

Año 27 No. 99
julio-septiembre, 2022



Año 27 No. 99

julio-septiembre, 2022

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

COMO CITAR: Peralta Mocha, M. B., Guzmán Arias, R., y Verdezoto Reinoso, M. (2022). Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 1095-1114. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.15>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 27 No. 99, 2022, 1095-1114
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas

Peralta Mocha, María Beatriz*
Guzmán Arias, Rocío De Lourdes**
Verdezoto Reinoso, Mariana Del Rocío***

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema al cual las empresas están prestando atención, por cuanto han entendido que a través de su ejercicio se alcanza el bienestar social, económico, y ambiental. El propósito de esta investigación fue analizar las prácticas de responsabilidad social de las empresas bananeras de Machala – Ecuador. Se realizó a partir de un enfoque positivista, cuantitativo, utilizando para la recolección de información un cuestionario dicotómico, sometido a pruebas de validez y confiabilidad. La población estuvo constituida por las empresas bananeras. Los resultados obtenidos muestran la gestión interna de las empresas que medianamente realizan actividades que generen un impacto ambiental y de conservación hacia los recursos naturales; y por último el 50,93% de los encuestados, aseveró que su empresa no planifica actividades que beneficien a su comunidad. Se concluye que existe poca vinculación de la empresa con su comunidad, no participa en actividades sociales, no garantiza productos no nocivos para la salud y el medio ambiente, ni reduce uso de recursos naturales.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial; empresas bananeras; Machala; Ecuador.

Recibido: 12.08.21

Aceptado: 11.05.22

* Docente Titular de Universidad Técnica de Machala. Magíster en Docencia Universitaria e Investigación. Licenciado en Sociología y Ciencias Políticas. E-mail: mbperalta@utmachala.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4855-9746>

** Docente Titular de Universidad Técnica de Machala. Magíster en Derecho Civil y Procesal Civil. E-mail: rguzman@utmachala.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4604-2735>

*** Docente Titular de Universidad Técnica de Machala. Magíster en Auditoría Integral. Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA. E-mail: mverdezoto@utmachala.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2023-6681> (autor para correspondencia)

Corporate Social Responsibility in banana in Ecuador: economic, social and legal perspectives

Abstract

Corporate Social Responsibility is an issue to which companies are paying attention since they have understood that through its exercise social, economic, and environmental well-being is achieved. The purpose of this research was to analyze the social responsibility practices of the banana companies in Machala - Ecuador. It was carried out from a positivist, quantitative approach, using a dichotomous questionnaire to collect information, subjected to validity and reliability tests. The population was constituted by the banana companies. The results obtained show the internal management of the companies that moderately carry out activities that generate an environmental and conservation impact towards natural resources; and finally, 50.18% of those surveyed stated that their company does not plan activities that benefit their community. It is concluded that there is little link between the company and its community, it does not participate in social activities, it does not guarantee products that are not harmful to health and the environment, nor does it reduce the use of natural resources.

Key words: Corporate Social Responsibility; banana firms; Machala; Ecuador.

1. Introducción

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema de interés para las empresas porque a través de ella se alcanza el bienestar social, económico, y ambiental; a la vez que sirve como estrategia corporativa, que implica un compromiso voluntario de las empresas para respetar, promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad, el cuidado del ambiente, haciéndolas más productivas y competitivas.

Existe una tendencia mundial que ha llevado a las organizaciones a realizar negociaciones de una forma más responsable y ética, motivada por

las presiones de clientes, organismos internacionales, normativa local y las propensiones en gestión empresarial. No obstante, según las consideraciones de Yori et al, (2013), los programas o planes de responsabilidad social son poco implementados por las organizaciones; y si a éstas, se les permite su aplicación voluntaria y determinan que no obtendrán beneficios en el corto plazo, terminarán rechazando la implementación de tales programas. Por ello, se considera un imperativo la participación de las autoridades a través de normativas que conminen a las empresas a poner en funcionamiento planes de responsabilidad social basados en acuerdos entre trabajadores,

entidades y organizaciones sociales (Stakeholders).

Asimismo, Zárate, Bautista, y Beltrán (2021) indican que la responsabilidad social se despliega como un ejercicio inmanente a la empresa, transformándose en un innovador modo de negocios, donde ésta sigue los preceptos y contrae compromisos dando relevancia al progreso armonioso de su actuación en los ámbitos económicos, sociales y medioambientales considerando los requerimientos e intereses de sus partes interesadas y asegurando la sostenibilidad actual y de las futuras generaciones. No obstante, pese a su evolucionada concepción desde el panorama macroeconómico en consecución sus metas corporativas en consonancia con la realidad de su público de interés, actualmente, praxis responsables con límites poco claros y la legitimidad controvertible todavía predominan.

En otro orden de ideas, Ramírez et al, (2021) aseveran que los sistemas agrícolas son estimados para satisfacer las necesidades alimentarias globales y locales como una actividad positiva, pero de impacto negativo para el medioambiente, por lo tanto, es imprescindible enfatizar los servicios de los ecosistemas para el bienestar humano. Mientras que, Frohmann, Mulder, y Olmos (2021) aluden a la falta de cumplimiento de normativas laborales y ambientales originarían una competencia desleal en el comercio, al minimizar los costos productivos, es decir el “dumping” social y ambiental.

Al respecto, Guzmán (2020) reitera que el incumplimiento de los derechos de los trabajadores y del medio ambiente ha traído como efecto que la responsabilidad social hoy en día logre una mayor transcendencia, Ecuador

ha incluido en sus diversas leyes, disposiciones que tácitamente favorecen a la RSE.

En lo que concierne a Ecuador, según Coba et al, (2017:39) “las empresas de forma general aún no dan mucha importancia a temas sociales y ambientales, y son únicamente ciertas iniciativas empresariales que deciden de manera voluntaria implementar la filosofía de responsabilidad social de manera sostenible”. Herrera et al, (2021) mencionan que, en Ecuador la agricultura vinculada al cultivo de tierras en zonas rurales forja crecimiento económico del sector bananero, convirtiéndolo en el quinto rubro con mayor comercialización a nivel internacional, generando fuentes de ingresos y de trabajo. Por ello, el sector bananero es considerado de gran importancia por sus dimensiones y por la población cuyo sustento económico gira en torno a esta actividad.

Según los datos obtenidos de Santos y León (2019), las empresas bananeras de Los Ríos, tienen un mayor impacto social representado hasta con 10 variables mostrando un coeficiente positivo, entre las cuales sobresalen: construcción de fidelidad en la relación con los proveedores, derecho a la vivienda, programas de motivación del personal, programas educativos enfocados en los colaboradores, bienestar ocupacional, psicología ocupacional, programas de reputación organizacional, satisfacción al cliente, entregas a tiempo y gestión de calidad.

Las empresas bananeras realizan actividades de producción, comercialización y de servicios con la finalidad de obtener ingresos económicos. Por ello, las empresas deben considerar implementar políticas relativas al ejercicio de la responsabilidad social, tanto a lo externo como a lo interno,

considerando a los distintos grupos de interés (Stakeholders). Al respecto, se deduce que, la RSE representa una estrategia organizacional capaz de desarrollar ventajas competitivas, y generar de esta manera una retribución tangible para el bienestar y desarrollo social, económico, ecológico, cultural.

Por otra parte, informantes de las empresas bananeras de Machala, Ecuador presumen que la escasa aplicación de la responsabilidad social en las empresas estudiadas, se debe al deterioro de la imagen y su reputación; vulnerabilidad de la debida diligencia de la responsabilidad social por parte de las empresas bananeras; alto nivel de riesgos económicos, sociales y medioambientales derivados de comportamiento socialmente irresponsables; baja contribución a la RSE en función de la agregación de valor y partes interesadas de las empresas bananeras. Sus efectos son: escasa cultura acerca de la RSE; escaso control por parte de las entidades gubernamentales en el cumplimiento de estas disposiciones; bajo nivel de cumplimiento de la RSE; iniciativa limitada en las empresas bananeras para dicho cumplimiento.

La situación descrita anteriormente, obliga a reflexionar acerca de la necesidad de estudiar la responsabilidad social en estas empresas. Por ello, se pretende hacer un diagnóstico de las empresas bananeras de Machala, en Ecuador, a fin de evidenciar la situación respecto al cumplimiento de estas prácticas.

Desde este marco de ideas, las prácticas de responsabilidad social han sido consideradas una estrategia gerencial adoptada por las empresas, donde han implementado e incidido positivamente en la calidad de vida

laboral, así como, en el entorno en el cual desarrollan sus actividades. En tal sentido, el siguiente artículo ha sido estructurado: en la parte introductoria, se aborda la situación actual respecto a las prácticas de RSE; seguidamente, se desarrolla una reflexión teórica sobre este tema; luego, los aspectos metodológicos; resultados y discusión; y, finalmente las conclusiones.

2. Responsabilidad Social Empresarial: Aproximación teórica

Entre quienes han tenido un mayor impacto en la evolución de este concepto, están, Bowen H. (1953) quien publicó *Social Responsibilities of the Businessman*, la cual lo catapultó como el padre de la RSE. Por su parte, Cancino y Morales, (2008) reiterado por Navarro (2016) hacen alusión a que las teorías en las que se basa la RSE son a saber: teorías instrumentales fundamentadas en Friedman (1970), Murray y Montanari (1986), Porter y Kramer, (2002, 2006, 2011); teorías integradoras sostenidas por Carroll (1979), Vogel (1986); teorías de carácter Político basadas en Davis (1960), Donaldson y Preston (1995), Wood y Lodgson (2002); y, teoría de la Ética y la Moral en los negocios con los postulados de Freeman (1970), Kaku (1997), Annan (1999) o Pacto Global de Naciones Unidas, Chomali y Majluf (2007), quienes desde diversos enfoques se han dedicado al estudio de las concepciones teóricas de la RSE.

Asimismo, Server y Villalonga (2005) mencionan que la RSE surge a finales de los 50 y principios de los 60, aún, cuando es difícil precisar su origen exacto. Fue en los Estados Unidos de América donde las empresas

privadas identificaron que, a más de la producción de bienes y servicios, se causaba riesgos a la salud de sus trabajadores y contaminación al medio ambiente. Posteriormente, en su evolución histórica, se evidencia que, las empresas norteamericanas proporcionaban información sobre su RSE, lo que se podría estimar, como primicias en balances sociales y la búsqueda de soluciones, puesto que EE. UU. era el más interesado en este asunto.

En Europa, la información sobre esta práctica era requerida desde los estamentos internos de la organización, y por ello en sus inicios, los balances sociales estaban dirigidos a los trabajadores, justificándose de este modo, el dominio de los sindicatos en el contexto empresarial europeo, a disimilitud del norteamericano. En los años 70 se origina un apogeo en este tema, surgiendo diversas ideas de mejora para su posterior prototipo a seguir por parte de las organizaciones (Server y Villalonga, 2005). Al respecto, Mugarra (2001:28) destaca:

La consultoría estadounidense Abt Associates Inc, a la búsqueda de una cuenta socioeconómica hasta iniciativas mucho más asequibles como tantos anexos descriptivos de actividades sociales incorporados a las memorias clásicas de muchas empresas, pasando por iniciativas legales como la Ley Francesa N°77-769 de 12 de julio de 1977, que se decanta por el uso de indicadores sociales como instrumento para medir la actuación empresarial desde la perspectiva social...

En los 80, se prioriza el máximo beneficio y el lucro rápido como el principal propósito del quehacer empresarial, dejando de lado cualquier otro aspecto, entre ellos, el de RSE. Luego, en los 90, resurge la

preocupación por la RSE, y con ella, la creación de un modelo uniforme a seguir para las organizaciones, que les permitiera la comparabilidad de información. Es en esta década, donde se origina la utilización del vocablo sostenibilidad, que trae implícito, concepciones económicas, sociales y medioambientales. Lo que la RSE perseguía, era que las organizaciones sean responsables, no sólo en el ámbito económico, sino también, en el ámbito medioambiental y social (Server y Villalonga, 2005).

A juicio de Lizcano (2002), la RSE significa fundamentalmente, admitir la particularidad social de las empresas, como conglomerado de individuos que se relacionan en la sociedad, tanto, desde una perspectiva de su propia constitución fundamental, como, desde la de parte integrante de un sistema social. Por medio de esta práctica, las empresas concientizan el impacto de su acción sobre todos los stakeholders, y, expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico; a la vez, a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad donde actúan y de la sociedad en su conjunto.

Desde este contexto de ideas, Porter (1986) destaca como instrumento básico para el diagnóstico de la ventaja competitiva a la creación y mantenimiento de la cadena de valor. En este mismo sentido, Mateos, Estrada, y Hernández (2020), señalan que, el acrecentamiento del valor agregado y la legitimidad de las empresas en la sociedad la RSE es un componente imprescindible, que solamente podría funcionar cuando se realiza una conexión en torno a stakeholders.

Por su parte, Verdezoto y Vargas (2020), mencionan que, es preciso en las empresas productoras de banano

sintetizar las actividades esenciales e identificar los generadores de valor para la determinación de la ventaja competitiva, con base a la cadena de valor; de allí que, se considera a la RSE como herramienta de la ventaja competitiva, en donde los consumidores prefieren a una empresa bananera que sea socialmente responsable.

También, Porter y Kramer (2006), en relación a la ventaja competitiva y Responsabilidad Social Corporativa, resaltan la importancia de identificar las acciones de las empresas y las consecuencias sociales que se derivan de estas; y, resaltan la necesidad de detectar las oportunidades en beneficio de la sociedad, para mejorar el entorno competitivo en el que se desarrollan. Enfatizan en que la iniciativa de la RSE no solo debe estar enfocada en mejorar la imagen de la empresa, sino de desarrollar una mentalidad de éxito en los negocios. Además, estos autores, Porter y Kramer (2011) crean la filosofía Creating Shared Value, o CSV (Creación de Valor Compartido), cuya premisa no es participar el valor ya creado, sino suscitar la expansión del valor en lo económico y en lo social.

En otro orden de ideas, en relación al criterio de sostenibilidad de la responsabilidad social, el Global Reporting Initiative [GRI] (2022) orienta a las organizaciones para la elaboración de sus memorias de sostenibilidad, que las define como un informe anual que revela los indicadores aplicados y sus efectos en la economía, medio ambiente y social, sin desatender el gobierno corporativo, relacionando con los ámbitos local, regional, y mundial que se encuentren interesadas. En relación a lo mencionado, la Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social y Sostenibilidad [CERES] (2022),

también precisa que las memorias de sostenibilidad es el documento que expone una entidad con la finalidad de revelar al público interesado acerca de sus efectos producidos en lo económico, ambiental y social, y así también sus acciones de contribuir al desarrollo sostenible positiva o negativamente. Así también, refiere diversas organizaciones con estos informes, conforme a los estándares del Global Reporting Initiative – GRI (Moderna Alimentos S. A, 2022).

Según, Server y Villalonga (2005:148), los elementos que deben considerar la RSE en las Memorias de Sostenibilidad son:

- Económico: gastos por nóminas, productividad laboral, creación de empleo, gastos en servicios externos, gastos en investigación y desarrollo, e inversiones en formación y otras formas de capital humano.
- Medioambiental: impacto de los procesos, productos y servicios sobre el aire, agua, tierra, biodiversidad y salud humana.
- Social: salud y seguridad en el lugar de trabajo, estabilidad de los empleados, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales en las operaciones externas.

El Manual de Balance Social señala que es un instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados para la aplicación de la política social de la empresa. Su estructura distingue a la RSE en dimensiones interna y externa. La dimensión interna de la responsabilidad social se refiere a las respuestas y acciones de la organización hacia sus trabajadores en tres campos: 1) Características socio laborales del personal; 2) Servicios sociales de la empresa al trabajador; y,

3) Integración y desarrollo del personal. En cambio, la dimensión externa se refiere al cumplimiento de la RSE con los demás públicos con los que se tiene relación, clasificándolos en tres campos: 1) Relaciones primarias; 2) Relaciones con la comunidad; 3) Relaciones con otras instituciones (Organización Internacional del Trabajo, 2001).

Inclusive el Libro Verde, expedido por la Comisión Europea en 2001, reitera que, la RSE tiene dos dimensiones: la

interna relativa a la gestión de los recursos humanos, la salud y seguridad en el trabajo; adaptación al cambio y gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales; y la externa a las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales (Unión Europea, 2001). La información presentada en el cuadro 1, pormenoriza las dimensiones interna y externa de la RSE:

Cuadro 1
Dimensiones de la RSE

Dimensión	Identificación	Expectativa
Interna	Gestión de Recursos Humanos	Prácticas responsables de contratación de personal e inclusivas. Contribución a las mejoras de las necesidades de capacitación.
	Salud y seguridad en el lugar de trabajo	Incluir criterios de salud y seguridad en el trabajo en su régimen de contratación
	Adaptación al cambio	Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable, considerando los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones.
	Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	Minimizar contaminación ambiental. Sistema comunitario de gestión. Sistema de gestión implementados en el ente.
	Trabajadores	Formalización contractual. Evitar la precarización laboral. Retribuciones justas e igualdad de condiciones.
	Accionistas o propietarios	Recuperación de su inversión con rentabilidad y la información transparente y periódica
Externa	Comunidades locales	Establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y acumulación de capital sociales para las empresas no locales.
	Socios comerciales, proveedores y consumidores	Evitar afectaciones por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción (a otras empresas). Oferta eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores necesitan.
	Derechos humanos	Determinación de responsabilidades dentro de la competencia de la organización y de lo gubernamental, respetando valores, códigos de conducta y principios.
	Problemas ecológicos mundiales	Fomentar la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de su cadena de producción hacer mayor uso de herramientas vinculadas a la gestión y a los productos. Inversiones en terceros países y su incidencia en el desarrollo socio-económico.

Fuente: Elaboración propia con base a Diario Responsable (2022)

Por su parte, Salcedo-Muñoz et al, (2021) concluyen que las empresas del sector bananero con la estrecha vinculación que tienen entre las actividades de RSE y los stakeholders, no solo es importante la rentabilidad, también debe considerar aspectos en donde se evidencie la activa participación de todos los actores en la empresa en su dimensión interna y externa, en los que se encuentren implícitos disposiciones jurídicas y éticas con público de interés que inciden de modo sustentable competitivo en mercado exigente en un contexto nacional e internacional.

En este sentido, Boyd et al, (2007, citado en Cogollo y Ruiz, 2019:674) “la sostenibilidad se puede explicar cómo la satisfacción a las necesidades de las generaciones presentes y futuras, comprendiendo la satisfacción de las necesidades entre las partes existentes como lo son empleados, clientes, entre otros”.

Es muy importante tener en cuenta que, aun cuando la RSE sólo puede ser asumida por las empresas, las demás partes interesadas. La RSE se analiza como continua fuente de polémica y controversias por los beneficios que brinda al sector empresarial comprometido en la práctica social. Muchos de ellos no lo hacen, por desconocimiento o por el gasto que genera. Esta responsabilidad exige gestión, en la cual se deben considerar indicadores que se puedan evaluar, con la finalidad de motivar la implementación de la RSE como estrategia competitiva empresarial; y, de no ser así, como razón de fracaso por no asumir el compromiso con la sociedad.

3. Consideraciones metodológicas de la investigación

La presente investigación se realizó a partir de un enfoque cuantitativo de la investigación científica, siguiendo la ruta metodológica bajo el paradigma positivista, apoyada en el método deductivo, con un tipo de investigación analítica, de campo, no experimental, transeccional. Usó como técnica la encuesta cerrada, con escala de medición dicotómica.

La población, a la que está dirigida la presente propuesta, es a las empresas bananeras medianas y grandes del cantón Machala de la provincia de El Oro, en Ecuador, que se encuentran legalmente constituidas a través de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y que tengan como actividad “Cultivo de Banano” de allí se establece la muestra al objeto de estudio.

Las empresas se clasifican según diversos criterios aportados por organismos internacionales, tales como: Organización de las Naciones Unidas (ONU), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), OIT, Unión Europea (UE) entre otros, a fin de unificar criterios que sirvan para ordenar su funcionamiento y desarrollo. En tal sentido, los países deben ajustar según dichas propuestas cada una de sus legislaciones en materia económica, laboral, política, social, comercial entre otras.

En atención a este planteamiento dichos organismos han coincidido en clasificar: microempresas: las que poseen entre 1y 10 empleados o

trabajadores; empresas pequeñas: entre 11 y 49 trabajadores; empresas medianas: entre 50 y 249 trabajadores; empresas grandes: de 250 trabajadores en adelante.

Esta información es necesaria para la selección de las empresas a las cuales se les aplicará un cuestionario, a fin de obtener información para realizar el diagnóstico.

En este sentido, se descarta del presente estudio a las microempresas y a las pequeñas, por cuanto no poseen recursos económicos, financieros, ni humanos para desarrollar e implementar planes de RSE.

Por tal motivo, se considerarán solamente las empresas medianas y grandes, en las cuales suman 1.488 trabajadores o informantes. La selección de los encuestados se hará de forma intencional, un 10% de los trabajadores de cada empresa, para un total de 145 trabajadores.

No se hizo proceso de muestreo por ser una población finita y de fácil acceso, lo que define Parra (2003), como censo poblacional. No obstante, al momento de aplicar los instrumentos de recolección de datos, no se pudieron localizar a las personas que se estimaban aplicar el cuestionario, lo cual se explica en el campo de la investigación como muerte estadística de los datos; de tal forma que quedaron solo: 1.356 trabajadores o informantes. La selección de los encuestados se hizo de forma intencional, de un 10% de los trabajadores de cada empresa, para un total de 136 trabajadores.

Este cuestionario fue sometido a validez y confiabilidad. La validez, se hizo por medio de un juicio de expertos para comparar con el contenido que se pretende medir; donde estos

especialistas en el área de la RSE evaluaron el cuestionario, sugirieron algunas correcciones de redacción de ítems que se realizaron en su totalidad. Así mismo, se sometió el cuestionario a una prueba piloto para determinar la confiabilidad del instrumento. La confiabilidad se realizó por medio de la aplicación del coeficiente de Kuder – Richardson (KR20), el cual es el recomendado para las pruebas dicotómicas. El coeficiente obtenido fue de 0,96, lo cual indica que el instrumento tiene alta confiabilidad y se puede aplicar a la muestra seleccionada. El procesamiento de los datos, así como las actividades de la tabulación, ordenamiento y presentación de resultados, se realizó por medio de la estadística descriptiva.

4. Prácticas de responsabilidad social de las empresas bananeras de Machala – Ecuador: análisis y discusión

Esta sección está dedicada a la presentación, análisis, y discusión de los resultados, soportado en tablas elaboradas a partir del procesamiento de la data colectada; este análisis se hará desde las dimensiones de la variable RSE. Estos resultados son producto de los estudios realizados a través del proyecto de investigación “RSE en el sector bananero del cantón Machala, provincia El Oro” adscrito al Centro de Investigación de la Universidad Técnica de Machala.

En la tabla 1, se define los grupos de interés que conforman los entornos internos y externos de las empresas bananeras ubicadas en Machala, provincia de El Oro.

Tabla 1
Grupos de interés (stakeholders)

INDICADORES/ÍTEMS	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	
	SI	NO	SI	NO
(\bar{X}) Accionistas o propietarios/as	45	91	33,09%	66,91%
Utilidades del ejercicio económico son reinvertidas en la empresa	78	58	57,35%	42,65%
Utilidades no repartidas se invierten en programas sociales	28	108	20,59%	79,41%
Promueven programas de bienestar social para los empleados	43	93	31,62%	68,38%
Promueven programas de bienestar para las familias de los empleados	31	105	22,79%	77,21%
(\bar{X}) Cargos directivos	84	52	61,76%	38,24%
Gerente o presidente es un líder respetado	82	54	60,29%	39,71%
Gerente/presidente responsable del poder en el mercado con integridad y ética	86	50	63,24%	36,76%
(\bar{X}) Personal	73	64	53,31%	46,69%
Desarrollo profesional en una empresa de prestigio	86	50	63,24%	36,76%
Aseguramiento de retiro o jubilación	59	77	43,38%	56,62%
(\bar{X}) Administración pública	100	36	73,53%	26,47%
Buenas relaciones con el sector público	101	35	74,26%	25,74%
Reglamenta funcionamiento de acuerdo con la normativa legal	99	37	72,79%	27,21%
(\bar{X}) Competencia	43	93	31,62%	68,38%
Crecimiento, fortalecimiento y capacidad de negociación a través del trabajo en red	54	82	39,71%	60,29%
Cooperación con las políticas gremiales	32	104	23,53%	76,47%
(\bar{X}) Clientela y/o consumidores/as	90	46	66,18%	33,82%
Inversión en I+D para producir productos y/o servicios de calidad	74	62	54,41%	45,59%
Clientela y/o consumidores son leales al producto y a la marca de empresa bananera	106	30	77,94%	22,06%
(\bar{X}) Proveedores	100	36	73,16%	26,84%
Construcción de relaciones a largo plazo con sus proveedores	99	37	72,79%	27,21%
Mantiene relaciones de reciprocidad con sus proveedores?	100	36	73,53%	26,47%
Promedio (\bar{X})	76	60	56,09%	43,91%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Para la mayoría de los accionistas o propietarios en promedio (66,91%), las utilidades del ejercicio económico de la empresa bananera son invertidas en ella; lo que comprende que, reconocen que las utilidades no repartidas no se reinvierten en programas sociales; igualmente que ellos como accionistas no promueven programas de bienestar social para los empleados, ni para sus familias.

De esta manera se percibe que, las utilidades no son bien distribuidas y sólo buscan su beneficio propio y no el de sus empleados. Estos resultados evidencian, además, la falta de conocimiento y de interés por parte de los accionistas para desarrollar programas de bienestar social a favor de sus empleados y de sus familias; dado que el bienestar de los empleados implica un aumento de su motivación y, por ende, lo convierte en un recurso de alto valor porque en esa misma medida, será altamente productivo y de gran beneficio para la empresa.

Por otra parte, cargos directivos sólo un 61,76% de las personas encuestadas admitió que el gerente o presidente de su empresa es un líder respetado, y un 38,24% afirmó que el gerente o presidente no hace uso responsable del poder en el mercado con integridad y ética. Estos resultados son preocupantes, porque, aunque no son la mayoría, representan un importante porcentaje de opinión que no ven a su presidente como un líder respetado, y que no tiene un comportamiento íntegro, ni ético, lo cual debería llamar la atención, ya que depende del liderazgo que exista en la empresa, se verá un modelaje de sus miembros, y si este modelo no es del todo positivo, la empresa correría el riesgo de alcanzar una mala gerencia.

En personal, en promedio

se observa que un 46,69% de los encuestados que es una proporción importante, admitió que en su empresa no tiene asegurado su retiro o jubilación. Esta situación genera incertidumbre en sus empleados, quienes podrían estar constantemente buscando otro sitio de trabajo que les asegure su retiro o jubilación.

En competencia, se tiene que el 68,38% de los encuestados en promedio afirmó que en la empresa donde labora no se ofrece oportunidad de crecimiento, fortalecimiento, capacidad de negociación a través del trabajo en red, y que tampoco coopera con las políticas gremiales.

Este resultado es muy importante, ya que, si una empresa no se dedica a diseñar estrategias de crecimiento, fortalecimiento y capacidad de negociación a través del trabajo en red, pierde la oportunidad de participar de forma más efectiva en el mercado competitivo de la industria del banano. Del mismo modo, es necesario que participe más activamente en las actividades gremiales, para poder extender su cooperación con sus empleados.

Ahora bien, en administración pública, clientela y/o consumidores/as y proveedores, se demostró un comportamiento aceptable, ya que la mayoría de los encuestados en un 26,47%; 33,82% y 26,84% respectivamente, admitió que su empresa bananera mantiene buenas relaciones con el sector público, y que reglamenta su funcionamiento de acuerdo con la normativa legal. De igual forma afirmaron que en su empresa se invierte en Investigación más Desarrollo (I+D) para producir productos y/o servicios de calidad, y que la clientela y/o consumidores son leales al producto

y a la marca de su empresa bananera.

Además, aseveraron que su empresa construye relaciones a largo plazo con sus proveedores y mantiene relaciones de reciprocidad con sus proveedores. Estos resultados demuestran que, existen buenas relaciones de la empresa con el sector público facilitando ese entorno de relaciones externas que favorecen su desarrollo y sostenimiento a través del tiempo.

En resumen, esta dimensión

ponderada muestra que solo el 56,09%, de las personas encuestadas reconoce que en su empresa el grupo de interés o Stakeholders, participan de alguna manera con actividades vinculadas con la responsabilidad social, lo cual merece más atención, ya que el resto 43,91%, no opina igual.

En cuanto a la dimensión gestión interna, los resultados se muestran en la tabla 2.

Tabla 2
Dimensión Gestión Interna

FRECUENCIA	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	
	SI	NO	SI	NO
(\bar{X}) Gestión de recursos humanos	72	65	52,57%	47,43%
Contratación de personal discapacitado	75	61	55,15%	44,85%
Evaluación del grado de satisfacción del trabajador	64	72	47,06%	52,94%
Implementación de mecanismos de comunicación con trabajadores que permita su interacción con la gerencia	81	55	59,56%	40,44%
Vela por la estabilidad del personal y por la retención de talentos	66	70	48,53%	51,47%
(\bar{X}) Salud y seguridad en el lugar de trabajo	73	63	53,86%	46,14%
Mantiene y promueve la salud de sus trabajadores	80	56	58,82%	41,18%
Respeto a leyes y normativas en materia de salud	76	60	55,88%	44,12%
Existencia de planes de prevención de riesgos laborales	67	69	49,26%	50,74%
Evaluación y gestión de riesgos laborales	70	66	51,47%	48,53%
(\bar{X}) Adaptación al cambio	67	69	49,26%	50,74%
Ambiente favorable al cambio y a la innovación organizacional	82	54	60,29%	39,71%
Inversión en prácticas de investigación desarrollo e innovación	52	84	38,24%	61,76%
(\bar{X}) Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	80	56	59,01%	40,99%
Establecimiento de medidas para minimizar la contaminación ambiental	90	46	66,18%	33,82%
Afectación al medio ambiente	82	54	60,29%	39,71%
Adopción de medidas para el reciclaje de los residuos	107	29	78,68%	21,32%
Diseño de productos o servicios ecológicos	42	94	30,88%	69,12%
Promedio (\bar{X})	73	63	53,68%	46,32%

Fuente: Elaboración propia (2021)

En la dimensión gestión interna, en gestión de recursos humanos un 47,43% en promedio de los encuestados afirmó que en su empresa se asegura la contratación de personal discapacitado; se evalúa el grado de satisfacción del trabajador; también se implementan mecanismos de comunicación con sus trabajadores que le permitan su interacción con la gerencia; además de velar por la estabilidad del personal y por la retención de talentos.

En este sentido, se cumple medianamente con lo esperado por parte de la gerencia para atender las necesidades de su personal discapacitado, así como generar mecanismos de comunicación efectiva entre el personal y la gerencia. Asimismo, se observó la necesidad de estrategias para mantener y retener el talento humano en las empresas estudiadas.

En cuanto a salud y seguridad en el lugar de trabajo, la media, 46,14% de las personas encuestadas aseveró que en la empresa bananera donde laboran se mantiene y promueve la salud de sus trabajadores; se respetan las leyes y normativas en materia de salud. No obstante, una mayoría reconoció que en su empresa no existen planes de prevención de riesgos laborales, aunque se evalúan y gestionan los riesgos laborales.

Esto indica que existen algunas empresas bananeras que sí se preocupan por la salud y bienestar de sus empleados, respetan las leyes y normativas para garantizarles la salud; pero una mayoría de estas empresas evalúan y gestionan los riesgos, más carecen de un plan de prevención de riesgos.

En adaptación al cambio, la opinión es contraria entre los encuestados, ya que el 50,74%, coincide en decir que

en la empresa donde labora se propicia un ambiente favorable al cambio y a la innovación organizacional y que, además, en ella se invierte en prácticas de investigación desarrollo e innovación; mientras que la otra mitad afirma lo opuesto.

Este resultado evidencia que los empleados no reconocen la existencia de un ambiente favorable para el cambio, y que tampoco conocen si su empresa realiza inversiones en prácticas de investigación desarrollo e innovación; lo cual es muy preocupante, porque denota falta de conocimiento e información por parte de los empleados de aspectos tan determinantes en una empresa para poder adaptar RSE al cambio que se le pueda presentar.

Con relación a gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales, se percibe, en promedio, que solo el 40,99%, que no es un porcentaje tan significativo de los encuestados afirmó que en su empresa se establecen medidas para minimizar la contaminación ambiental; asimismo, admitieron que su empresa produce alguna afectación al medio ambiente.

Además, solo este 40,99% ponderado reconoció que en su empresa se adoptan medidas para el reciclaje de los residuos y se diseñan productos o servicios ecológicos. Los resultados arrojados para este indicador revelan una gran falta de responsabilidad de las empresas bananeras con su medio ambiente y los recursos naturales, al no establecer medidas que minimicen la contaminación ambiental, que aumenten el reciclaje de los residuos y que se diseñen en su totalidad de ser posible, todos sus productos y servicios ecológicos.

Al analizar detenidamente el comportamiento de esta dimensión,

gestión interna, se puede observar que el 53,68% de las personas encuestadas, afirmaron que si hay una gestión de recursos humanos que medianamente les atiende sus necesidades. Del mismo modo, expresaron que no cuentan con un sistema de salud y seguridad satisfactorio; tampoco perciben una adecuada disposición al cambio y a la

innovación por parte de las empresas. Lo que es más grave aún, aseveran que sus empresas son indiferentes ante la necesidad de minimizar la contaminación ambiental.

Seguidamente se presenta la tabla 3, la cual describe los componentes de la dimensión de la gestión externa de la RSE con los siguientes resultados:

Tabla 3
Dimensión Gestión Externa

FRECUENCIA	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	
	SI	NO	SI	NO
(\bar{X}) Consumidores locales	43	94	31,25%	68,75%
Apoyo y promoción de actividades de salud dirigidas hacia la comunidad	39	97	28,68%	71,32%
Promueve proyectos sociales(culturales, deportivos) dirigidos hacia la comunidad	45	91	33,09%	66,91%
Realiza donaciones y actividades benéficas	36	100	26,47%	73,53%
Desarrollo de sistema de comunicación para mejorar el diálogo con la comunidad local	50	86	36,76%	63,24%
(\bar{X}) Socios comerciales, proveedores y consumidores	71	65	52,02%	47,98%
Garantía de productos no nocivos para la salud y el medio ambiente	66	70	48,53%	51,47%
Estimulación de formación y sensibilización medioambiental a los proveedores	68	68	50,00%	50,00%
Exigencia a los proveedores certificaciones medioambientales	81	55	59,56%	40,44%
Suministro de información transparente que refleja la imagen fiel de la situación de la empresa	68	68	50,00%	50,00%
(\bar{X}) Problemas ecológicos mundiales	62	74	45,77%	54,23%
Estimulación de reducción del consumo de recursos naturales	62	74	45,59%	54,41%
Cuidado al medioambiente de productos residuales contaminantes	66	70	48,53%	51,47%
Compromiso con el desarrollo sostenible	62	74	45,59%	54,41%
Promueve la relación universidad-sector productivo para fortalecer programas de protección medio ambiental	59	77	43,38%	56,62%
Promedio (\bar{X})	59	78	43,01%	56,99%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la dimensión externa, donde para consumidores locales, expresaron en un 68,75% que su empresa apoya y promueve actividades de salud dirigidas hacia la comunidad; promueve proyectos sociales (culturales, deportivos) dirigidos hacia la comunidad; realiza donaciones y actividades benéficas y que además desarrolla un sistema de comunicación para mejorar el diálogo con la comunidad local.

Estos resultados son significativos e importantes por cuanto revelan una intención de las empresas bananeras de participar en actividades con la comunidad, lo cual implica un acercamiento de la empresa con su comunidad lo cual es positivo para su proyección en su comunidad. Lo lamentable es que este grupo de empresas que demuestran esta responsabilidad con su comunidad es solamente un 68,75% de la muestra objeto de estudio.

Al analizar, socios comerciales, proveedores y consumidores, se evidencia que solamente el 47,98% de la muestra estudiada, admitió que la empresa donde labora garantiza productos no nocivos para la salud y el medio ambiente; estimula la formación y sensibilización medioambiental a los proveedores; exige a los proveedores certificaciones medioambientales y que, además, suministra información transparente que refleja la imagen fiel de la situación de la empresa.

Obviamente que estos resultados merecen una seria consideración, ya que solo menos de la mitad de las empresas estudiadas garantizan productos no nocivos para la salud y el medio ambiente, lo cual es un tema muy delicado y sensible a la vez, por trata RSE de la salud de las personas; también

es preocupante que tan pocas empresas estimulen la formación y sensibilización medioambiental a los proveedores, lo cual se traduce en un alto grado de permisividad para que los proveedores no cuiden el medio ambiente, ni se les exija las certificaciones medioambientales requeridas según sea el caso. Del mismo modo, es una situación poco ética el hecho de que estas empresas dejen de suministrar la información que demuestre su situación real.

Por otra parte, problemas ecológicos mundiales la mayoría de las personas encuestadas, el 54,23% coincidió en afirmar que en la empresa bananera donde laboran no se estimula la reducción del consumo de recursos naturales. No obstante, admitieron que en su empresa no se libra al medioambiente productos residuales contaminantes, aun cuando afirmaron que no posee compromiso con el desarrollo sostenible, ni tampoco en ella se promueve la relación universidad-sector productivo para fortalecer programas de protección medio ambiental.

Resumiendo, los resultados arrojados para la dimensión externa, se tiene que el 56,99% de las personas encuestadas, reconocieron que en su empresa no se atiende las necesidades de su ambiente, tampoco se exige a los proveedores certificaciones medioambientales para protegerlo, no se interesa por conservar el medio ambiente y muestra de ello es, la falta de vinculación con universidad-sector productivo a fin de crear programas que protejan el medio ambiente.

A continuación, la tabla 4 resume los resultados obtenidos para la variable RSE. Ésta proporciona el resumen del comportamiento de la variable responsabilidad social en las empresas bananeras encuestadas en el

cantón Machala, provincia de El Oro en Ecuador. En dicha Tabla 4, se evidenció que en la dimensión grupo de interés, solamente un 53,22% identificó su grupo de interés o stakeholders conformado por: accionistas o propietarios, cargos

directivos, personal, administración pública, competencia, clientela y/o consumidores/as y proveedores; lo que significa que para el resto (46,78%) de las personas encuestadas su grupo de interés no está bien definido.

Tabla 4
Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

FRECUENCIA	Promedio Frecuencia Absoluta		Promedio Frecuencia Relativa		TOTAL	
	SI	NO	SI	NO	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA
DIMENSIONES DE LA RSE						
Grupo de interés (Stakeholders)	76	60	56,09%	43,91%	136	100%
Gestión interna	73	63	53,68%	46,32%	136	100%
Gestión externa	59	78	43,01%	56,99%	136	100%
Promedio (\bar{X})	69	67	50,93%	49,07%	-	-

Fuente: Elaboración propia (2021)

Respecto a la dimensión gestión interna, se comprobó que el 53,68% de las personas encuestadas afirmó que en sus empresas se desarrolla una gestión interna que a sus pareceres es favorable para sus empleados velando por su seguridad, estabilidad y preocupada por la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales; mientras que una importante proporción (46,32%) no opinó de igual manera.

En relación con la dimensión gestión externa, solo el 43,01% aseguró que en la empresa donde labora existe una gestión externa, lo que implica una escasa vinculación de estas empresas con su comunidad, además de la falta de conciencia para producir productos ecológicos, aumentar el reciclaje y evitar el aumento de la contaminación de su medioambiente. Esta tabla 4, resume

el comportamiento de la variable RSE donde se muestra que solamente el 50,93% de las personas encuestadas afirmaron que en su empresa el grupo de interés o stakeholders participa en actividades de responsabilidad social; también en ese promedio porcentual, los encuestados reconocieron que la gestión interna de su empresa medianamente realiza actividades que generan un impacto ambiental y de conservación hacia los recursos naturales; y por último, en este 50,93% de los encuestados, mencionó que su empresa no planifica actividades que benefician a su comunidad, ya sea en aspectos de salud, sociales, deportivos, educativos, entre otros, según se evidencia en los resultados descritos (tabla 3). Del mismo modo, tampoco se interesa por estrechas comunicaciones

con su comunidad local que pudieran fortalecer su desarrollo y permanencia en el mercado de la producción del banano.

5. Conclusiones

En relación a los grupos de interés que conforman el entorno interno y externo de las empresas medianas y grandes del sector bananero de Machala en Ecuador, se puede afirmar que, en estas empresas no se realiza una identificación clara de sus stakeholders y sus criterios de priorización que coadyuve a una eficiente y eficaz gestión empresarial acorde a las premisas de la RSE.

Respecto a los componentes de la dimensión interna de RSE, se evidencia aisladamente el tratamiento y ejecución de prácticas que fortalecen esta dimensión, tales como: gestión de recursos humanos; salud y seguridad en el lugar de trabajo y adaptación al cambio. En contraste, los encuestados perciben una escasa intervención en la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales por parte de las empresas estudiadas.

En referencia a los resultados de los componentes de la dimensión externa de la RSE en las empresas objeto de estudio, se concluye que, como parte de su contribución con la comunidad y su entorno con el medio ambiente, estas empresas, según la percepción de los encuestados, es escasa la vinculación de la empresa con su comunidad, inclusive, no se garantiza un ambiente de trabajo libre de contaminación y sus efectos nocivos para la salud y el medio ambiente, son percibidos por las comunidades aledañas a las empresas bananeras, menoscabando los principios esenciales de la RSE establecidos a nivel

internacional; es decir, estas empresas no se comprometen con el desarrollo sostenible, ni promueven relaciones con la universidad, el sector productivo, los trabajadores, medio ambiente y la comunidad.

En resumen, se considera que, respetar estos criterios conlleva a estas empresas a obtener una ventaja competitiva acorde a la RSE, porque se identificarían las acciones de las empresas con sus respectivas consecuencias sociales, lo que les va a permitir obtener identificar oportunidades que beneficien a la sociedad y por ende, a mejorar su entorno competitivo, porque no solo se trata de obtener un plus en beneficio para la empresa sino que, se presenta ante la sociedad, como una empresa bananera con una filosofía de RSE y amigable con el contexto en el que se desarrolla.

Referencias bibliográficas

- Annan, K. (1999). *UN Global Compact*. World Economic Forum in Davos, Switzerland. UN Press Release SG/SM/6881.
- Boyd, E., Spekman, R., Kamauff, J., y Werhane, P. (2007). Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains: A Procedural Justice Perspective. *Long Range Planning*, 341-356. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2006.12.007>
- Cansino, J. y Morales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. [Santiago: Departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile].
- Carroll, A. (1979). A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. <http://>

www.iniciativajovem.org.br/pub/biblioteca/A%20three%20Dimensional%20Conceptual%20Model%20of%20Corporate%20Performance.pdf

- Chomali, F. y Majluf, N. (2007). Ética y Responsabilidad Social en la Empresa. Aguilar Chilena de Ediciones S.A., Santiago.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., y Proaño, P. (2017). La RSE en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 23-44. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>
- Cogollo Flórez, J. M., & Ruiz Vásquez, C. (2019). Prácticas de responsabilidad sostenible de cadenas de suministro: Revisión y propuesta. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(87), 668-683. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24661>
- Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social y Sostenibilidad- CERES (19 de 01 de 2022). CERES. <https://www.redceres.com/memoria>
- Diario Responsable S.L. (21 de enero de 2022). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas. <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>
- Donaldson, T., y Preston, L. E., (1995). The stakeholders theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of management review*, 20(1), 65-91.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. Times Magazine, September 13th, New York.
- Frohmann, A., Mulder, N., y Olmos, X. (2021). *Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional*. CEPAL, 11-41. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46759>
- Global Reporting Initiative- GRI (2022). Continuous improvement. <https://www.globalreporting.org/standards/>
- Guzmán, R. (2020). Ámbito jurídico normativo de la RSE (RSE) en el sector bananero del Ecuador. En M. Verdezoto, *RSE: prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano* (págs. 53-74). Machala: Ediciones UTMACH. <https://doi.org/10.48190/9789942241405>
- Herrera, A., Herrera, A., y Chávez, G. (2021). NIC 41 y su incidencia en el precio por caja de banano ecuatoriano, período 2019 - 2020. *Revista Universidad y Sociedad*, 100-109. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-100.pdf>
- Kaku, R. (1997). The path of Kyosei. *Harvard Business Review*, 75(4), 55-66.
- Lizcano, J. (2002). Confianza en los mercados y responsabilidad social corporativa. *Dirección y progreso*, (184), 25-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=269628>
- Mateos Espejel, L., Estrada Rodríguez, J. L., & Hernández Ruiz, H. M. (2020). Competitividad y responsabilidad social desde la comunicación de la ciencia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(91), 995-1013. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33178>
- Moderna Alimentos S. A. (19 de 01 de 2022). Memoria de Sostenibilidad 2020. <https://ungc-production>.

- s3.us-west-2.amazonaws.com/attachments/cop_2021/496313/original/Memoria%20de%20Sostenibilidad%202020.pdf?1618867825
- Mugarra, A. (2001). Responsabilidad y balance social hoy en día: un reto para las cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (39), 25-50. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403903>
- Murray, K. y Montanari, J. (1986). Strategic Management of the Socially and responsible Firm. *Integrating Management and Marketing theories*, 11(4). http://www.jstor.org/stable/258399?seq=1#page_scan_tab_contents.
- Organización Internacional del Trabajo (2001). Manual de Balance Social. Ginebra: Gráficas Pajón. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/01128.pdf>
- Parra, J. (2003). *Guía de muestreo*. Editorial Faces, LUZ.
- Porter, M. (1986). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de su desempeño superior*. Jp Hernandez, Trans. Ge Patria Ed.
- Porter, M., y Kramer, M. (2006). *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, 78-92. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39684170/Porter_Business_Case_for_CSR-with-cover-page.pdf?Expires=1621482966&Signature=XIHbs5HkMVOQbReDq9NtmXMxCn2pjHEMS~2uL2LWUjW08N9xpUY5R~RaiZ1Fud1NlNwaEN4ZQSJsi4Jr5X~J3G6lhPNHdb~J1VOvvMCtUJ9DovAO2qSf-AKB6RIsW2W
- Porter, M., y Kramer, M. (2011). *Creating Shared Value*. Harvard Business Review, 62-77.
- Ramírez, A., Ruiz, D., Rojo, A., y Burgos, J. (2021). The Ecuadorian Banana Farms Managers' Perceptions: Innovation as a Driver of Environmental Sustainability Practices. *Agriculture*, 11(3), 213; <https://doi.org/10.3390/agriculture11030213>
- Salcedo-Muñoz, V., Campuzano Vásquez, J., Uriguen Aguirre, P. A., & Plaza Guzmán, J. J. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro – Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(3), 394-403. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36778>
- Santos Santo, C. P., & León Saltos, A. C. (2019). La medición de los resultados sociales en el sector bananero; un estudio de corte transversal en la provincia de los ríos, república del Ecuador. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 23(93), 12. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/153>
- Server, R., y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 137-161. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405311>
- Unión Europea (2001). Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas. www.europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm
- Verdezoto, M., y Vargas, M. (2020). Costeo de actividades por RSE en el sector bananero. En M. Verdezoto, *RSE: Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano* (págs. 75-96). Machala:

Ediciones UTMACH. <http://doi.org/10.48190/9789942241405>

Wood, D. J. y J. M. Lodgson (2002). Business Citizenship: From Individuals to Organizations. *Business Ethics Quarterly, Ruffin Series*, (3), 59–94.

Yori Conill, L., Hernández de Velazco, J., Chumaceiro Hernández, A., & Ziritt, G. (2013). Responsabilidad social

empresarial y políticas públicas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIX(2), 309-321. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28026992010>

Zárate, R., Bautista, J., y Beltrán, Y. (2021). Stakeholders within the framework of Corporate Social Responsibility: A systematic. *Estudios Gerenciales*, 37(160), 460-471. <http://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.3974>