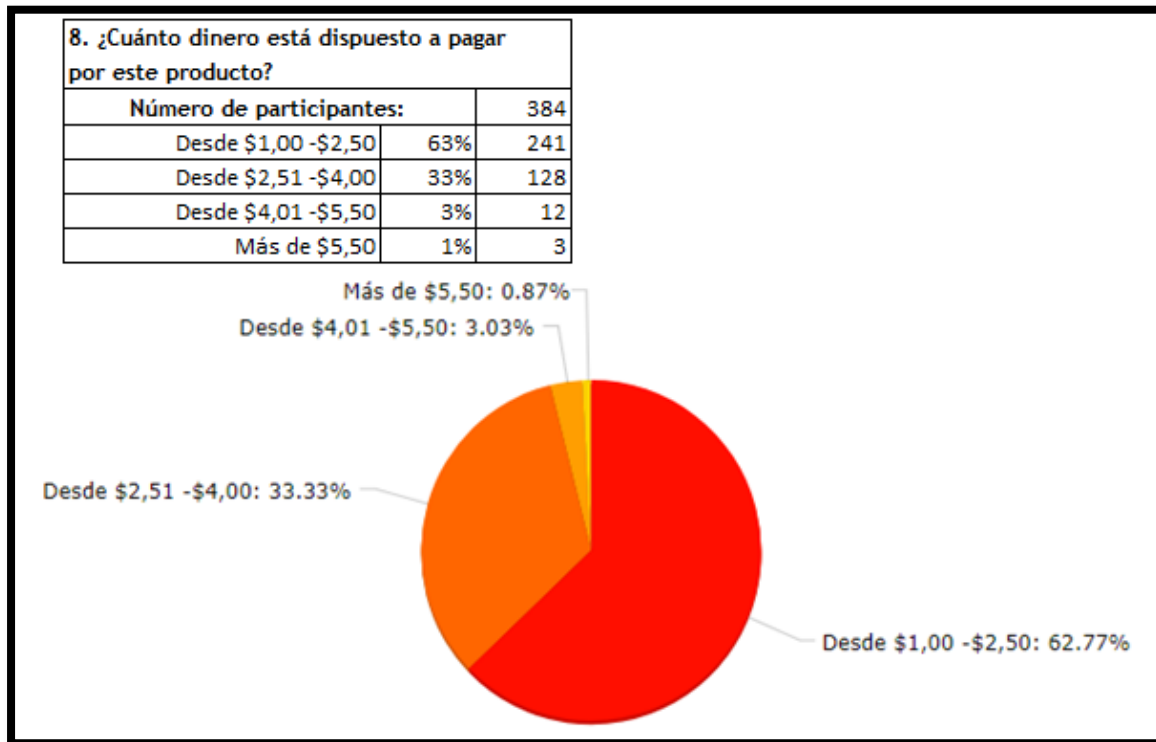


Figura 27: Pregunta 8

El 63% de los encuestados consideran que el precio razonable para optar por pan empacado se encuentra entre \$1,00 y \$2,50; el 33% estaría dispuesto a pagar entre \$2,51 y \$4,00, mientras que una mínima parte de los consumidores quiteños pagarían más de \$4,00 por el producto. La industria panificadora tiene una amplia gama de productos, cuyos precios de manera general entre \$1,50 hasta los \$3,00. El comportamiento del consumidor no está definido por el precio del producto en este sector del mercado.

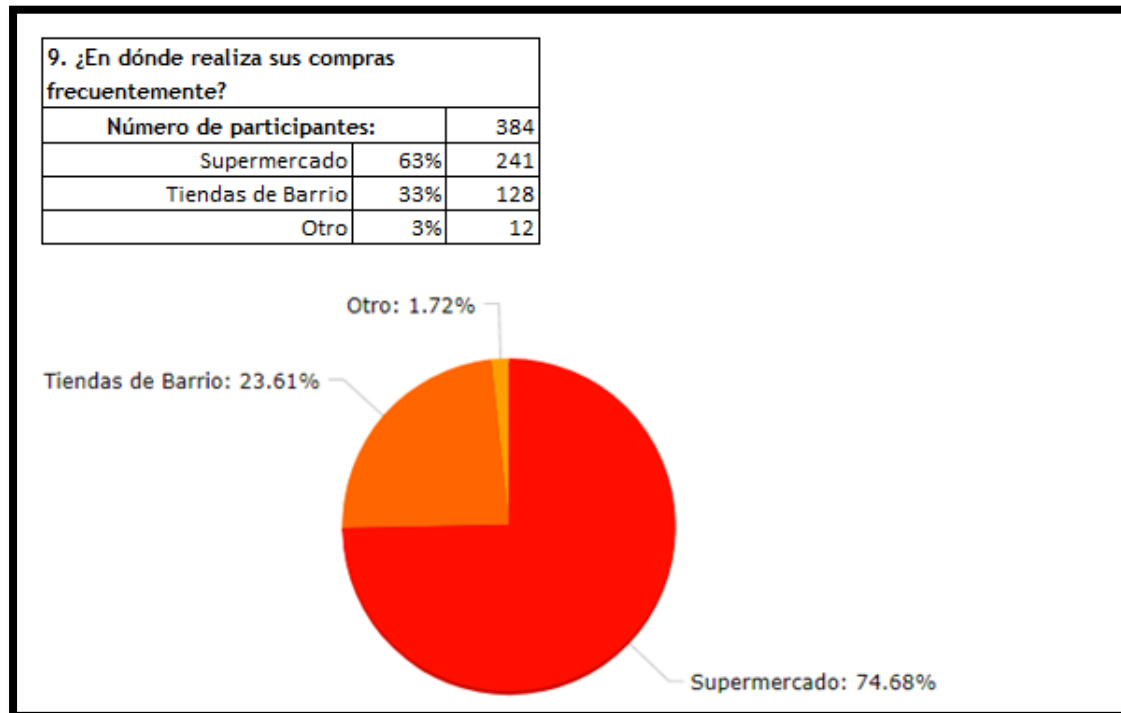


Figura 28: Pregunta 9

El 63% de la población señala que sus compras frecuentemente son realizadas en algún supermercado, mientras que un tercio de los encuestados respondió que compra en tiendas de barrio. En contraste apenas un 3% de los consumidores realiza sus compras en fruterías, panaderías o en el mercado. Los principales mercados en lo que se distribuye pan empacado son Akí, SuperAk, Supermaxi, Megamaxi, Santa María, Tía, entre otros.

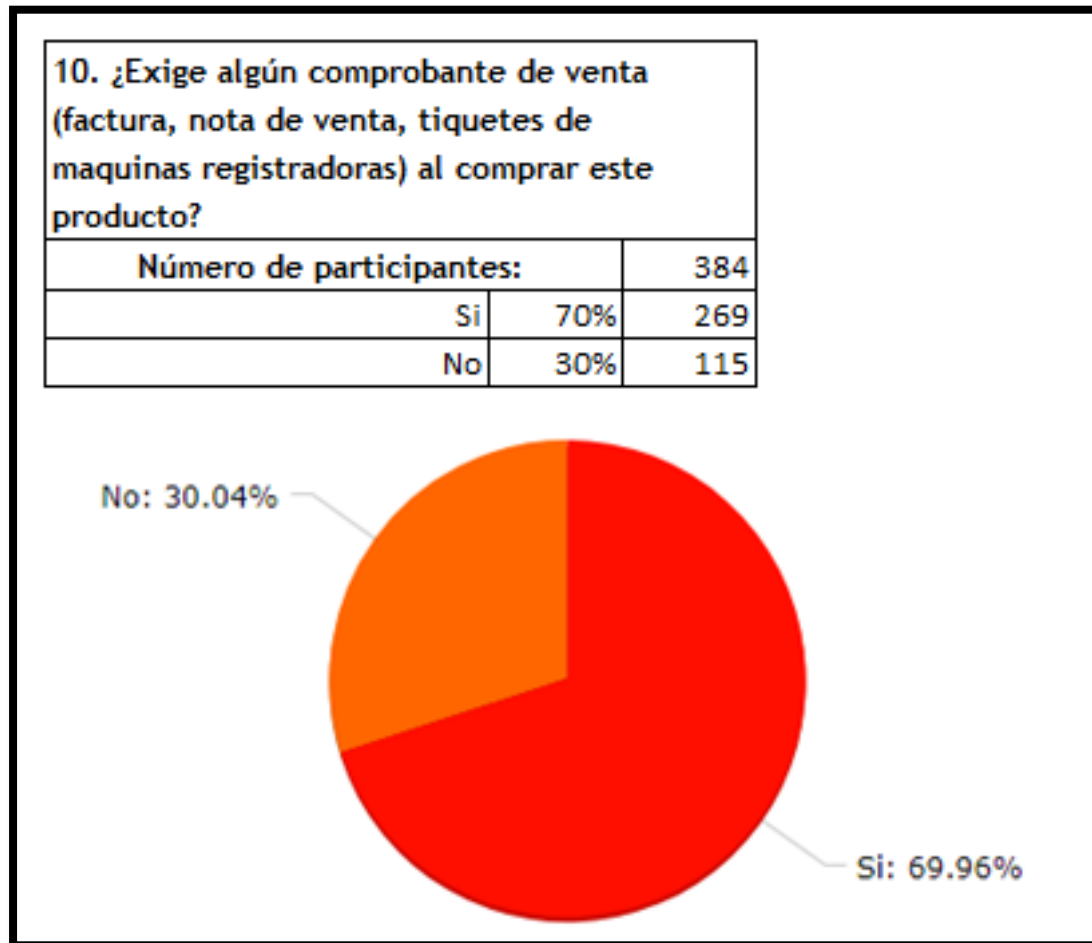


Figura 29: Pregunta 10

Aproximadamente el 70 % de los consumidores exigen algún comprobante de venta al realizar compras de pan empacado mientras que el 30% no lo hace. Esta pregunta guarda relación directa con el lugar en donde se realiza la compra pues los supermercados están en la obligación de emitir dichos documentos al ser sujetos pasivos de impuestos y transferir un bien. Mientras que la mayoría de tiendas de barrio están inscritas en el Régimen Impositivo Simplificado y se encuentran obligadas a emitir notas de venta cuando las transacciones sean superiores a 12 dólares.

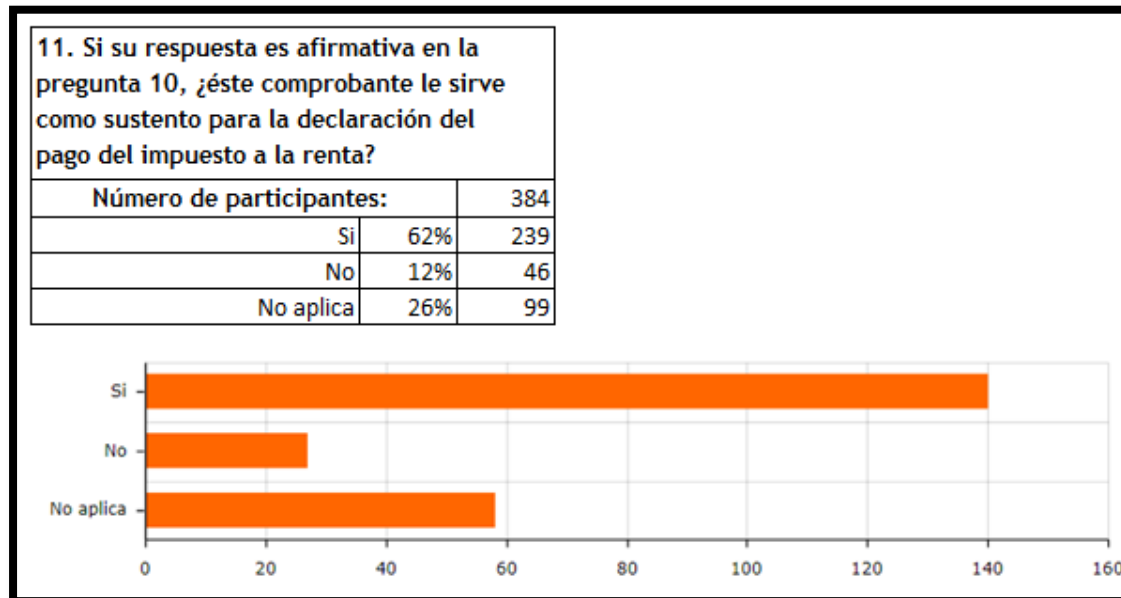


Figura 30: Preguntas 11

El 62% de los encuestados hace uso de los comprobantes de ventas para sustentar su declaración del impuesto a la renta en cuanto a gastos deducibles en el rubro de alimentación, mientras que el 12% de los consumidores no las usan. De la misma manera el 26% de las personas que consumen pan empacado no están obligadas a realizar declaración del impuesto a la renta.

La última sección de preguntas de la encuesta tiene concordancia con el impacto en los consumidores con respecto al etiquetado de alimentos procesados considerando principalmente el tema salud.

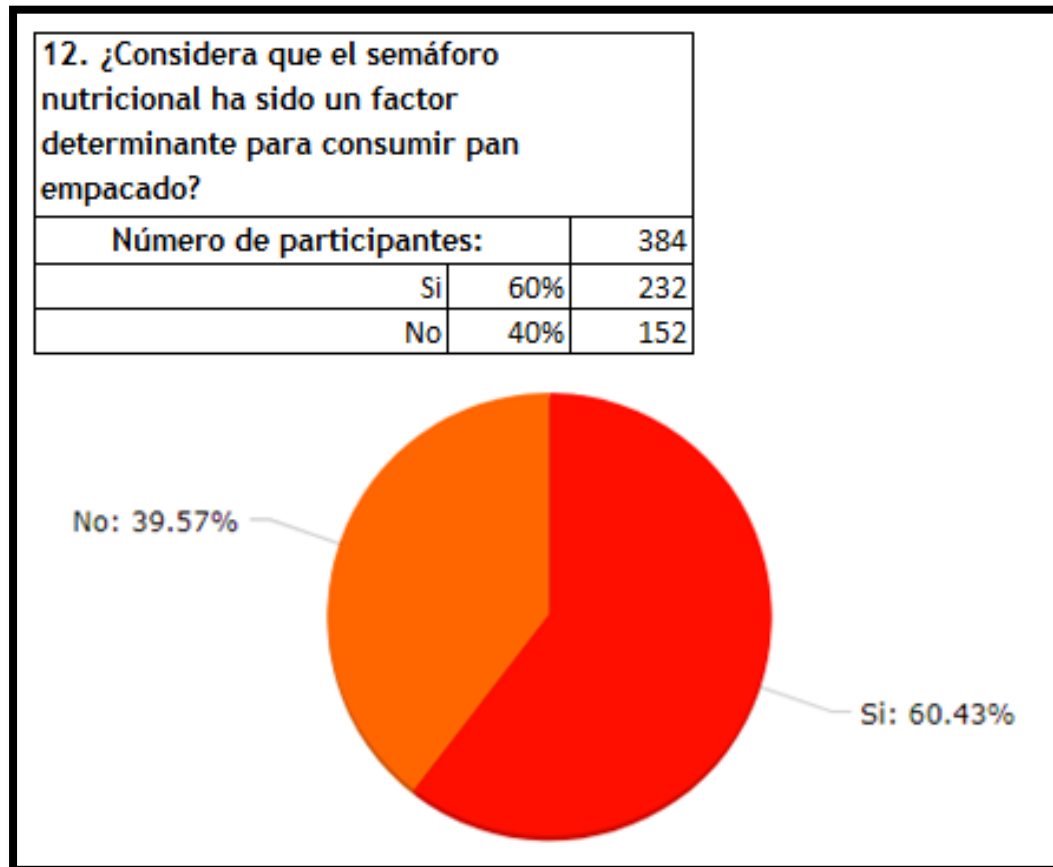


Figura 31: Pregunta 12

El 60% de los consumidores de la industria panificadora considera que el semáforo nutricional es un factor determinante para comprar pan empacado; en contraste, el 40% de ellos no toma en cuenta el semáforo para comprar el producto, por lo que su decisión de adquisición no se ve afectada por la normativa actual de etiquetado.

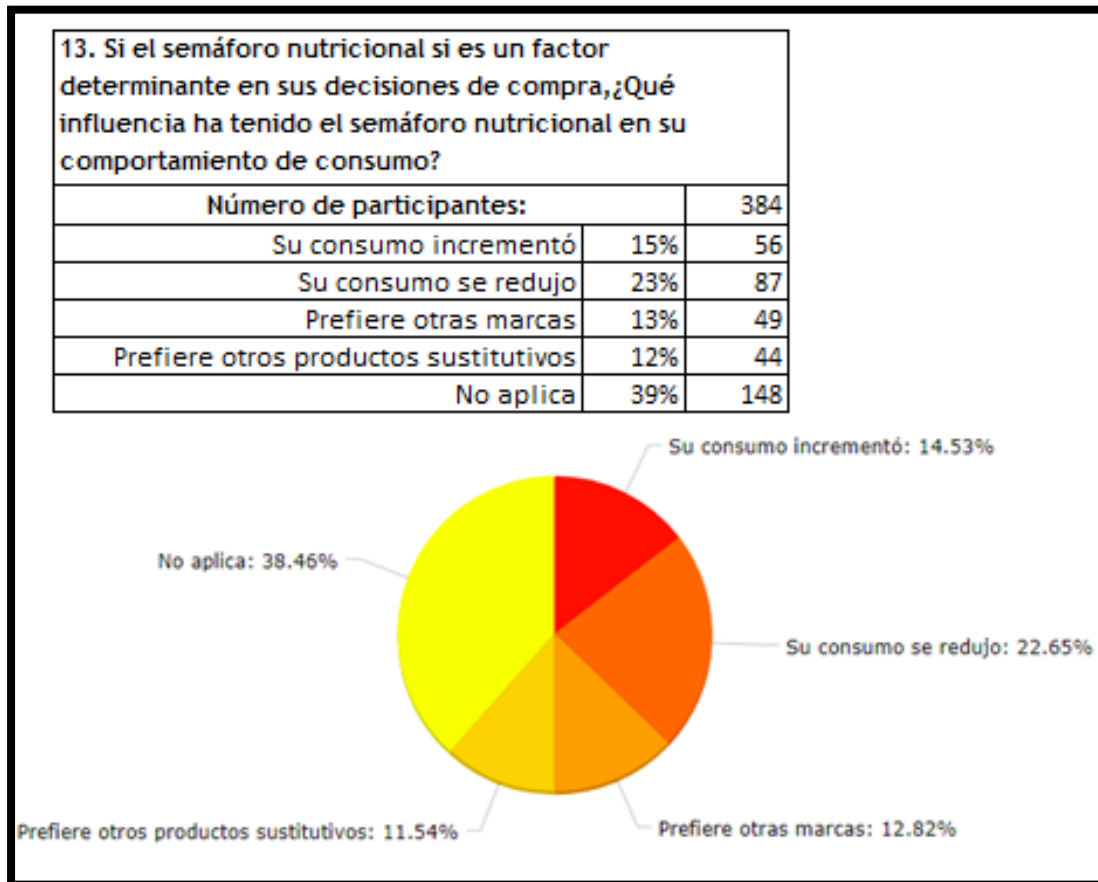


Figura 32: Pregunta 13

Con respecto al impacto que tuvo el etiquetado de alimentos procesados, el semáforo tuvo una incidencia en el 23% de los consumidores encuestados para que su consumo se redujera, mientras que el 15% lo incrementó. El 13% de los encuestados optó por preferir otras marcas, y una cantidad similar de personas, el 12% prefirió productos sustitutivos; entiéndase por éstos a aquellos que satisfacen la misma necesidad, para el caso los clientes optaron por galletas o cereales.

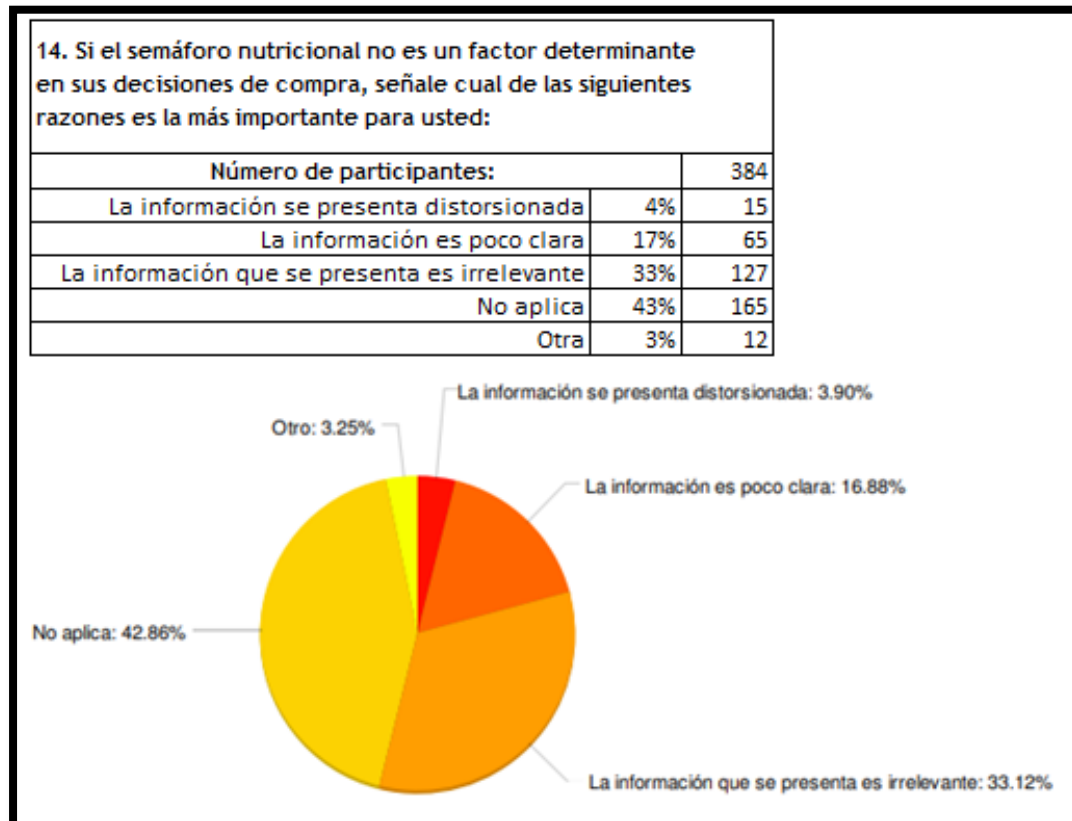


Figura 32 Pregunta 14

El 33% de los consumidores creen que el semáforo nutricional no es un factor determinante debido a que la información que se presenta es irrelevante; de la misma forma el 17% de los encuestados considera que la información que en el semáforo es poco clara, mientras que el 4% de los consumidores piensa que la información se encuentra distorsionada. Otra razón por la que el semáforo no es un factor determinante expuesta por el 3% de los encuestados, es la falta de interés que existe por parte de ellos.

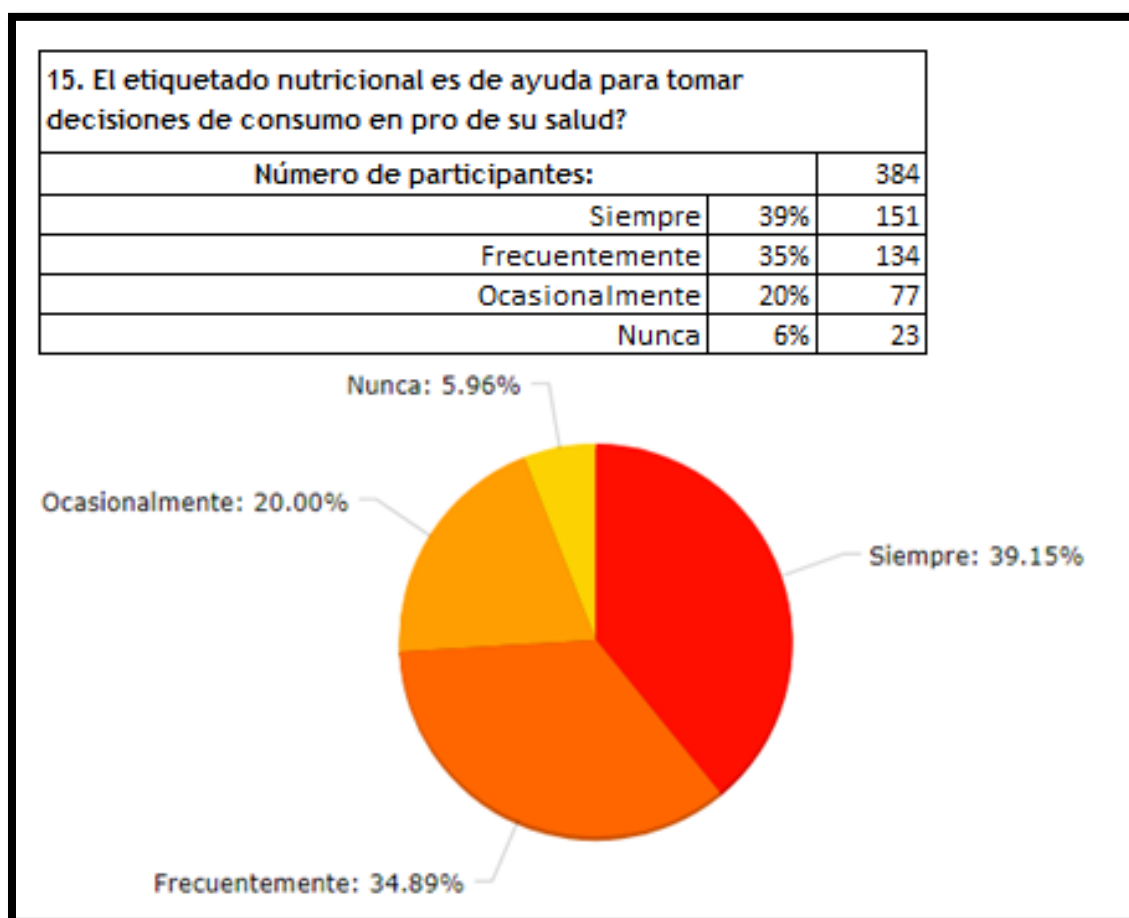


Figura 33: Pregunta 15

El 39% de las personas encuestadas señala que el etiquetado nutricional siempre es de ayuda para tomar decisiones de consumo en pro de su salud, el 35% de los consumidores indica que frecuentemente éste es importante, mientras que para el 20% de los consumidores ocasionalmente el semáforo nutricional es de ayuda en sus decisiones. Apenas para el 6% de los encuestados el semáforo nunca es de ayuda en sus decisiones de consumo en beneficio de su salud.

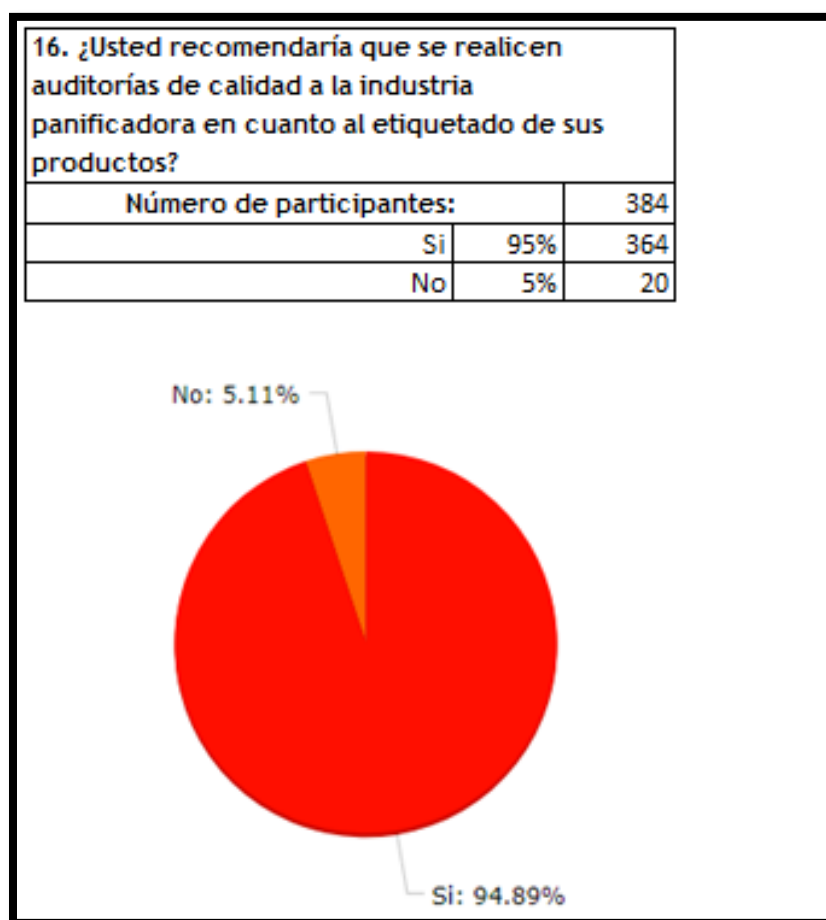


Figura 34: Pregunta 16

El 94% de los encuestados recomienda que se realicen auditorías de calidad en la industria de panificación para verificar el cumplimiento de la normativa vigente de etiquetado de alimentos procesados, mientras que el 5% considera que no es necesaria dicha revisión.

4.1.2. Comprobación de hipótesis

Para comprobar la hipótesis de investigación se emplea la prueba estadística de chi-cuadrado X^2 , la cual permite establecer la relación entre dos variables categóricas.

Hi: Las normas de etiquetado de alimentos procesados adoptadas por el sector industrial panificador tienen una afectación en las decisiones de compra de los consumidores en pro de su salud.

Ho: Las normas de etiquetado de alimentos procesados adoptadas por el sector industrial panificador no tienen una afectación en las decisiones de compra de los consumidores en pro de su salud.

Las variables identificadas son:

Variable independiente: Normas de etiquetado de alimentos procesados

Variable dependiente: Decisiones de compra de los consumidores

Se considera las siguientes preguntas para el análisis, debido a que tienen mayor relevancia y concordancia con la hipótesis de investigación, con lo cual se procede a realizar una tabla de contingencia en base a los datos obtenidos.

Tabla 10

Tabla de Contingencia

Preguntas / Aseveraciones	Si	%	No	%	TOTAL
<i>12. ¿Considera que el semáforo nutricional ha sido un factor determinante para consumir pan empaçado?</i>	232	60	152	40	384
<i>15. ¿El etiquetado nutricional es de ayuda para tomar decisiones de consumo en pro de su salud?</i>	362	94	23	60	385
TOTAL	594		175		769

Tabla 11

Consumo vs. Salud

CONSUMO Vs. SALUD	SI	NO	TOTAL
SI	594	514	1108
NO	255	175	430
TOTAL	849	689	1538

Para obtener las frecuencias esperadas (Fe) se aplica la siguiente fórmula:

$$Fe = \frac{(Total\ de\ la\ fila) * (Total\ de\ la\ columna)}{Total\ de\ frecuencias\ esperadas}$$

Tabla 12

Alternativas análisis Chi-cuadrado

ALTERNATIVA	Fo	Fe	Fo - Fe	(Fo - Fe)²	(Fo - Fe)² / Fe
<i>Es el semáforo nutricional un factor importante para consumir pan empackado e influye en sus decisiones de compra pensando en su salud</i>	594	611,63	-17,63	310,933	0,508
<i>Es el semáforo nutricional un factor importante para consumir pan empackado pero no influye en sus decisiones de compra pensando en su salud</i>	255	237,37	17,63	310,933	1,310
<i>El semáforo nutricional no constituye un factor importante para consumir pan empackado pero influye en sus decisiones de compra pensando en su salud</i>	514	496,37	17,63	310,933	0,626
<i>El semáforo nutricional no constituye un factor importante para consumir pan empackado y tampoco influye en sus decisiones de compra pensando en su salud</i>	175	192,63	-17,63	310,933	1,614

El valor de Chi-cuadrado Calculado se obtiene de la fórmula:

$$X^2_{cal} = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

$$X^2_{cal} = 4,059$$

Este valor debe ser comparado con el valor de la tabla Chi – Cuadrado por lo que se procede a calcular los siguientes valores:

Grados de libertad (v)

$$v = (\text{cantidad de filas} - 1) * (\text{cantidad de columnas} - 1)$$

$$v = (2 - 1) * (2 - 1) = 1$$

Valor del parámetro (p)

$$p = 1 - \text{Nivel de Significancia}$$

$$p = 1 - 0,05 = 0.95$$

Por consiguiente:

Para determinar si las variables están relacionadas el valor calculado debe ser superior al valor de la tabla de distribución de Chi-cuadrado. Entonces, X^2_{cal} con un nivel de confianza de 0,05 y 1 grado de libertad debe ser superior a 3,841; por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula. Existe un impacto de las normas de etiquetado nutricional en los consumidores de pan empacado, el cual está vinculado con el cuidado de su salud.

4.1.3. Informe Final de Resultados

Introducción

El proyecto de investigación determina el impacto de la normativa de etiquetado de alimentos procesados en los hábitos alimenticios de los consumidores de pan empacado tomando como referencia las zonas urbanas de Quito en donde se concentra la mayor parte del consumo de este producto. La hipótesis planteada establece que el semáforo nutricional tiene una afectación en las decisiones de adquisición de la población en pro de su salud tomando como referencia la información del contenido nutricional del etiquetado bajo los parámetros que establece el reglamento.

La aplicación de la normativa ocasiona que las empresas industriales de pan empacado se preocupen por brindar al usuario opciones de productos nutritivos lo cual implica la inversión de costos en el área de investigación y desarrollo para mantenerse en el mercado actual.

La investigación estudia de manera global al sector panificador y la afectación que tienen al adoptar la normativa vigente tomando como referencia el impacto en el consumo por parte de la población quiteña. Así mismo el proyecto enmarca el desempeño de estas empresas en los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial con el fin de obtener conclusiones sobre la conciencia institucional al ofertar productos transparentes en cuanto a la información que se presenta en las etiquetas. La principal herramienta para recolectar los datos fue la utilización de encuestas direccionadas al consumidor, así como también se analizó las revelaciones de las principales empresas líderes de esta industria citadas en fuentes bibliográficas.

Comprobación de la hipótesis

La hipótesis de investigación es: “las normas de etiquetado de alimentos procesados adoptadas por el sector industrial panificador tienen una afectación en las decisiones de compra de los consumidores en pro de su salud”.

Se concluye que la hipótesis es positiva debido a que la normativa referente al etiquetado de alimentos procesados influye en las decisiones de compra de los consumidores de pan empacado considerando principalmente el aspecto de la salud, sin embargo el sector industrial de

este producto no se ve afectado de manera significativa debido a que la mayoría de compañías están enmarcadas en conceptos de Responsabilidad Social Empresarial por lo que ofertan opciones nutritivas con etiquetas verdes o hasta amarillas.

Resultados de la Investigación

Tabla 11

Consumo vs. Salud

CONSUMO Vs. SALUD	SI	NO	TOTAL
SI	594	514	1108
NO	255	175	430
TOTAL	849	689	1538

Limitaciones de la Investigación

La información financiera que maneja las industrias panificadoras en cuanto a inversiones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial enfocado en los productos, puede influir en el desarrollo de la investigación.

Contribuciones

En base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población quiteña, se pretende incentivar al sector panificador industrial a seguir invirtiendo tanto en programas de responsabilidad social enfocados en el producto como en el área de desarrollo e investigación para ofrecer productos de mejor calidad. De la misma forma se desea obtener información relevante de los principales inconvenientes que limitan el cumplimiento del objetivo de mejorar los hábitos alimenticios en cuanto a nutrición que establece la normativa en mención.

Pistas para investigaciones posteriores

Tomando como referencia el presente proyecto, se recomienda para futuras investigaciones:

- Determinar el sector industrial cuya afectación sea significativa con respecto a la aplicación del reglamento de etiquetado.
- Obtener datos directos de las empresas que lideren el mercado objeto de estudio, mediante la aplicación de foros y entrevistas, para una mejor visión de la realidad.

Conclusiones

La mayoría de consumidores de pan empacado consideran el semáforo nutricional como un factor determinante para adquirir este producto debido a que muestra de manera simplificada la composición del mismo lo cual le permite tomar decisiones más acertadas en cuanto a su salud.

La gestión en cuanto a la cadena de suministro de la industria panificadora influye de manera crucial en cuanto a ofertar un producto de calidad que sea nutritivo para la sociedad y que a la vez evite etiquetados rojos en la gama de opciones que brinda.

Recomendaciones

El gobierno debe realizar campañas cuyo objetivo sea difundir la información que corresponda para obtener una interpretación óptima por parte de la población sobre el semáforo nutricional.

Las empresas deben preocuparse por la gestión de la cadena de suministro ya que es la responsable de cumplir los objetivos de desempeño con el cliente y otros grupos de interés.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El impacto de las normas de etiquetado de alimentos procesados vigentes en el Ecuador que adoptaron las industrias de sector panificador tienen un impacto en las decisiones de compra de los consumidores en base a las encuestas realizadas; esta afectación está directamente relacionada con el interés de las personas por adquirir productos nutritivos que contribuyan beneficios para su salud, lo cual ha obligado a las empresas que ofertan pan empacado, a invertir en el área de investigación y desarrollo para contar con una amplia gama de opciones para el cliente teniendo presente el factor de nutrición.

Las empresas del sector de alimentos al igual que las autoridades de Salud de nuestro país son en gran parte responsables de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos debido a que desempeñan un rol importante; desde la perspectiva industrial al manejar una responsabilidad social empresarial enfocada en el cliente brindándole productos de calidad con transparencia en cuanto al etiquetado, mientras que las autoridades en virtud del entorno regulatorio y legal. Las normas de etiquetado de alimentos procesados guardan relación directa con la política que señala el Plan del Buen Vivir de promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable.

El sector industrial dedicado a la elaboración de pan y otros productos de molinería contribuyen positivamente en la economía del país ya que forman parte de la industria manufacturera, la cual tiene un aporte significativo dentro de nuestro PIB, en el año 2016 según cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, esta industria tiene la mayor participación, exceptuando la refinación de petróleo. Cabe recalcar que las panificadoras adicionalmente manejan una cadena de suministro que aporta con el sector agrícola específicamente en la producción de trigo nacional, ya que mediante lo dispuesto por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP), estas empresas deben adquirir en igual proporción el trigo nacional como

el trigo importado, lo cual ha impulsado el desarrollo de estos productores, y a la vez ha contribuido con la oferta de pan que cumple con estándares de calidad altos.

El semáforo nutricional es un factor determinante para adquirir pan empacado debido a que la demanda se preocupa por obtener alimentos nutritivos, sin embargo el consumo no se ha visto afectado de manera significativa debido a que las industrias panificadoras enmarcan en su misión el ofrecer productos caracterizados por brindar beneficios para la salud. En este sentido, es importante mencionar que la mayoría de empresas de panificación comercializan pan de molde empacado con etiquetas verdes y amarillas únicamente.

5.2 Recomendaciones

Las industrias panificadoras deben invertir constantemente en el área de investigación y desarrollo para brindar opciones nutritivas y cada vez más sanas al consumidor, contribuyendo positivamente en la cultura alimenticia del país.

Los organismos encargados de la regulación, control y vigilancia de la normativa referente al etiquetado de alimentos procesados, deben realizar constantes auditorías que verifiquen el cumplimiento efectivo de dicha reglamentación, con el fin de que la información que se presente no se encuentre distorsionada.

Las empresas de la industria panificadora conjuntamente con las autoridades gubernamentales deben trabajar en programas de apoyo y capacitación al sector de producción de trigo nacional para promover el desarrollo agrícola brindando oportunidades de progreso a la población que se dedica a esta actividad.

El gobierno debe implementar programas de educación destinados a orientar al consumidor sobre el tipo de alimentos que adquiere con el objetivo de mejorar los hábitos alimenticios de la población.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Alfredo Hoyos Zavala, Kerlly Yance Jácome, Alex Rendón Alin. (2015). Semaforización de productos de consumo, tendencia y culturización en los ecuatorianos. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- ANFAB. (28 de Mayo de 2017). ANFAB. Obtenido de <https://anfab.com/wp/el-semaforo-nutricional/>
- Arias, F. G. (2012). *EL Proyecto de Investigación* . Caracas: Editorial Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.PDF
- Banco Central del Ecuador. (01 de Febrero de 2018). *Reporte trimestral del mercado laboral*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec>
- Cajiga, J. F. *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Centro Mexicano para la Filantropía, México.
- Cancino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (Diciembre de 2008). Responsabilidad Social Empresarial. Santiago de Chile, Chile.
- Cofre, C. (2016). *Los procesos de Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en la información contable de las empresas del Sector Industrial del Cantón Latacunga-Provincia Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/11997>
- Corporacion Financiera Nacional, CFN. (29 de Enero de 2018). *CORPORACION FINANCIERA NACIONAL B.P.* Obtenido de Ficha Sectorial: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/08/SNAI-FS-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- EKOS. (31 de Enero de 2018). *Guía de Negocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/>
- EL COMERCIO. (2 de Diciembre de 2014). Nuevas etiquetas están cambiando los hábitos de consumo en el país . *EL COMERCIO*, pág. 1.
- Fausto Maldonado, Gabriela Proaño. (2015). La industria en el Ecuador . *EKOS*, 46-66.
- Guevara, A. F. (2016). Impacto del sistema de alertas "semáforo" de contenido de azúcar, sal y grasa en etiquetas de alimentos procesados: enfoque cualitativo. *Revista de ciencias sociales y humanas*, 48-60.

- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- INEC. (2016). *Reporte del Índice de Producción de la Industria Manufacturera IPI-M – Diciembre 2016*. Quito.
- INEC. (s.f.). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012. ECUADOR.
- INEN. (22 de Diciembre de 2014). Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 (2R). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (02 de Febrero de 2018). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- León, F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión General*, 83-95.
- Lerma, H. D. (2009). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (30 de Enero de 2018). *Coordinación General del Sistema Nacional de Información - CGSIN*. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec>
- Ministerio de Salud Pública. (2006). *Ley Orgánica de Salud*. Obtenido de http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf
- Ministerio de Salud Pública. (16 de Diciembre de 2014). Reglamento de etiquetado de alimentos procesados para consumo humano. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ministerio de Salud Pública. (25 de Agosto de 2014). Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano. Ediciones Legales.
- Ministerio de Salud Publica, Instituto nacional de estadísticas y censos. (2013). *Encuesta nacional de salud y nutrición ENSANUT-ECU 2011-2013*. Quito.
- Moderna Alimentos S.A. (05 de Febrero de 2018). *Moderna Sostenible*. Obtenido de <https://www.modernasostenible.com.ec/>
- Montenegro, E. (27 de Septiembre de 2016). *Impacto de las políticas del etiquetado de los alimentos procesados desde la perspectiva de los empresarios y los consumidores en el cantón Quito*. Obtenido de DSpace JSPUI: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/16729>

- Niello, J. V. (Diciembre de 2006). Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de los consumidores . Santiago de Chile , Chile : Naciones Unidas.
- Organización Mundial de la Salud. (2011). *Informe de la situación mundial de las enfermedades no transmisibles*.
- Ortega, L. S. (2016). *Análisis del impacto del Semáforo Nutricional en la gestión comercial de la empresas de embutidos y lácteos en la ciudad de Loja. Año 2016*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/15543/1/Maza%20Ortega%20Lizeth%20Sofia.pdf>
- Poveda, A. (2016). Impacto del sistema de alertas "semáforo" del contenido de azúcar, sal y grasa en etiquetas de alimentos procesados: enfoque cualitativo. . *Revista de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana*, 25.
- Rafael, J., & Francisco, P. *Análisis tributario y financiero sectorial. Estudio de caso: Sector Panificador del país*. Escuela Politécnica del Litoral, Guayaquil.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir Plan Nacional 2013-2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s.f.). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Servicio de Rentas Internas . (02 de Febrero de 2018). *SRI en línea*. Obtenido de <https://declaraciones.sri.gob.ec>