



Análisis de la percepción comunitaria frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos

Gancino Carvajal, Daysi Pamela y Oña Oña, Luis Mauricio

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería Comercial

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial

Ing. Maldonado Mera, Betzabé del Rosario PhD

20 de agosto del 2020

Urkund Analysis Result

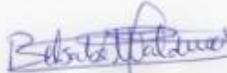
Analysed Document: TESIS_FINAL_Gancino_Oña.docx (D77943608)
 Submitted: 8/19/2020 3:32:00 PM
 Submitted By: dpgancino@espe.edu.ec
 Significance: 4 %

Sources included in the report:

URKUND VILLAVICENCIO JOHANNA Y LEGÑA VICKY.docx (D64805794)
 PERALTA.docx (D51428675)
 PROYECTO RESPONSABILIDAD SOCIAL FINALcambios.docx (D47355519)
 DESARROLLO DE UN MODELO CONCEPTUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS PROCESOS
 PRODUCTIVOS Y DE COMERCIALIZACION PARA LAS EMPRESAS PRODUCTORAS
 BANANERAS.docx (D63484133)
 f6a22f4054824b1d5abf3b4c1bd08db093cd1e77.docx (D68986706)
 trabajo de investigación I_Salazar.doc (D43298781)
 Jesus_tesis_complu.pdf (D40630057)
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>Blanco
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5633043.pdf>.
<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5702/Responsabilidad%20social%20empresarial%20en%20las%20cooperativas%20multiactivas%20de%20Barranquilla%20.pdf?sequence=1>
<https://core.ac.uk/download/pdf/232928065.pdf>
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/29728/1/T4519i.pdf>
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5276/1/UPSE-TAE-2020-0010.pdf>
<https://repositorio.upsc.edu.co/bitstream/001/1471/1/TGT-219.pdf>
https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4027/71462043P_GE_septiembre14.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instances where selected sources appear:

33


 Betzabé Maltonacho



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“Análisis de la percepción comunitaria frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos”** fue realizado por los señores **Gancino Carvajal, Daysi Pamela** y **Oña Oña, Luis Mauricio** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizando 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 las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que los sustenten públicamente.

Sangolquí, 16 de agosto de 2020

Ing. Maldonado Mera, Betzabé del Rosario PhD

C.C 1706820097



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Gancino Carvajal, Daysi Pamela** con cédula de ciudadanía N.º 1750335158 y **Oña Oña, Luis Mauricio** con cédula de ciudadanía N.º 0504092982, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Análisis de la percepción comunitaria frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos”** es de nuestra 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 referenciado las citas bibliográficas.

Sangolquí, 16 de agosto de 2020

.....
Gancino Carvajal Daysi Pamela

C.C 171750335158

.....
Oña Oña Luis Mauricio

C.C 0504092982



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros, **Gancino Carvajal, Daysi Pamela** con cédula de ciudadanía N.º 1750335158 y **Oña Oña, Luis Mauricio** con cédula de ciudadanía N.º 0504092982, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“Análisis de la percepción comunitaria frente a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 16 de agosto de 2020

.....
Gancino Carvajal Daysi Pamela

C.C 171750335158

.....
Oña Oña Luis Mauricio

C.C 0504092982

Dedicatorias

Este trabajo de titulación está dedicado a mis Padres, hermanos, amigos, director de tesis y a todos los involucrados que hicieron posible culminar la carrera Universitaria.

Oña Oña Luis Mauricio

Este trabajo de titulación está dedicado con mucho amor:

A mi madre Lourdes, que es la persona que más admiro en este mundo, que con cariño y amor es el pilar incondicional en mi vida.

A mi padre Jorge, por inculcarme las mejores enseñanzas y consejos de vida para ser una persona de bien, ya que gracias a su sacrificio y esfuerzo diario he podido cumplir mis objetivos de vida.

A mi hija Adele y mi esposo Carlos por ser la inspiración y el motor diario en mi vida, por todo su amor y paciencia entregada durante mi preparación universitaria.

A mis hermanas y familia, por siempre estar dispuestos a colaborar en cada reto de mi vida.

Gancino Carvajal Daysi Pamela

Agradecimientos

A mi padre que por razones de la vida nos separamos, gracias a todo su esfuerzo e insistencia en que la educación es una buena arma hoy en día y que siempre me enseñó a ser mejor cada día.

A mi madre por su amor y apoyo incondicional en toda mi vida, por toda su lucha para que sus hijos sean mejor cada día, puesto que toda meta sería gracias a usted.

A mi familia que en momentos difíciles no me dejaron decaer, siempre dando ánimos a seguir adelante cumpliendo retos.

Oña Oña Luis Mauricio

Sobre todas las cosas a Dios por brindarme fortaleza, salud y sabiduría para tomar decisiones acertadas a lo largo de mi preparación profesional.

A mis padres, Lourdes y Jorge, por haberme brindado a través de su esfuerzo esta herramienta valiosa como es la educación. Por siempre apoyarme y estar al pendiente en cada momento.

A mi hija Adele y mi esposo Carlos, que siempre me alientan a superarme, mejorar y crecer como ser humano y profesional.

A mis hermanas y familia, por su acompañamiento durante mi etapa universitaria.

A mi universidad, amigos y docentes, por todo este tiempo compartido.

Gancino Carvajal Daysi Pamela

Índice de Contenidos

Carátula	1
Similitud de Contenidos	2
Certificado de Director de Tesis	3
Responsabilidad de Autorización	4
Autorización de Publicación	5
Dedicatorias.....	6
Agradecimientos	7
Índice de Contenidos.....	8
Índice de Tablas.....	12
Índice de Figuras.....	14
Resumen.....	15
Abstract	16
Introducción	17
Planteamiento del problema	20
Justificación	24
Objetivos	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos.....	25
Determinación de variables	26
Hipótesis.....	26
Capítulo I	26

Marco teórico.....	26
Teorías de soporte	29
Teoría Integradora	29
Enfoque de Gestión de Asuntos Sociales.....	30
Enfoque de Responsabilidad Pública	30
Enfoque de Gestión de los stakeholders	30
Enfoque del Desempeño Social Corporativo	31
Teoría Ética.....	31
El enfoque normativo de Grupos Involucrados	31
El enfoque de los Derechos Universales	32
El enfoque de desarrollo sostenible	32
El enfoque del bien común	32
Marco Referencial	32
Marco Conceptual.....	35
Síntesis de evolución de la Responsabilidad Social Empresarial	35
Responsabilidad Social Empresarial.....	36
Grupos de interés o stakeholders	40
Percepción Comunitaria.....	41
Percepción comunitaria de la responsabilidad social.....	42
Capítulo II	44
Marco Metodológico.....	45
Tipología de investigación.....	47
Por su finalidad	47
Por las fuentes de información.....	47

Por las unidades de Análisis.....	47
Por el control de las variables: No experimental.....	48
Por el Alcance.....	48
Enfoque Metodológico.....	48
Enfoque de investigación mixto.....	48
Determinación de población objeto de estudio	49
Determinación del tamaño de muestra.....	54
Instrumento de recolección de información.....	55
Matriz de variables.....	57
Capítulo III	45
Resultados	45
Resultados fase 1	45
Resultados fase 2	48
Resultados descriptivos generales.....	50
Descripción de la muestra	50
Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial	50
Frecuencia por género	51
Frecuencia por edad	52
Dimensión 1: Beneficios de RSE a nivel local.....	53
Dimensión 2: Beneficios Individuales de RSE	54
Dimensión 3: Aspectos medio ambientales de RSE.....	55
Resultados descriptivos por dimensiones.....	56
Prueba Chi Cuadrado	66
Tabla de contingencia Dimensión 1: Beneficios sociales de RSE a nivel local	66

Tabla de contingencia Dimensión 2: Beneficios individuales de RSE	69
Tabla de contingencia Dimensión 3: Aspectos Medioambientales	71
Análisis Inferencial	80
Cálculo de Percentiles	80
Intervalos de Confianza	83
Prueba de normalidad	84
Correlación Rho de Spearman	85
Análisis Factorial.....	88
Capítulo IV	96
Conclusiones	96
Recomendaciones	102
Capítulo V	102
Plan de Acción	102
Objetivo.....	103
Alcance.....	103
Propuesta Plan de Acción	104
Evaluación.....	113
Cronograma del Plan de Acción	114
Referencias	116
Anexos	125

Índice de Tablas

Tabla 1 Determinación de variable.....	26
Tabla 2 Criterios que debe cumplir una empresa socialmente responsable	38
Tabla 3 Ventajas que la RSE brinda a las empresas.....	39
Tabla 4 Matriz objetivo de investigación.....	45
Tabla 5 Clasificación según el tamaño del predio	50
Tabla 6 Elementos de la técnica de estudio fase 1.....	51
Tabla 7 Número de habitantes mayor a 18 años	53
Tabla 8 Elementos de la técnica de estudio	53
Tabla 9 Distribución de la muestra por cantones.....	55
Tabla 10 Estructura de matriz de objetivos, hipótesis y variables	43
Tabla 11 Acciones de RSE “La Maná”	46
Tabla 12 Acciones de RSE “Valencia”	47
Tabla 13 Criterios de interpretación coeficiente Alfa de Cronbach	49
Tabla 14 Índice Alfa de Cronbach.....	49
Tabla 15 Perfil de los encuestados	52
Tabla 16 Perfil de los encuestados	53
Tabla 17 Resultados descriptivos Beneficios sociales de RSE a nivel local.....	56
Tabla 18 Resultados descriptivos Beneficios Individuales de RSE.....	60
Tabla 19 Resultados descriptivos Aspectos Medioambientales de la RSE.....	64
Tabla 20 Tabla de contingencia de los Beneficios sociales de la RSE por cantón	67
Tabla 21 Pruebas de chi-cuadrado	68
Tabla 22 Tabla de contingencia de los beneficios individuales de la RSE por Cantón	69
Tabla 23 Pruebas de chi-cuadrado Dimensión 2	70

Tabla 24 Tabla de contingencia de aspectos medio ambientales de la RSE por Cantón	71
Tabla 25 Pruebas de chi-cuadrado Dimensión 3	72
Tabla 26 Prueba Chi cuadrado de Pearson de los Beneficios sociales de RSE a nivel local	74
Tabla 27 Prueba Chi cuadrado de Pearson de los Beneficios sociales de RSE a nivel local	76
Tabla 28 Prueba Chi cuadrado de Pearson de los aspectos medio ambientales	78
Tabla 29 Percentiles	82
Tabla 30 Intervalos de Confianza	84
Tabla 31 Prueba de Normalidad.....	85
Tabla 32 Escala de interpretación de correlación	86
Tabla 33 Correlaciones no paramétricas entre dimensiones.....	86
Tabla 34 Prueba de KMO y Bartlett.....	89
Tabla 35 Varianza total explicada.....	90
Tabla 36 Factores obtenidos tras rotación.....	93
Tabla 37 Plan de acción Factor 1: Prácticas Medioambientales	104
Tabla 38 Plan de acción Factor 2: Prácticas Laborales	106
Tabla 39 Plan de acción Factor 3: Participación con la comunidad	107
Tabla 40 Plan de acción Factor 4: RSE por Convicción	109
Tabla 41 Plan de acción Factor 5: Difusión.....	110
Tabla 42 Plan de acción Factor 6: Impacto.....	112

Índice de Figuras

Figura 1 Historial de Reportes de Responsabilidad Social en América Latina.....	18
Figura 2 Historial de reportes de Responsabilidad Social en Colombia, Ecuador, Perú.....	19
Figura 3 Exportación de Banano por destino declarado 2018-2019 en cajas de 18.14 kg	22
Figura 4 Árbol de problemas	24
Figura 5 Pilares y beneficios de la RSE.....	37
Figura 6 Mapeo de banano de los cantones	50
Figura 7 Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial.....	51
Figura 8 Frecuencia por género.....	51
Figura 9 Frecuencia por edades	52
Figura 10 Dimensión 1: Beneficios de RSE a nivel local.....	54
Figura 11 Dimensión 2: Beneficios individuales de RSE	55
Figura 12 Dimensión 3: Aspectos medio ambientales de RSE	56
Figura 13 Medida única de dispersión	81
Figura 14 Cronograma del Plan de Acción de RSE.....	115

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos. El estudio se enmarca dentro de la Teorías Integradora y Ética, que están orientadas hacia acciones de desarrollo sostenible, de respeto a los derechos humanos y al medioambiente, en respuesta a la interacción con los diferentes grupos de interés. En este caso en particular se consideró a las comunidades locales. Tomando en cuenta la muestra de 381 individuos se procederá a realizar un estudio de tipo cuantitativo y un análisis de datos obtenidos a través de un instrumento de encuesta tipo escala Likert, encuesta dirigida hacia la comunidad, aplicando una metodología con un enfoque cuali-cuantitativo de corte transversal, las fuentes son recopiladas en forma primaria y secundaria. Los análisis de datos fueron procesados mediante el software SPSS, los cuales evidenciaron que la población encuestada de los cantones La Maná y Valencia, perciben que las acciones de RSE sobre los aspectos medioambientales, tienen mayor importancia que las que aquellas que generan beneficios en la colectividad. En forma general la apreciación que tiene la población encuestada respecto a las acciones de RSE implementadas por las grandes bananeras es media. Finalmente se elaboró una propuesta de RSE para fortalecer las relaciones entre las bananeras y la comunidad de los Cantones La Maná y Valencia.

Palabras Clave:

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**
- **STAKEHOLDERS**
- **PERCEPCIÓN COMUNITARIA**

Abstract

The objective of this research is to analyze community perception regarding corporate social responsibility actions implemented by SMEs in the banana sector of the cantons La Maná, Cotopaxi Province and Valencia, Los Ríos Province. The study is framed within the Integrative and Ethical Theories, which are oriented towards sustainable development actions, respect for human rights and the environment, in response to the interaction with different interest groups. In this particular case, local communities were considered. Taking into account the sample of 381 individuals, a quantitative study and an analysis of data obtained through a Likert scale survey instrument, a survey directed towards the community, will be preceded by applying a methodology with a qualitative-quantitative approach to cross section, the sources are compiled in primary and secondary form. The data analyzes were processed using the SPSS software, which showed that the surveyed population of the cantons of La Maná and Valencia perceive that CSR actions on environmental aspects are more important than those that generate benefits in the community. In general, the appreciation that the surveyed population has regarding the CSR actions implemented by the large banana companies is medium. Finally, a CSR proposal was drawn up to strengthen relations between banana companies and the community of the Cantons La Maná and Valencia.

Keywords:

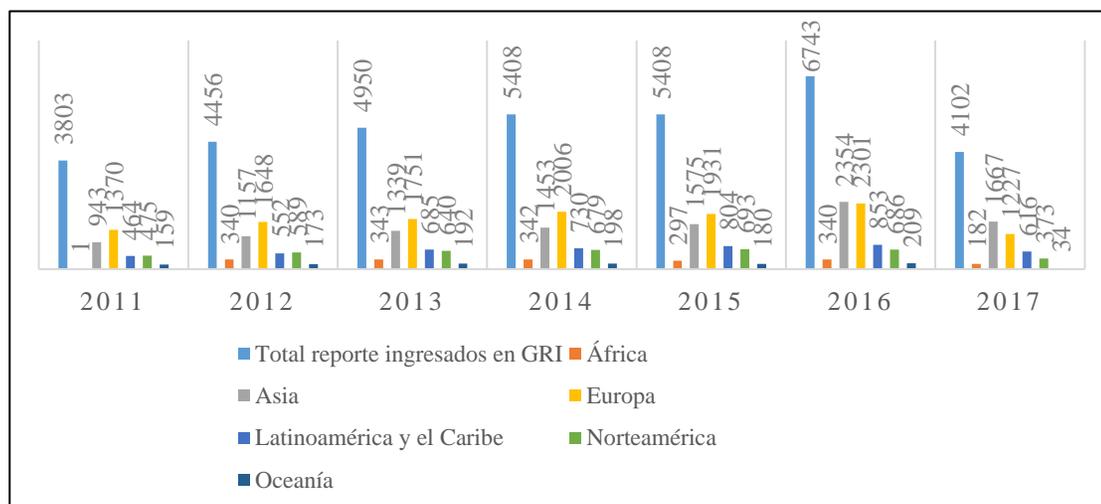
- **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
- **STAKEHOLDERS**
- **COMMUNITY PERCEPTION**

Introducción

Durante muchos años la responsabilidad social empresarial ha evolucionado, en el punto que ya no solamente se realiza acciones desde la perspectiva filantrópica sino más allá, involucrandose más con los stakeholders de su entorno. Por otro lado, la RSE en América Latina fue abordada por los países desarrollados y continuamente se fue extendiendo en otros países, cabe señalar que la aplicación es escasa en los países Latinos. Para la aplicación de la RSE existen varias normas internacionales que ayudan como guía para las empresas, las mismas que no son de manera obligatoria aplicar, puesto que esto depende voluntariamente de las empresas, si estas quieren verse con mayor reputación lo harán (Villacís Laínez, Suarez Núñez, & Güillín Llanos, 2016).

La RSE hace hincapié que las empresas deben contribuir en la salud, educación y seguridad. Pero en América latina y el mundo por los años 80 la RSE fue considerada como actividades que especialmente ayudaban al entorno de la iglesia católica. Sin embargo, en el pasar los años este contexto tiende hacer un cambio extremadamente potencial en América sobre una verdadera RSE (Lacruz Moreno, 2005).

A continuación, en la Figura 1 se puede apreciar el historial de reportes de responsabilidad social en América Latina, datos proporcionados por Deloitte Ecuador (2017).

Figura 1*Historial de Reportes de Responsabilidad Social en América Latina*

Nota: Como se puede observar, desde el año 2011 hasta el 2016 en América Latina los reportes de RSE han ido incrementándose, pero en el 2017 existió una disminución. Tomado de Deloitte Ecuador, 2017.

Además, la RSE en el Ecuador las prácticas tienden a reducir el riesgo del negocio, puesto que permiten disminuir las contingencias de la empresa, permitiendo su control y tener una mayor sostenibilidad en el entorno. Las RSE en el Ecuador es una disciplina que al momento se está adaptando al mayor porcentaje en las empresas. Sin embargo, las empresas transnacionales fueron las que iniciaron implementando las prácticas dentro de su cultura organizacional (Murillo Barrera, 2018).

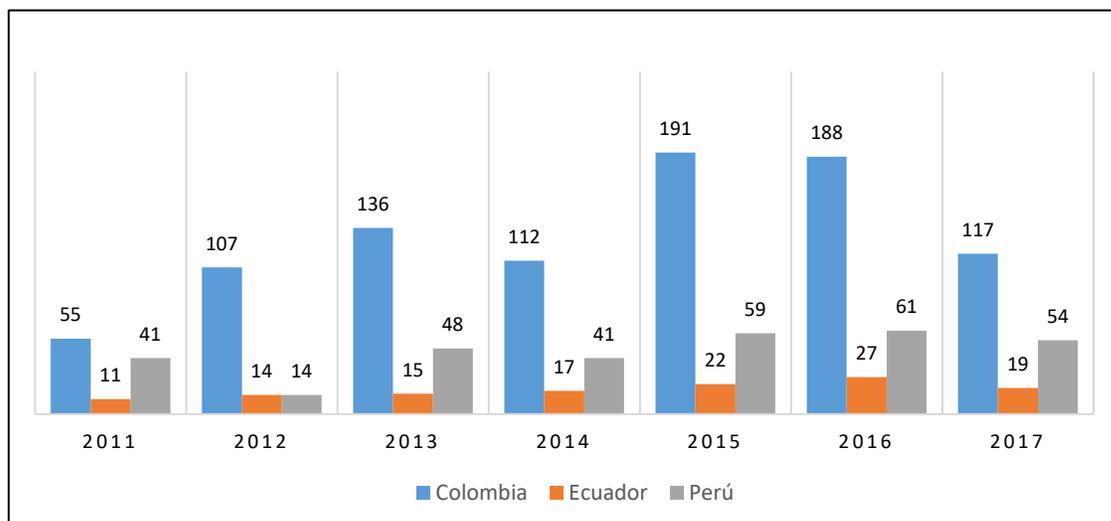
En el país posiblemente las empresas tienden aún la falta de conocimiento de los diferentes programas de la RSE. Puesto que aún se piensa que al implementarlas el mayor propósito es la rentabilidad, cuando en la actualidad ya se debe tomar en cuenta a todos los stakeholders que involucren a las actividades de la empresa. Así mantener un modelo de negocio sostenible (Murillo Barrera, 2018).

Las empresas multinacionales por su naturaleza, tamaño, del segmento exportadoras fueron las primeras en implementar la RSE debido a sus mayores expectativas en sus partes interesadas. En el país se cuenta con excelentes prácticas en el comercio justo y la producción orgánica en empresas enfocadas en los mercados del hemisferio norte. Por ello es necesario contar con un modelo de gestión adecuada con indicadores para sus actividades y luego ser relacionados en temas ambientales como sociales entre otros. Sin embargo, existen empresas que ya están en su reto de mejorar el desarrollo sostenible (Villacís Laínez, Suarez Núñez, & Güillín Llanos, 2016).

A continuación, en la Figura 2 se puede apreciar el historial de reportes de responsabilidad social en Colombia, Ecuador, Perú, datos proporcionados por Deloitte Ecuador (2017).

Figura 2

Historial de reportes de Responsabilidad Social en Colombia, Ecuador, Perú



Nota: Como se puede observar, desde el 2013 hasta el 2017 Colombia tiene una gran cantidad de empresas que reportan la RSE, seguidamente Perú y finalmente Ecuador. Tomado de Deloitte Ecuador, 2017.

Como se puede observar, desde el 2013 hasta el 2017 Colombia tiene una gran cantidad de empresas que reportan la RSE, seguidamente Perú y finalmente Ecuador.

Así bajo estos contextos, el interés de la investigación recae sobre analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia para lo cual se espera proponer acciones de mejora que fortalezcan las relaciones con la comunidad local.

Para ello la investigación se compone de cinco partes, el primer capítulo contiene el marco teórico, esta se despliega en teorías de soporte, marco referencial y marco conceptual sobre la RSE. Seguidamente el segundo capítulo se analiza el enfoque y tipología, fases metodológicas, instrumentos adecuados para la investigación. Por otro lado, el tercer capítulo presenta de manera definitiva los resultados obtenidos tras el instrumento aplicado.

El cuarto capítulo presenta un plan de acción de RSE a fin de mejorar y fortalecer las relaciones con la comunidad local. Finalmente, en el quinto capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones para futuras líneas de investigación.

Planteamiento del problema

Según Gonzabay Guamán & Jaramillo Olvera (2018): “manifiesta que en la actualidad la responsabilidad social es un tema muy requerido en los mercados internacionales principalmente en los países que son considerados sustentables haciendo de los bienes o servicios más deseados por ellos” (p.10).

Por otro lado, la productividad de Banano es una actividad agrícola que aporta a la economía fundamental del Ecuador. Se puede realizar únicamente en países que sean privilegiados territorial y geográficamente, con un clima que favorezca el desarrollo de esta actividad (El Productor, 2019).

En este sentido se puede mencionar que el sector bananero es de vital importancia para la economía del Ecuador. Está catalogado como líder por más de cuatro décadas en el ámbito internacional

bananero. No sólo es el primer exportador de esta fruta desde el año 1952, sino también es el segundo mayor productor (Cevallos, 2019).

La exportación bananera representa el 2% del PIB general y aproximadamente el 35% del PIB agrícola. Este sector mostró un crecimiento anual de 3,0% en el año 2018. Además, se destaca el aumento de 0,8% del cultivo de banano, café y cacao; de 3,8% de silvicultura; de 5,7% de otros cultivos agrícolas y de 0,3% de cría de animales (BCE, 2018; Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

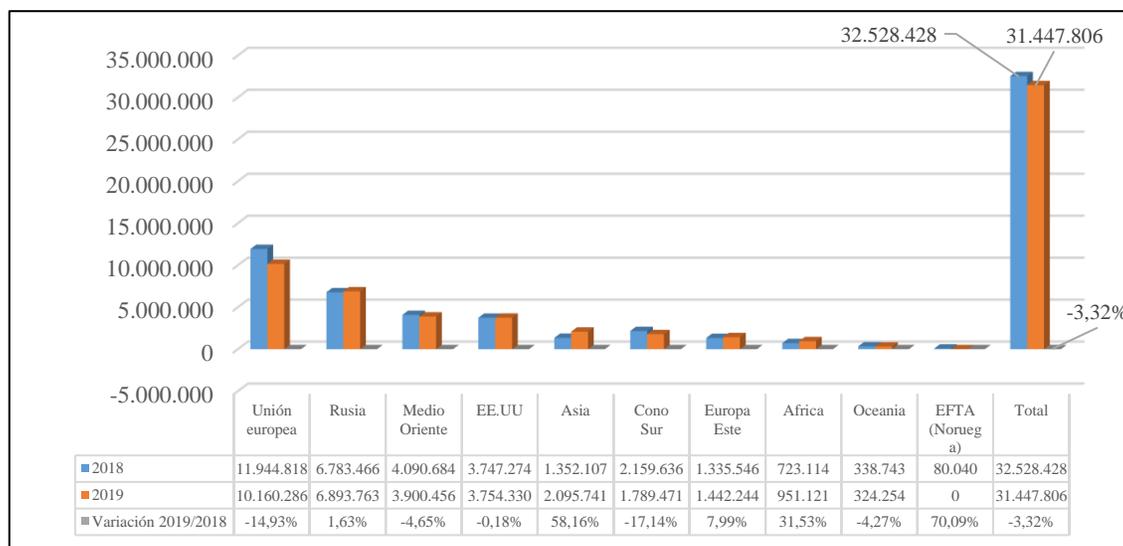
Las exportaciones no petroleras aumentaron en 4,9% (USD 595,6 millones), en comparación con 2017, destacándose el desempeño del producto del banano y plátano en un valor de USD 3.034,5 millones a USD 3.196,2 millones significando un (5,3%); de los productos no petroleros (BCE, 2018).

Por otro lado, las cifras de exportaciones dejan clara esta tendencia que en el primer trimestre del año las exportaciones de bananas a la UE bajaron un 15,45% respecto al mismo periodo de la temporada anterior (Acorbanec, 2019).

En la Figura 3 se puede apreciar que en el primer periodo del año 2019 a existido una baja en el embarque de la fruta. La exportación de la fruta cayó el 3,32% en comparación con enero del 2018. En volumen Ecuador embarcó solo 31'447.806 de cajas de 18,14 kg en enero pasado, mientras que en el mismo período del año anterior la cifra fue de 32'528.428".

Figura 3

Exportación de Banano por destino declarado 2018-2019 en cajas de 18.14 kg



Nota: Tomado de AEBE, 2019.

En este contexto, varios estudios sostienen que la aplicación de la RSE ayuda a generar valor agregado a la empresa, mayor competitividad, productividad y desarrollo sostenible (Restrepo, 2016; Sanclemente, 2015; Raufflet, 2012). De ahí se podría considerar que la RSE puede ser uno de los factores de este comportamiento a la baja observado en las exportaciones del banano a la UE.

Restrepo (2016), afirma “Las empresas en lo posible deben empezar por ser socialmente responsable con la comunidad y trabajadores ya que el bienestar de los mismos y sus familias hacen que estos adquieran mayor sentido de pertenencia y por tanto aumente su productividad lo cual genera para la empresa mayor competitividad y una buena imagen ante la sociedad en la cual se desarrolla y tienen impacto sus actividades” (pág. 93).

Las organizaciones que integren adecuadamente la RSE en la gestión social, su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que mejore la percepción que tiene la comunidad de ella en cuanto a su imagen y reputación. A fin de

obtener mayor pertenencia en su entorno donde realiza sus actividades diarias (Reyno Momberg, 2016, pág. 15).

En este sentido se pretende analizar la percepción de la comunidad frente a las acciones de RSE en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos, considerando que en estos cantones se ubican una importante cantidad de exportadores de banano, puesto que cuenta con las tierras tropicales sumamente adecuadas para el cultivo del banano.

Además, según Ledesma (2019) los aspectos que incidirán en el sector bananero al 2019, serán: la formalidad interna y externa, mejorar la productividad, impulsar el mercado de Brasil, potenciar otros mercados y la reforma a la ley de banano. Por lo que la investigación se sustenta en indicadores de RSE que se encuadran en los aspectos de formalidad externa que las empresas deben cumplir.

En base a lo señalado se plantean las siguientes preguntas como guía para la ejecución de la presente investigación:

- ¿Las Pymes del sector bananero han implementado acciones de RSE enfocadas a la comunidad local?
- ¿Qué acciones de RSE en la comunidad local han implementado las Pymes?
- ¿Qué percepción tiene la comunidad local respecto a la RSE implementada por las Pymes del sector bananero?

De esta manera el presente estudio pretende realizar un análisis de la percepción comunitaria frente a las acciones de RSE en las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos y conocer que dimensiones de RSE son mayormente valoradas por la comunidad local, para generar propuestas de implementación de acciones de RSE.

Figura 4

Árbol de problemas



Justificación

En la actualidad la RSE, hace referencia al eje estratégico que genera valor a las empresas. La RSE engloba todo el entorno que constituye una empresa, la misma que está obligada a contribuir con el desarrollo sostenible de la sociedad, lo que implica la obligación de mantener una conducta social, económica y ambiental (Correa, 2007).

Bowen (1953), analiza por primera vez la relación que existe entre la empresa y la sociedad, afirma que todas las acciones y decisiones tomadas por los empresarios afectan directamente a la sociedad, ya que ayudarán a contrarrestar los problemas económicos y alcanzar los objetivos de la organización.

La necesidad de evaluar la percepción de la RSE desde la mirada de la comunidad radica en que se brinda una retroalimentación a la empresa. En ese sentido, la responsabilidad social va más allá de la

simple vinculación de la empresa con su entorno, sino la manera en que la empresa es percibida por los stakeholders como componente esencial de su posición competitiva en el mercado (Guerra, 2007).

Se determinó realizar el estudio alrededor de las Pymes del sector bananero ecuatoriano, por la importancia y aporte en la economía del país. En este sentido, se consideran a las Pymes bananeras de los cantones La Maná y Valencia, ya que cuentan con tierras tropicales adecuadas para el cultivo del banano y por la cantidad de exportadores presentes en el sector (Sanclemente , 2015).

Por último, este trabajo tiene un aporte teórico para las Pymes del sector bananero ecuatoriano, ya que son pocas las investigaciones enfocadas en analizar la RSE desde la mirada de los stakeholders.

Objetivos

Objetivo general

- Analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos para proponer acciones de mejora que fortalezcan las relaciones con la comunidad local.

Objetivos específicos

- Relevar qué acciones sociales han implementado en la comunidad local las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia.
- Determinar las dimensiones de RSE que son mayormente valoradas por la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia.
- Proponer un plan de acción de RSE para fortalecer las relaciones entre las bananeras y la comunidad de los Cantones La Maná y Valencia.

Determinación de variables

Tabla 1

Determinación de variable

Variable independiente
Responsabilidad social empresarial

Hipótesis

- H1: Los *Beneficios sociales de la RSE* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.
- H2: Los *Beneficios individuales de la RSE* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.
- H3: Los *Aspectos medio ambientales* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.

Capítulo I

En este capítulo se detalla un resumen de los conceptos básicos que fundamentan la presente investigación. Se abordan términos complementarios y específicos para proporcionar al lector una idea clara en el desarrollo del tema.

Marco teórico

El punto de partida de la investigación se basa en el análisis de Bowen (1953), sobre la relación que existe entre la empresa y la sociedad. El estudio considera que todas las acciones y decisiones

voluntarias tomadas por los empresarios afectan directamente a la sociedad, ya que ayudarán a contrarrestar los problemas económicos y alcanzar los objetivos de la organización.

La empresa y la responsabilidad social difieren por el objetivo y rol que persiguen. La primera debe encargarse únicamente de generar la máxima utilidad en el ámbito económico y, más bien, el individuo es quien ejecuta acciones con responsabilidad social Freeman (1970).

Por otro lado, para Kramer & Porter (2006) el acercamiento con la sociedad se puede aprovechar a través del desarrollo de estrategias enfocadas en el análisis de posición competitiva. Como tal, se deduce que existe un mayor aprovechamiento de los recursos de la empresa cuando más cerca se toman asuntos de índole social.

Considerando el impacto de investigaciones anteriores, Carroll (1991) propone cuatro niveles de responsabilidad social vistas desde una pirámide que da lugar a la siguiente clasificación: responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica.

- **Responsabilidad Económica:**

La prioridad de las organizaciones con fines de lucro es obtener ganancias al producir bienes y servicios que la sociedad desea. La finalidad es perpetuar los negocios y satisfacer sus obligaciones hacia los inversionistas (Urgilés, 2016, pág. 13).

- **Responsabilidad Legal:**

Implica obedecer las leyes locales, nacionales e internacionales. Este aspecto da credibilidad ante los inversionistas, proveedores y clientes, aunque en muchas ocasiones se presenta dualidad en el cumplimiento de las mismas (Urgilés, 2016, pág. 13).

- **Responsabilidad Ética:**

Es el cumplimiento de otras expectativas sociales no consignadas en la ley, relacionadas con lineamientos de conducta definidos. Impiden que los integrantes de la organización tomen decisiones fuera de los marcos establecidos (Urgilés, 2016, pág. 13).

- **Responsabilidad Discrecional o filantrópica:**

Las acciones voluntarias de la empresa como respuesta a expectativa sociales son consideradas como “comportamientos adicionales y actividades que la sociedad considera deseables y que dictan los valores de las empresas” (Urgilés, 2016, pág. 13).

En esta línea desde la perspectiva filantrópica de acuerdo con Suárez & Burgos (2018) sostienen que las actividades de RSE deben ser tomadas en cuenta como gestión de procesos y no como acción dentro del proceso. Puesto que su rol esta direccionado a repartir las utilidades de la empresa con sus colaboradores y con la comunidad. Para Cancino & Morales (2008) el incorporar una visión de RSE en la cultura organizacional de la empresa hace que el nivel de percepción e imagen que tienen de la misma sea más real y acorde a su entorno.

De acuerdo con Garriga & Melé (2004) a mediados del siglo XX con la intención de conocer la naturaleza y las principales perspectivas sobre la RSE se plantean conceptualizaciones, definiciones y teorías que sostienen la relación entre la empresa y la responsabilidad social. Para el estudio amplio de las teorías de RSE se agrupó en cuatro teorías, teoría instrumental, teoría política, teoría integradora y teoría ética, que ha decir de Garriga & Melé (2004) son las más relevantes.

En la última década se habla mucho sobre la práctica de la ética empresarial y económica, y cómo manejar esta conceptualización en las labores diarias de la empresa. Así nace el concepto dialógico de RSE expresado por González (2007) donde se fundamenta que cualquier empresa tiene responsabilidad de carácter social, económico y ecológico. Sin embargo, surgen otras interrogantes con

respecto a cómo definir las responsabilidades de una manera concreta y cuál sería el límite de dichas responsabilidades con relación a las labores comunitarias.

Para responder la interrogante con respecto a la aplicación práctica de la ética empresarial dialógica, es necesario poner énfasis la teoría de los stakeholders para conocer la influencia de los mismos tanto internos y externos de una empresa. Según Freeman & McVea (2011) la teoría de los stakeholders se fundamenta en la interacción de individuos o grupos que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa. La teoría es planteada como una herramienta de gestión empresarial, básicamente orientada a crear estrategias de interacción y mejora en cuanto al principio ético organizacional.

Friedman (1970) defiende la postura en las empresas privadas en cuanto a la utilización correcta de recursos hacia los diferentes agentes que intervienen en la gestión empresarial y más aún en el tema social. Se recalca que la empresa tiene una sola responsabilidad social y es utilidades.

Teorías de soporte

Bajo estos principios a continuación se describen las teorías de soporte tales como: teoría integradora y teoría ética para el sustento de la presente investigación.

Teoría Integradora

La teoría está centrada en el desarrollo de actividades como respuesta ante la demanda de los stakeholders con quienes interactúa la empresa. Dichas actividades son de carácter económico, ético, legal y filantrópico que son ejecutadas por las empresas con la finalidad de generar una mayor aceptación, prestigio y legitimidad social Tinoco, Arango, & Benavides (2012).

De acuerdo con Garriga & Melé (2004) la ejecución de estas actividades busca un punto de equilibrio entre los intereses particulares de los stakeholders de una empresa. Por otro lado, Guerrero & Fierro (2016) argumentan que las empresas dependen de la sociedad para su existencia, lo que implica que las empresas deben respetar las políticas establecidas en cada sociedad. Sobre esta perspectiva las actividades de RSE se dividen en cuatro enfoques: enfoque de gestión de asuntos sociales, enfoque de responsabilidad pública, enfoque de los grupos involucrados y enfoque del desempeño social corporativo que se detallan a continuación.

Enfoque de Gestión de Asuntos Sociales

Examina las formas de cerrar las brechas entre comunidad y empresa por medio de procesos que integran el desempeño empresarial y las demandas sociales. Por lo tanto, la gestión de toma de decisiones dispone las mejores respuestas hacia los aspectos sociales que pueden afectar significativamente a la empresa (Navarro, 2016).

Enfoque de Responsabilidad Pública

Consiste en las propuestas que las empresas plantean basadas en políticas públicas, que pueden incluir temas sobre: emergencias sociales, opinión pública y prácticas orientadas a la implementación de un marco legal. El enfoque establece una relación entre el estado y las empresas, donde el comportamiento empresarial es resultado de la aplicación de las políticas públicas (Guerrero & Fierro, 2016).

Enfoque de Gestión de los stakeholders

Los stakeholders corresponden a los grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial. Además, tienen la capacidad de afectar en el desarrollo de las empresas (Instituto de Fomento Empleo y Formación, 2017). En este sentido los stakeholders internos

corresponden, la gerencia, accionistas, trabajadores; mientras que los stakeholders externos son, los clientes, proveedores, competencia, instituciones públicas y sociedad.

Enfoque del Desempeño Social Corporativo

Está encaminado en la búsqueda de legitimidad social por parte de los stakeholders a los cuales ofrece desde varias perspectivas una posible solución de carácter social.

El enfoque de gestión de stakeholders está orientado en la maximización de beneficios mutuos entre la empresa y la sociedad a través de propuestas de cooperación. Pretende crear sensibilidad en los directivos de la empresa con respecto a los grupos de su entorno y los dilemas a los que se afronta la organización González (2007).

Teoría Ética

Principios basados en la construcción de una sociedad mejor, por medio de acciones socialmente responsables. De acuerdo con Tinoco, Arango, & Benavides (2012) las actividades engloban un comportamiento ético como respuesta al cumplimiento de derechos universales. Los principios están orientados al desarrollo sustentable, respeto medioambiental, respeto por los derechos humanos y sobre todo al bien común.

Dentro del análisis de la teoría ética se destacan algunos enfoques:

El enfoque normativo de Grupos Involucrados

Dentro del análisis de la teoría ética se encuentra el enfoque denominado por muchos autores teoría de los stakeholders, según manifiesta Friedman (1970) las empresas al momento de desarrollar actividades de mejora interna también deben considerar los stakeholders externos que pueden afectar el desempeño de sus actividades.

El enfoque de los Derechos Universales

Resalta la importancia de promover una ciudadanía corporativa global con el objetivo de crear lazos de compromiso entre los intereses de la empresa y valores de la sociedad civil. El Pacto Global de las Naciones Unidas (2000) define como indicadores clave de la RSE: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

El enfoque de desarrollo sostenible

De acuerdo con Garriga & Melé (2004) el enfoque de desarrollo sostenible es parte de la ética empresarial, el cual habla de un triple resultado: medioambiental, social y económico en las empresas, mismos que fundamentan la sostenibilidad en cuanto al desarrollo humano de las presentes y futuras generaciones.

El enfoque del bien común

Todas las empresas están en condiciones de generar riqueza, para ello es importante considerar la dignidad y los derechos de los individuos ya que al ser parte de ella debe contribuir al bien común de la comunidad. La dimensión de teoría ética denominada enfoque del bien común defiende este principio basado en la oferta justa, equitativa y simultánea que deben mantener las empresas Tinoco, Arango, & Benavides (2012).

Marco Referencial

A continuación se describen en orden cronológico los hallazgos más relevantes relacionados con el tema de investigación.

De acuerdo a Sanclemente (2015) en el estudio sobre, la responsabilidad social en las pequeñas empresas, afirma que el sector empresarial es parte fundamental de la economía de un país ya que

contribuyen a la creación de empleo, al crecimiento del PIB y por ende al desarrollo de la sociedad. Además, no se debe buscar únicamente rentabilidad, sino incrementar el nivel de efectividad operativa a fin de generar ingresos y se asegurar la sostenibilidad de la organización.

Antelo & Robaina (2015) argumentan que una empresa socialmente responsable es aquella que está consciente del impacto que las operaciones de la organización pueden ocasionar, tanto al interior como exterior de la empresa. Además, sostienen que “la RSE tiene el compromiso constante de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados, familias, comunidad local y de la sociedad en general” (Antelo & Robaina, 2015, pág. 59).

Por otro lado, en el sector agrícola el modelo de RSE se fundamenta en la concientización generada alrededor de la importancia de mejorar las condiciones sociales y laborales, sin perder de vista el desarrollo de las comunidades y conservación de los recursos naturales. “De esta manera ya no se enfoca solo en la rentabilidad financiera, sino más bien involucrándose en la rentabilidad, social y ambiental” (Ruiz S. , 2015, pág. 144).

Arias y otros (2016) realizan una investigación con el propósito de medir la percepción de la comunidad en la ciudad de Arequipa-Perú enfocado en la RSE. Por medio de un instrumento tipo encuesta se logra comparar la percepción de los pobladores, dando como resultado que la dimensión medio ambiental fue considerada la mejor valorada por la comunidad, seguidamente el ámbito social y finalmente los beneficios individuales. En este sentido se hace hincapié que la comunidad también es considerada importante para la empresa siendo este un elemento clave.

Urgíles (2016) afirma que las empresas deben continuar implementando la RSE puesto que brinda beneficios a los diferentes stakeholders. Sin embargo, para mejorar la percepción externa e interna deben aumentar su participación y publicidad referente a las actividades de RSE que

implementan. Para así, además de contribuir a la transformación de la sociedad, generar una imagen de empresa responsable frente a la comunidad más próxima.

Jaramillo (2016) establece que la RSE en las Pymes del sector bananero es un tema fundamental que se debería tomar en cuenta en la gestión empresarial, por la repercusión que tendría: incremento de fuentes de empleo, mejora de condiciones laborales, diferenciación hacia a la competencia, desarrollo de habilidades, mayor participación con la comunidad entre otros. En este sentido se recomienda estar en constante participación y asociación con los diferentes stakeholders.

Pérez y otros (2016) sostienen “las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la consideración de la RSE dentro de su gestión” (pág. 176). Además, es importante generar conciencia “del impacto que causan las actividades diarias de la organización hacia el medio ambiente, recursos y la sociedad en general” (Pérez Espinoza, Espinoza Carrión, & Peralta Mocha, 2016, pág. 176), y no solamente aplicar estrategias de RSE para cumplir con una exigencia normativa.

Según Mora (2017) en su estudio determina, para generar más competitividad en el mercado las empresas deben poner en práctica la RSE en los diferentes stakeholders. Deben realizar sus actividades tomando en cuenta que sus decisiones pueden afectar al entorno interno como externo donde se encuentren. Así una empresa podrá permanecer en la sociedad, en este sentido es necesario que las mismas indiquen informes en el aspecto social, económico y ambiental para así mantener su imagen y reforzar su reputación ante su entorno.

Briones & Gutiérrez (2017) concluyen los “stakeholders son cada vez más conscientes y están involucrados en las acciones que las Pymes toman respecto al medio ambiente. Con el objetivo de

fomentar un ambiente equitativo para todos y penalizar las malas prácticas que puedan llegar a afectar el entorno” (pág. 20).

Marco Conceptual

Síntesis de evolución de la Responsabilidad Social Empresarial

En la presente investigación se realizó un breve análisis sobre la evolución de la RSE; Según Díaz & Lima (2015) la responsabilidad social tiene sus orígenes en las reflexiones sobre la ética desarrolladas por los antiguos filósofos como Aristóteles y Zaratustra la relación con la RSE basa en la administración y la toma de decisión sustentadas en un pensamiento ético y moral. Sin embargo, Archie Carroll en el año 1953 señala a Howard R. Bowen como el padre de la responsabilidad social por su inmensurable obra *“Social responsibilities of the businessman”* estudio que marca el comienzo de la RSE.

Por otro lado, Carroll (1999) sostiene que como disciplina la responsabilidad social aparece a inicios de los años cincuenta, y con el pasar el tiempo ha sufrido un sin número de cambios continuos. Raufflet (2012) afirma que durante la década de los 60, la responsabilidad de las empresas toma importancia debido a la cantidad de poder que tienen sobre el entorno de social. En este sentido las empresas que ejercen un alto impacto en lo económico y su proximidad con grupos de poder, se considerarían con mayor responsabilidad social.

Correa (2007) argumenta que la RSE aparece en la primera mitad del Siglo XX. Inicialmente se considerada como la participación voluntaria de las empresas en la comunidad, y el reconocimiento de su responsabilidad de contribuir con el bienestar de la sociedad. Lo que derivó en la ejecución de actividades filantrópicas puntuales (pág. 90).

En la actualidad la responsabilidad social supera estas acciones filantrópicas y se orienta a generar sinergia entre empresa y comunidad en busca de un bien común. En este sentido la RSE no

solamente tiende a una visión monetaria, sino además social (Mendoza Mancha, Hernández Chapa , & García Govea, 2013).

Responsabilidad Social Empresarial

En la actualidad la RSE es una disciplina importante y abordada por las empresas a nivel mundial, su objetivo es contribuir al desarrollo sostenible (ISO 26000, 2014).

Según ISO 26000 (2014) define la RSE:

“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente.”

Principios de la responsabilidad social según la norma ISO 26000 las empresas deben adoptar a los siguientes principios (RSE, 2018).

- Rendición de cuenta
- Transparencia
- Comportamiento ético
- Respeto a los intereses de las partes interesadas
- Respeto al principio de legalidad
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento
- Respeto a los derechos humanos

Según WBCSD (2002) define la RSE:

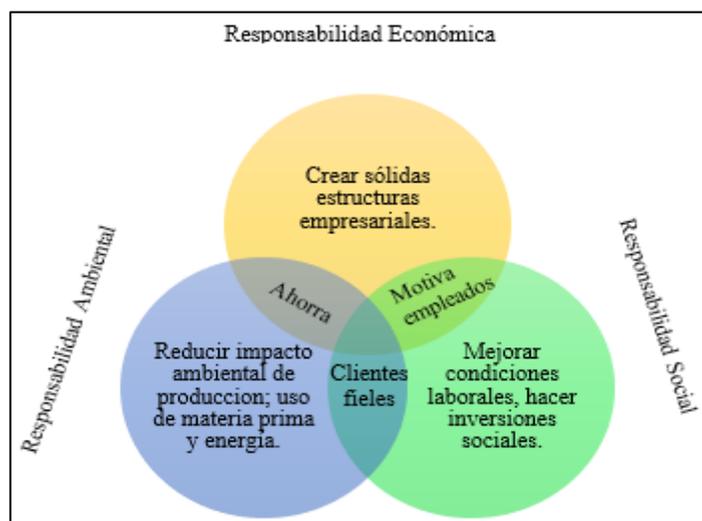
“Es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.” (pág. 2)

Es decir la responsabilidad social es trasversal a la gestión empresarial, exige que las empresas deban comprometerse y aportar al desarrollo sostenible dentro de la sociedad, siendo una necesidad y obligación mantener una buena conducta en el ámbito social, económico y ambiental.

Además, Garriga & Melé (2004) propuso un modelo de gestión de RSE que se fundamenta en tres pilares: económico, social y ambiental. Su práctica genera ciertos beneficios beneficiosos para la empresa tal como se muestra en la Figura 5.

Figura 5

Pilares y beneficios de la RSE



Nota: Elaboración propia a partir de GESTIONTUR (2016)

Por otro lado, a decir de varios autores las empresas para ser socialmente responsables deben tomar en consideración ciertos criterios, que de cumplirlos estarían realizando acciones de compromiso empresarial con la sociedad. Estos criterios se describen en la Tabla 2 Barroso (2008).

Tabla 2*Criterios que debe cumplir una empresa socialmente responsable*

Criterio	Autor - Año	Descripción
Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa.	Barroso (2007)	Las empresas generan empleos, pagan salarios, que deben ser justos y oportunos, contribuyendo al desarrollo de los trabajadores y mejorando su calidad de vida. Así los trabajadores fomentarían el desarrollo de las comunidades donde radican. En fin, se requiere mejorar el clima organizacional y la calidad de vida laboral.
Cuidado y preservación del medio ambiente.	Barroso (2007)	Es necesario que las empresas cuiden el entorno que las rodea. Así generarían más valores, siendo un reflejo para sus trabajadores, proveedores, autoridades y gobierno. Dando a conocer que tan importante es cuidar el medio ambiente. Para ello es deseable contar con apoyo de organismos especializados en el tema.
Desempeñarse con un código de ética.	Barroso (2008), Correa et al. (2005) y Medina (2006)	La disciplina ética permitirá a las empresas mantener relaciones de calidad con proveedores y clientes. Además, la RSE lleva a obtener más ganancias debido a una mejor imagen de la empresa y más confianza con los stakeholders.
Vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también de los bienes y servicios producidos.	Barroso (2007)	Las organizaciones deben ir más allá de la filantropía y ejecutar acciones que mejoren el desarrollo de la sociedad. El objetivo es tener colaboración activa y voluntaria con la sociedad, mediante acciones de RSE.

Nota: Recuperado de Barroso, 2008.

Como se mencionó anteriormente la práctica de RSE otorga beneficios a las empresas. Palacios (2015) distingue beneficios internos y externos que obtendrían las empresas que ejercen la RSE, tal como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Ventajas que la RSE brinda a las empresas

Internas	Externas
Mejor clima laboral.	Preferencia en la adjudicación de contratos públicos.
Mayor productividad.	Mayor fidelización de clientes.
Mejora de calidad.	Mejores relaciones comerciales con grandes y multinacionales concienciadas.
Mayor rentabilidad.	Premios y etiquetas distintas.
Mayor cohesión interna.	Posicionamiento de marca, mejora de la imagen y reputación empresarial.
Mejores profesionales.	Diferenciación frente a la competencia.
Mayor control y gestión del riesgo.	Reconocimiento público, prestigio social y mejores relaciones con la comunidad local.
Mayor atracción y retención del talento humano.	Preferencia en la obtención de créditos y microcréditos de entidades financieras.
Mayor implicación por parte de los trabajadores.	Posibles ventajas fiscales.

Internas	Externas
Sostenibilidad económica.	<p data-bbox="755 294 1304 367">Preferencia en el acceso a subvenciones públicas.</p> <p data-bbox="755 441 1304 514">Incorporación de nuevos productos innovadores.</p> <p data-bbox="755 588 1177 619">Atracción de nuevos consumidores.</p> <p data-bbox="755 693 1299 724">Aumento de la salud y bienestar comunitario.</p> <p data-bbox="755 798 1304 871">Desarrolla confianza en el mercado y territorio.</p> <p data-bbox="755 945 1136 976">Protección del medio ambiente.</p>

Nota: Recuperado de Palacios, 2015.

Grupos de interés o stakeholders

Stakeholders son aquellos que podrían estar afectados directamente e indirectamente por el entorno de la empresa en base a sus actividades. En este sentido los stakeholders externos son: clientes, proveedores, competencia, instituciones públicas, sociedad-comunidad, gobierno. Mientras que los stakeholders internos son: gerencia, accionistas, colaboradores (Instituto de Fomento Empleo y Formación, 2017).

Además, se hace referencia que dentro de la teoría ética en el enfoque normativo de grupos involucrados Friedman (1970) manifiesta que las empresas al momento de desarrollar actividades de mejora interna también deben considerar los stakeholders externos que pueden afectar el desempeño de sus actividades.

Percepción Comunitaria

La percepción se define como un proceso cognitivo que es apreciado por medio de los sentidos de manera particular, de acuerdo con Whittaker (1987), es la forma como el sujeto recibe al mundo y los procesa en su cerebro por lo tanto está en constante reformulación y evolución.

Para Arnheim (1986) “es el proceso cognoscitivo que permite interpretar y comprender el entorno. Asimismo, es la selección y organización de estímulos del ambiente para proporcionar experiencias significativas a quien los experimenta” (p.53).

Por otro lado, según Oviedo (2004), indica que las palabras claves para definir la percepción son “selección y organización” (p.92). Las personas organizan e interpretan las cosas de manera diferente justamente por la forma selectiva de responder a los estímulos, situación o fenómeno.

Las personas clasifican los estímulos en patrones significativos para después procesarlos en el cerebro; en este proceso el sujeto considera factores internos y externos que mediante filtración de percepciones sensoriales determina cual tiene mayor atención.

Las características de la percepción son particulares y en cierta medida dependen del tipo de estímulo (interno-externo) que se recibe, según Arnheim (1986) los estímulos vienen acompañados de características personales que pueden ser: expectativas, emociones, motivaciones, entre otras; que promueven un tipo de respuesta diferente.

La selección de los estímulos es denominada atención, en este sentido la percepción es también influenciada por contextos sociales, culturales, medioambientales y de educación que repercuten en la relevancia que dan los seres humanos a ciertos factores en el desarrollo de su evolución. Sin embargo, el sujeto percibe lo que interesa y esto se denomina predisposición perceptiva (Arnheim, 1986)

La percepción en la calidad del servicio es vital para un análisis estratégico, pero al mismo tiempo puede representar un sesgo en cuanto a la forma de identificar las necesidades, cualidades y gustos del público objetivo. De acuerdo con Blanco (2007) el estilo que tiene el sujeto para enfrentarse al mundo que lo rodea es diferente y significativo; siendo así, las expectativas un factor determinante para calificar a un servicio como bueno o malo.

Percepción comunitaria de la responsabilidad social

La necesidad de evaluar la percepción de la RSE por parte de la comunidad radica en que se brinda una retroalimentación a la empresa. En ese sentido, la responsabilidad social va más allá de la simple vinculación de la empresa con su entorno, y abarca la manera en que la empresa es percibida por ese entorno, como componente esencial de su posición competitiva en el mercado (Guerra, 2007).

Sánchez (1991) habla de psicología comunitaria donde define a la comunidad como el escenario de interacción de relaciones para conocer, hacer y sentir las necesidades con las empresas. Las relaciones con la comunidad revelarán como esta posiciona a la empresa considerando que pueden ser afectados por aspectos culturales, sociales, medioambientales, económicos (Mori, 2009).

La comunidad es el escenario donde las instituciones y organismos adoptan procesos de transformación como parte de su trabajo comunitario. Al ser los actores responsables de la RSE deberán responder antes los efectos, consecuencias y demandas generadas por los mismos

La integración mutua entre la empresa y los stakeholders es de carácter directa e indirecta que puede ser evidenciada a través de las acciones de RSE ejecutadas por la misma. Sin embargo, este proceso de interacción tiene como finalidad conocer los recursos, necesidades, intereses de la comunidad para proponer acciones sostenibles, alcanzables, coherentes (Sánchez, 1991).

Desde el punto de vista empresarial es oportuno lograr intervenciones adecuadas con los stakeholders como parte del proceso de transformación para profundizar su conocimiento mutuo. Esta acción de acuerdo con Montero (2006) se conoce como familiarización. Por otro lado, se trata de un dialogo entre empresas, comunidad y estado para identificar sus necesidades en particular.

La empresa acude a la consulta comunitaria con la finalidad de tomar en cuenta sus opiniones en el diseño de sus proyectos. Para ello debe enfrentar dos panoramas: el informar a la comunidad cada aspecto del proyecto y los posibles impactos socioeconómicos. Por el otro, recibir las preocupaciones de la comunidad local.

La psicología comunitaria plantea un proceso de identificación y jerarquización en las empresas como un medio para consultar las necesidades y recursos de la comunidad local (Sánchez, 1991). El proceso trata de conocer aquellas necesidades relevantes de la comunidad desde una perspectiva psicológica para satisfacerlas; de no hacerlo, los proyectos no tendrán los resultados esperados en la comunidad (Montero, 2006).

Sobre esta perspectiva nace la importancia de tomar en cuenta la percepción y estructuración cognitiva de los stakeholders y más aun de la comunidad como agente principal. El no considerar este elemento de percepción puede desviar los esfuerzos de la empresa. De acuerdo con Montero (2006) se pueden generar dos efectos: subutilización del bien para satisfacer necesidades y que la empresa acuse a la comunidad de ser incapaz de disfrutar una mejor vida.

Las acciones de apoyo social son creadas para tener el primer acercamiento con la comunidad, deben estar enmarcadas en el compromiso y participación de la misma para el cambio del entorno. Así, las acciones socialmente responsables deben reflejar una intervención con actitudes, normas y

conductas de la empresa. Este proceso se denomina "intervención culturalmente apropiada" ya que considera una adecuación cultural en el diseño de acciones (Marin , 1998).

En este sentido se habla de la transformación social de condiciones negativas en el entorno. Por lo cual, se desarrolla un fortalecimiento con los agentes interesados de capacidades y recursos para tener un control en la situación de vida (Mori, 2009).

Por lo tanto, el tipo de proyecto que se desarrolla tiene un punto de vista diferente. El efecto de control sobre sus vidas, comprensión crítica del medio ambiente y el compromiso es producto de desarrollar proyectos de salud, servicios básicos, educación, derechos humanos. Esto permite ampliar el nivel de bienestar y calidad de vida de la comunidad local (Montero, 2006).

La necesidad de implementar acciones de responsabilidad social nace a partir de las transformaciones sociales y nuevos comportamientos de la población en los últimos años. Como tal, las acciones de RSE obligan a las empresas y en especial a los profesionales a conocer y aplicar estrategias enfocadas en la comunidad. Por ende, el instrumento utilizado en la presente investigación permite medir el nivel de percepción que tiene la comunidad local frente a las acciones de RSE implementadas por las Pymes bananeras de su localidad.

Capítulo II

En este capítulo se describe las fases del diseño metodológico implementado para esta investigación, de acuerdo a los objetivos planteados. En primera instancia, se utiliza una encuesta semiestructurada para relevar las acciones de RSE aplicadas por las bananeras de La Maná y Valencia. Luego, para conocer la percepción comunitaria frente a las acciones de RSE, se acude a la aplicación del instrumento diseñado para la investigación. Finalmente, la recopilación y análisis de datos son expresados en un plan de acción de RSE direccionado a las bananeras involucradas en el estudio.

Marco Metodológico

En el marco metodológico se describe el tipo de investigación y enfoque metodológico a fin de alcanzar los objetivos establecidos, tal como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Matriz objetivo de investigación

<p>Objetivo General: Analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos para proponer acciones de mejora que fortalezcan las relaciones con la comunidad local.</p>			
Objetivos específicos	Relevar qué acciones sociales han implementado en la comunidad local las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia.	Determinar las dimensiones de RSE que son mayormente valoradas por la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia.	Proponer un plan de acción de RSE para fortalecer las relaciones entre las bananeras y la comunidad de los cantones La Maná y Valencia.
Fases	1	2	3
Tipo de investigación	Exploratoria, Descriptiva	Descriptiva	Descriptiva
Técnicas	Análisis temático	Análisis descriptivo e inferencial	Análisis descriptivo e inferencial
Fuente de información	Entrevista Semiestructurada	Encuesta	Resultados de encuesta aplicada

Objetivo General: Analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos para proponer acciones de mejora que fortalezcan las relaciones con la comunidad local.

Unidad de análisis	Pymes bananeras del Cantón La Maná y Valencia	Comunidad local de La Maná y Valencia	
Elemento análisis	Pymes bananeras	Comunidad	
Resultado	Conocer las acciones	Conocer dimensión mayor valorada	Propuesta de plan de acción

Fases de investigación

La fase 1 se relaciona con el primer objetivo específico de la investigación, corresponde a un estudio exploratorio, no experimental de tipo trasversal, se utilizó la técnica de análisis temático y por medio de entrevista semiestructurada se relevan las acciones de RSE que implementan las bananeras de los cantones La Maná y Valencia.

La fase 2 está enfocada al segundo objetivo específico, corresponde a un estudio descriptivo, no experimental de tipo trasversal, se utilizó la técnica de análisis descriptivo e inferencial y por medio de una encuesta de escala Likert se pretende analizar la percepción de la comunidad sobre las acciones de RSE en los cantones mencionados.

Finalmente, según los resultados obtenidos se propone un plan de acción que se sustenta en las dimensiones de RSE abordadas en la investigación.

Tipología de investigación

Por su finalidad

La investigación es de ciencia aplicada ya que utiliza como base la recopilación de información establecida en el marco teórico para su uso adecuado, ya que no solo se busca aumentar el conocimiento sobre acciones de responsabilidad social de las bananeras hacia la comunidad y medio ambiente, sino también, proponer alternativas de solución a los problemas identificados (Vargas, 2009).

Es decir, la investigación es aplicada puesto que, con los resultados las bananeras pueden conocer la percepción que tiene la comunidad en cuanto a las dimensiones de la RSE establecidas en el presente estudio. En base a los resultados las Pymes bananeras podrían poner más énfasis en las dimensiones menos valoradas, generando mayor relación social, confiabilidad, en consecuencia, mejorar la competitividad en el mercado.

Por las fuentes de información

Las fuentes de información son de corte mixto ya que se revisan fuentes secundarias publicadas en revistas, proyectos, tesis, maestrías, congresos, artículos científicos que sirven como referencia en la investigación. Además, se utiliza fuentes primarias a través de la aplicación de un cuestionario dirigido a la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia.

Por las unidades de Análisis

Siguiendo a Hernández et al. (2014), se recaba información de fuentes primarias en el sitio donde se desenvuelven los fenómenos tomados en cuenta para el estudio. En la investigación se estructuró la encuesta por medio la aplicación de Google Form, puesto que la recolección de datos se realizó durante la Pandemia COVID-19 a la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia. Esto permite conocer que percepción tienen de las bananeras con respecto a la RSE, para su posterior análisis estadístico.

Por el control de las variables: No experimental

La investigación de tipo no experimental puede ser transversal o longitudinal, según Hernández et al. (2014) este tipo de investigación no manipula las variables involucradas. Sin embargo, permiten observar y analizar los fenómenos del entorno donde se realiza el estudio. Para el caso particular de estudio la investigación es de tipo transversal puesto que los datos son de momento único.

Por el Alcance

La investigación tiene un alcance exploratorio y descriptivo ya que pretende analizar la percepción de la comunidad frente a las acciones de RSE aplicadas por las bananeras en los cantones La Maná y Valencia. El propósito es identificar que dimensiones de RSE son mayor y menor valoradas según la percepción de la comunidad que interviene en el estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Enfoque Metodológico

Enfoque de investigación mixto

En el tema planteado se utilizó el método de investigación de estudio tipo campo, exploratorio, descriptivo, no experimental, con un enfoque cuali-cuantitativo para analizar los resultados. Se aplica en un primer momento una entrevista semiestructurada para identificar las acciones de RSE que desarrollan las bananeras. En un segundo momento, una encuesta de escala Likert (ver Anexo 1) para determinar la percepción de la comunidad local frente a estas acciones.

El método exploratorio permitió conocer las diferentes acciones de RSE dirigidas a la comunidad y también la perspectiva con respecto a las Pymes del sector bananero, contribuyendo con ideas útiles para abordar la investigación.

El método descriptivo se efectuó por medio de encuestas lo que permite conocer la percepción de las acciones de RSE aplicadas por las bananeras de los cantones La Maná y Valencia. Además, las dimensiones de RSE mayormente valoradas por la comunidad local.

La fase 1 corresponde a una investigación de corte cualitativo, que según Hernández et al. (2014) se sustenta en “la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (pág. 7). En esta investigación, se aplica una entrevista semiestructurada. Para obtener la mayor información posible sobre las dimensiones de RSE, que son aplicadas en las bananeras que participan en el estudio, se elaboró una guía de preguntas. Además, el entrevistador tiene la posibilidad de introducir las preguntas que considere necesarias para orientar la información, que proporciona el entrevistado, hacia los conceptos y objetivos de la investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

La fase 2 corresponde a una investigación cuantitativa, se realizan indagaciones a profundidad para determinar la percepción que tiene la comunidad de los cantones La Maná y Valencia, sobre las acciones implementadas por las bananeras del sector en el ámbito social y ambiental. Para ello, se utilizó una encuesta de escala Likert, herramienta muy utilizada en investigaciones similares para indagar sobre percepciones y opiniones (Arias , y otros, 2016). A fin de realizar el análisis y clasificar las dimensiones de RSE en el rango de menor a mayor valoradas.

Determinación de población objeto de estudio

Fase 1

Se realizó un análisis exploratorio con el objetivo de relevar las acciones sociales que implementan las bananeras de La Maná y Valencia. Para lo cual se consultó la información de

clasificación por tamaño del predio, publicada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), tal como se muestra en la Tabla 5:

Tabla 5

Clasificación según el tamaño del predio

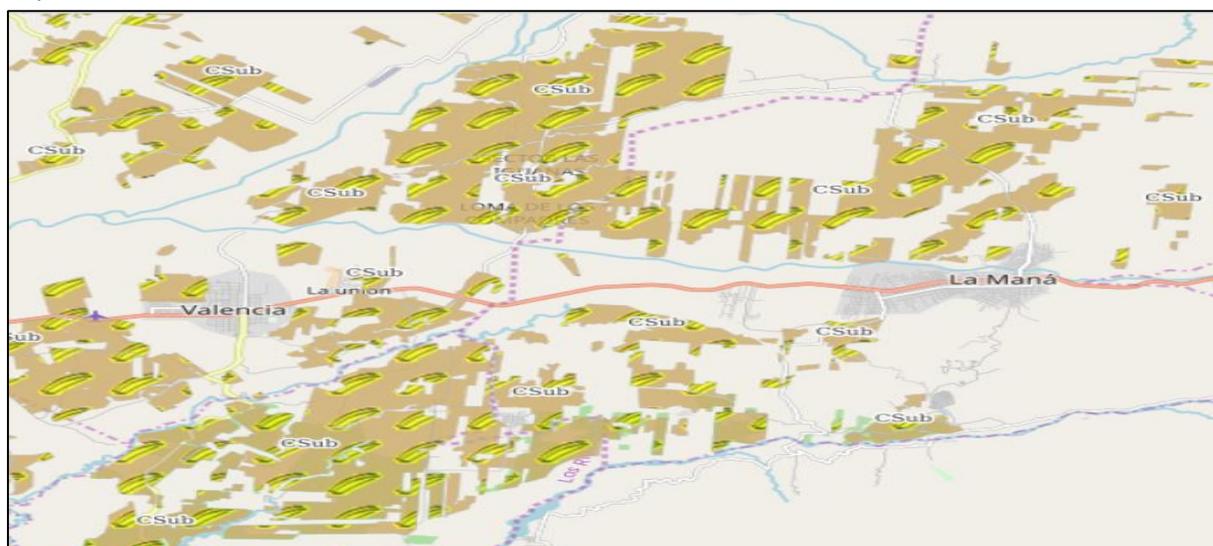
Tamaño	Hectáreas	Bananas
Predio pequeño	0 – 30 ha	77
Predio mediano	>30 – 100 ha	11
Predio grande	>100 ha	11

Nota: Recuperado de MAGAP, 2020.

Además, se realizó una exploración geográfica en base a los reportes dinámicos e información geográfica y cartográfica agropecuaria, publicada en el Portal Web del MAGAP, para identificar pequeños, medianos y grandes productores bananeros ubicados en estos cantones. En la Figura 6 se presenta el mapeo del cultivo de banano en mención.

Figura 6

Mapeo de banano de los cantones



Nota: Recuperado de MAGAP, 2020.

Bajo esta perspectiva se considera como objeto de estudio a los productores grandes (>100 ha) ya que según el acuerdo ministerial N 061 del Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (2018) señala que las bananeras que tienen un cultivo de banano mayor a 100 hectáreas deben obtener una Licencia Ambiental para garantizar una buena responsabilidad social empresarial.

Debido a la situación de emergencia sanitaria y aislamiento social ocasionado por la Pandemia COVID-19, de estas bananeras (>100 ha) se realiza un muestreo por conveniencia en función “de los casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (Hernández et al, 2014, pág. 390).

Bajo este contexto, se logró identificar en el mapeo un total de cinco en La Maná y seis en Valencia, tal como se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6

Elementos de la técnica de estudio fase 1

Elementos muestrales	Bananeras de los cantones La Maná y Valencia
Muestra	
La Maná	5 bananeras
Valencia	6 bananeras
Técnica de obtención de información	Entrevista semiestructurada
Trabajo de campo	Abril 2020
Procedimiento de Muestreo	Muestreo por conveniencia
Enfoque de la investigación	Cualitativo

Fase 2

En esta fase se realizó un análisis cuantitativo a partir de los resultados de aplicación de la encuesta validada para conocer la percepción comunitaria de la RSE propuesta por Arias, y otros (2016). Además, se realizó un análisis factorial para identificar las acciones de RSE que son mejor valoradas por la comunidad local.

La muestra determinada en la fase 2 es de tipo probabilístico, ya que cada elemento de la población de estudio tiene la probabilidad de ser elegido y además se puede realizar afirmaciones acerca de la misma (Tamayo , 2001). Siguiendo a Hernández et al, (2014) para seleccionar una muestra probabilística, se debe calcular el tamaño de la muestra y seleccionar los elementos muestrales. Este último criterio hace hincapié a seleccionar un método idóneo de aleatoriedad para los elementos en estudio.

En la segmentación de la muestra fueron considerados criterios de inclusión denominados como “características particulares que debe tener un sujeto para que sea parte de la investigación” (Arias, Villasis, & Miranda , 2016, pág. 204). Los criterios seleccionados van acordes con la estructura, temática y alcance del instrumento utilizado.

El objeto de estudio es la población aledaña a las bananeras ya que son conocedores de la realidad con respecto a las acciones de RSE. Los mismo que deben ser mayores de edad, habitantes del cantón La Maná o Valencia, tener acceso a redes y equipos tecnológicos, y tener conocimiento básico de RSE.

Para el cálculo del tamaño de la muestra, en primera instancia se consultó el número de habitantes de los cantones La Maná y Valencia. Según el INEC (2010) la población mayor de 18 años es de 25.000 y 25.056 habitantes respectivamente, tal como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7*Número de habitantes mayor a 18 años*

Código	Provincia	Nombre de Cantón	Total
502	Cotopaxi	La Maná	25000
1211	Los Ríos	Valencia	25056

Nota: Recuperado de INEC, 2010

Complementariamente, para seleccionar la muestra se acude al tipo de muestreo por conglomerados. Este método implica dividir la población de estudio en grupos, donde las características grupales son similares pero las características individuales son heterogéneas (Otzen & Manterola, 2017).

Bajo esta perspectiva los elementos de estudio consideran como característica homogénea el área geográfica donde residen. Sin embargo, pueden variar por la edad, sexo, nivel de educación, nivel social, entre otros. La Tabla 8 muestra la distribución de los conglomerados: La Maná y Valencia.

Tabla 8*Elementos de la técnica de estudio*

Elementos muestrales	Comunidad de La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos
Población mayor a 18 años	
La Maná	25.000 Hb.
Valencia	25.056 Hb
Muestra	190 “La Maná” y 191 personas “Valencia”
Técnica de obtención de información	Encuesta validada
Trabajo de campo	Mayo 2020

Elementos muestrales	Comunidad de La Maná Provincia de Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos
Procedimiento de Muestreo	Muestreo probabilístico
Enfoque de la investigación	Cuantitativo

Finalmente, para definir el objeto de estudio se aplicó un muestreo aleatorio simple. Este método permite seleccionar aleatoriamente la muestra representativa para la aplicación del instrumento de recolección de datos (Corral, Corral, & Franco, 2015).

Determinación del tamaño de muestra

Para el cálculo del tamaño de muestra se realizó a través de la siguiente fórmula utilizada para poblaciones finitas propuesta por Murray & Larry, (2009):

Fórmula:

$$\frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

N = total de población

Z² = Coeficiente según el nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso (1 - p)

e = Error muestra

n = Tamaño de muestra

Remplazando los datos en la fórmula, el cálculo de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{1,96^2 * 50.056 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (50.056 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 381.24 \approx 381 \text{ habitantes}$$

Posterior al cálculo se obtiene una muestra de 381 habitantes en general. Sin embargo, para la aplicación de muestra por conglomerados se presenta la distribución de encuesta por cantones en la Tabla 9.

Tabla 9

Distribución de la muestra por cantones

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
La Maná	190	49,94	49,94
Valencia	191	50,06	100
Total	381	100	

Instrumento de recolección de información

Fase 1

En la fase 1 el instrumento de recolección de información es la encuesta semiestructurada, misma que se desarrolló con base a la variable de investigación (RSE) y sus dimensiones (*Beneficios*

sociales de RSE a nivel local y Aspectos medio ambientales). Dando como resultado un cuestionario de diez preguntas dirigidas hacia los productores bananeros.

Dada la dificultad del acercamiento en sitio por la pandemia COVID-19 la entrevista se realizó vía telefónica. Siguiendo a Hernández et al. (2014) “este método reside en que se puede acceder a barrios inseguros ... así como a lugares geográficamente lejanos” (pág. 235).

Fase 2

En la fase 2 el instrumento de recolección de información aplicada es la encuesta propuesta por Arias y otros (2016), para medir la percepción comunitaria de la RSE. Los autores ponen el instrumento validado “a disposición de la comunidad académica” (pág. 116), para valorar la RSE a nivel local. La encuesta constituye un inventario que consta de 44 ítems dispuestos en una estructura de tres dimensiones y en una escala tipo Likert.

El primer factor incluye los *Beneficios de la RSE a nivel local*, esta dimensión consta de diecinueve ítems del 1 al 19 en la ubicación numérica del instrumento, en la cual trata cuestiones de infraestructura y bienestar social como del bienestar de los trabajadores y la comunidad.

El segundo factor representa los *Beneficios individuales de RSE*, el mismo que abarca quince ítems del 20 al 34 en la escala numérica del instrumento. Esta dimensión hace referencia al tema interno como externo de la empresa. Sin embargo, abarca el bienestar de los trabajadores, temas relativos a los beneficios individuales de la responsabilidad social y la satisfacción de los pobladores como individuos.

Finalmente, el tercer factor está relacionado con el cuidado del medioambiente. Comprende diez ítems del 35 al 44 en la escala numérica del instrumento, donde se exponen preguntas sobre reciclaje, reducción de la contaminación y renovación de recursos naturales.

Por otro lado, el cuestionario se estructuró mediante la aplicación de Google Form enviados por correo electrónico, debido a la limitación presentada por la emergencia sanitaria COVID-19. Las encuestas por correo son idóneas para reducir distancias, reduce costos, tiempo y con mayor alcancen (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La tabulación de los datos se lleva a cabo por medio del programa estadístico SPSS.

Matriz de variables

En la investigación se considera los objetivos, marco teórico y referencial propuestos como instrumentos para operacionalizar las variables.

Durante la investigación bibliográfica en la parte introductoria se encontraron teorías que sustentan el desarrollo del marco teórico y de igual manera la formulación de los objetivos. Así también, en el estudio de Arias y otros (2016) se elabora un instrumento de recolección de información a partir del cual se mide la percepción con relación a dimensiones individuales, sociales y medioambientales.

En relación al marco referencial, se mencionaron tres estudios en donde se analizó la percepción de la comunidad frente a las acciones de RSE en las Pymes, tanto la base teórica como el instrumento utilizado para realizar dichas investigaciones, fueron desarrollados por los autores antes referidos.

A continuación, en la Tabla 10 se muestra la estructura de matriz de objetivos, hipótesis y variables construida con las dimensiones del estudio, así como los ítems de instrumento.

Tabla 10

Estructura de matriz de objetivos, hipótesis y variables

Objetivo	Hipótesis	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento
	H1: Los <i>Beneficios sociales de la RSE a nivel local</i> implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.	Independiente:	Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que generan costo para la empresa: apoyar actividades desarrolladas en escuelas, patrocinar parques, hacer donaciones, etc., lo que dependerá de la fortaleza financiera de la empresa.	<i>Los beneficios sociales de la RSE a nivel local.</i>	Nivel de los beneficios sociales recibidos por la comunidad	Del 1 al 19	Encuesta
Analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de RSE implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná Provincia de	H2: Los <i>Beneficios individuales de la RSE</i>	Responsabilidad social empresarial.	Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que no genera costos para la empresa o son mínimos (Quezada, 2015).			Del 20 al 35	Encuesta

Cotopaxi y Valencia Provincia de Los Ríos para proponer acciones de mejora que fortalezcan las relaciones con la comunidad local	implementados por las por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.	<i>Los beneficios individuales de la RSE.</i>	Nivel de beneficios individuales recibidos
	H3: <i>Los Aspectos medio ambientales</i> implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son mayormente valorados por la comunidad local.	<i>Los aspectos medio ambientales.</i>	Del 36 Encuesta al 45 Nivel de acciones medio ambientales implementadas por las empresas.

Capítulo III

Resultados

En este capítulo se analizan los resultados de los objetivos planteados. En la fase 1 se presenta los datos de la entrevista semiestructurada. Seguidamente en la fase 2 se analizan los resultados de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio de los cantones La Maná y Valencia, posteriormente la información fue procesada en el software estadístico SPSS 2.5.

Resultados fase 1

En el apartado anterior sobre la metodología, la fase 1 tiene la finalidad de relevar qué acciones de RSE implementan las bananeras en los cantones objeto de estudio. Se aplicó la entrevista semiestructurada a representantes de cinco bananeras grandes de La Maná y cinco de Valencia. Debido a las dificultades presentadas por la Pandemia COVID-19, no fue posible contactar con una de las bananeras de Valencia. Por el mismo motivo, el contacto con los diez representantes entrevistados se realizó vía telefónica.

Los entrevistados solicitaron mantener la confidencialidad de la información otorgada en cuanto a nombres de propietarios, nombre de fincas, nivel de producción, número de empleados entre otras características. Por lo que en este trabajo únicamente se exponen las acciones de RSE que implementan las bananeras de los dos cantones.

A continuación, en la Tabla 11 se presentan los resultados de las acciones de RSE implementadas, que fueron referidas por el representante de la bananera del cantón La Maná durante la entrevista.

Tabla 11*Acciones de RSE “La Maná”*

	B1	B2	B3	B4	B5
Beneficios sociales de RSE a nivel local					
Generar fuentes de empleo	x	x	x	x	x
Programa por día especial (niño, navidad, trabajador) en la comunidad más aledaña		x	x		x
Participación con proyectos del GAD	x		x	x	
Mejora de vías de acceso (adoquinado, asfaltado)					
Adecuación de su infraestructura		x	x		x
Capacitación continua a empleados	x	x		x	
Sumarse a una fundación o causa social					
Trabajo flexible	x	x	x	x	x
Beneficios individuales de RSE					
Realizar campañas de RSE					
Realiza programas de salud y bienestar a la comunidad					
Promueve los principios y valores de la filosofía empresarial hacia la comunidad		x	x		x
Desarrollo de actividades para la integración de la comunidad		x			x
Implementar acciones de RSE en el Plan Estratégico					
Destinar parte del presupuesto para obras en beneficio a la comunidad					
Pertenece a una asociación o instituciones públicas de RSE					
Evalúan el impacto económico, cultural y social de la comunidad					
Aspectos medio ambientales					
Evalúan el impacto ambiental periódicamente					
Reciclaje de desechos materiales		x	x		x
Promover campañas de reciclaje en la comunidad					
Utiliza fertilizantes orgánicos					
Reutilización de los materiales en el proceso de producción		x	x		
Cumplimiento de normas BPA	x		x	x	x
Programas ambientales en la comunidad aledaña					
Plan de tratamiento de envases vacíos de agroquímicos en conjunto con sus proveedores					
Uso de sistema de trazabilidad al empacar el banano	x	x	x	x	x
Destinar parte del presupuesto para obras del cuidado medio ambiental					

Nota: En la tabla se describe en la columna 1 las acciones de RSE implementadas por las bananeras del cantón La Maná y en las subsiguientes columnas B1, B2, B3, B4, B5 se hace referencia con una X las acciones que cumplen cada una de las bananeras.

La tabla muestra las acciones de RSE ejecutadas por las bananeras del cantón La Maná. Donde, se puede evidenciar en orden de prioridad que las acciones más destacadas son: generar fuentes de trabajo flexible a la comunidad local, aplicación de normas BPA, uso de un sistema de trazabilidad al

empacar el banano, aplicación en programas de integración comunitaria. Además, se puso en evidencia que ninguna destina presupuesto en obras para el cuidado medio ambiental, no evalúan el impacto económico, cultural y social de la comunidad, y no realizan programas de salud dirigidos a la comunidad.

A continuación, en la Tabla 12 se presentan los resultados de las acciones de RSE implementadas, que fueron referidas por el representante de la bananera del cantón Valencia durante la entrevista.

Tabla 12

Acciones de RSE “Valencia”

	B1	B2	B3	B4	B5
Beneficios sociales de RSE a nivel local					
Generar fuentes de empleo	x	x	x	x	x
Programa por día especial (niño, navidad, trabajador) en la comunidad más aledaña	x			x	
Participación con proyectos del GAD		x			x
Mejora de vías de acceso (adoquinado, asfaltado)			x		
Adecuación de su infraestructura	x	x	x		
Capacitación continua a empleados		x	x	x	
Sumarse a una fundación o causa social					x
Trabajo flexible	x	x			x
Beneficios individuales de RSE					
Realizar campañas de RSE			x		
Realiza programas de salud y bienestar a la comunidad					
Promueve los principios y valores de la filosofía empresarial hacia la comunidad		x			
Desarrollo de actividades para la integración de la comunidad					
Implementar acciones de RSE en el Plan Estratégico	x		x		
Destinar parte del presupuesto para obras en beneficio a la comunidad					
Pertenece a una asociación o instituciones públicas de RSE		x			
Evalúan el impacto económico, cultural y social de la comunidad					
Aspectos medio ambientales					
Evalúan el impacto ambiental periódicamente					
Reciclaje de desechos materiales			x	x	x
Promover campañas de reciclaje en la comunidad		x	x		
Utiliza fertilizantes orgánicos	x			x	x
Reutilización de los materiales en el proceso de producción	x				
Cumplimiento de normas BPA		x		x	x
Programas ambientales en la comunidad aledaña					

Plan de tratamiento de envases vacíos de agroquímicos en conjunto con sus proveedores					
Uso de sistema de trazabilidad al empacar el banano	x	x	x	x	x
Destinar parte del presupuesto para obras del cuidado medio ambiental					

Nota: En la tabla se describe en la columna 1 las acciones de RSE implementadas por las bananeras del cantón Valencia y en las subsiguientes columnas B1, B2, B3, B4, B5 se hace referencia con una X las acciones que cumplen cada una de las bananeras.

La tabla muestra las acciones de RSE ejecutadas por las bananeras del cantón Valencia. Donde, se puede evidenciar en orden de prioridad que las acciones más destacadas son: generar fuentes de trabajo a la comunidad local y reciclaje de desechos materiales. Además, se puso en evidencia que ninguna realiza acciones de RSE en cuanto a: programas de salud dirigidos a la comunidad, programas de integración comunitaria, uso de presupuesto en obras del cuidado medio ambiental y la evaluación del impacto de las acciones de RSE aplicadas.

Resultados fase 2

En primer lugar, se presentan los datos descriptivos de las dimensiones de RSE con respecto a la percepción comunitaria. Seguidamente se realizó el análisis inferencial a través de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, correlación Spearman, Chi cuadrado, y análisis de cada dimensión por cantones. Se elaboraron Tablas de contingencia y se valoró la significancia con la prueba Chi cuadrado. Finalmente se aplicó la prueba de KMO y Bartlett a fin de conocer si los datos son adecuados para un análisis factorial.

De igual manera se realizó el cálculo del índice Alfa de Cronbach para validar la consistencia interna del instrumento utilizado, aun cuando este fue diseñado y validado por expertos en el estudio realizado por Arias y otros (2016).

El índice Alfa de Cronbach, se trata de una medida para evaluar la consistencia interna de un instrumento construido por una escala Likert o cualquier escala de opciones múltiples (Cronbach, 1951).

La confiabilidad del instrumento es expresada a través de criterios de interpretación tal como se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13

Criterios de interpretación coeficiente Alfa de Cronbach

Valores de Alfa	Interpretación
0.90 – 1.00	Se califica como muy satisfactoria
0.80 – 0.89	Se califica como adecuada
0.70 – 0.79	Se califica como moderada
0.60 - 0.69	Se califica como baja
0.50 – 0.59	Se califica como muy baja
< 0,50	Se califica como no confiable

Nota: Elaboración propia a partir de Cronbach, 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests.

El índice fue calculado en forma general por el contenido del constructo. Este permite comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información fiable que hace mediciones estables y consistentes.

A continuación, la Tabla 14 muestra los valores del índice Alfa de Cronbach calculados a partir de los 44 ítems del instrumento.

Tabla 14

Índice Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,934	44

Como se puede apreciar, el resultado tiene un valor α (Alfa de Cronbach) de 0,900, lo que indica que este instrumento tiene un MUY SATISFACTORIO grado de confiabilidad, validando su uso para la recolección de datos.

Resultados descriptivos generales

Siguiendo a Hernández et al. (2014) se realiza un análisis descriptivo, para especificar el perfil de la comunidad de La Maná y Valencia que participaron en la investigación. Así como también, caracterizar desde la mirada de esta población, las acciones de RSE implementadas por las grandes bananeras domiciliadas en estos cantones.

Descripción de la muestra

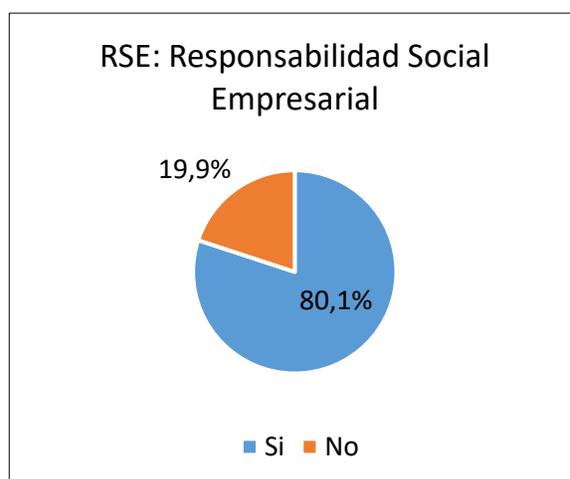
Del 100% de encuestados, en la investigación participaron 190 personas del cantón La Maná que equivale al 49,9% del total de la población encuestada, y 191 personas del cantón Valencia que representa el 50,1%. Con lo cual se abarca un total de 381 personas que corresponde al valor de la muestra calculada para el estudio.

Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial

En la Figura 7 se observa que, de un total de 381 personas encuestadas, el 80,1% indican que, SI conocen sobre el tema de RSE, mientras que el 19,9% NO conocen. En consecuencia, a este grupo de personas (19,9%) se informó brevemente sobre el significado de RSE, antes de continuar con la encuesta.

Figura 7

Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial

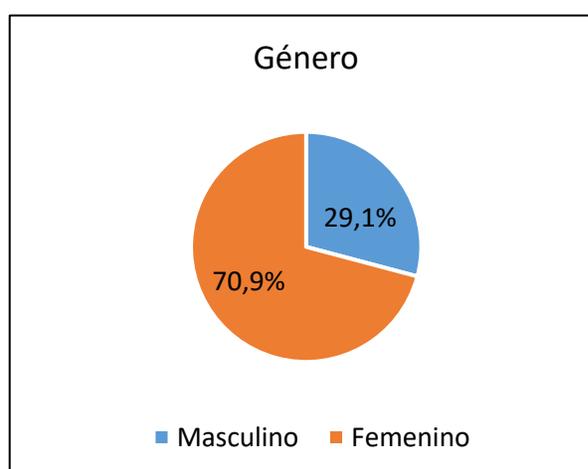


Frecuencia por género

En la Figura 8 se observa que el 29,1% de personas encuestadas pertenecen al género masculino y el 70,9% al género femenino.

Figura 8

Frecuencia por género

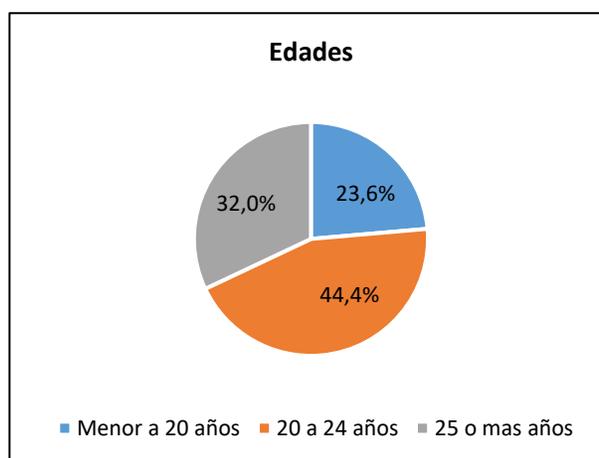


Frecuencia por edad

Como se observa en la Figura 9 además, el 23,6 % de la población encuestada están en un rango de edad entre los 18 a 20 años. El 44,4 % de la población tienen de 20 a 24 años, y finalmente el 32 % son mayores a 25 años de edad. Como se puede observar, la mayoría de personas encuestadas están en una edad comprendida entre 20 a 24 años.

Figura 9

Frecuencia por edades



A continuación, en la Tabla 15 se presenta el perfil de las personas encuestadas en los cantones La Maná y Valencia en base a los resultados descriptivos expuestos anteriormente.

Tabla 15

Perfil de los encuestados

Cantón	Edad	Masculino	Porcentaje	Femenino	Porcentaje	Total
La Maná	Menor a 20 años	9	5%	31	16%	40
	20 a 24 años	25	13%	62	33%	87
	25 o más años	9	5%	54	28%	63
	Total	43	23%	147	77%	190
Valencia	Menor a 20 años	17	9%	33	17%	50

Cantón	Edad	Masculino	Porcentaje	Femenino	Porcentaje	Total
	20 a 24 años	32	17%	50	26%	82
	25 o más años	19	10%	40	21%	59
	Total	68	36%	123	64%	191

El mayor porcentaje de la población encuestada son mayores a 20 años en los dos cantones y en su mayoría mujeres.

Tabla 16

Perfil de los encuestados

		M	F	M	F	Total (si conoce)	Total (no conoce)	Total Global
		SI		NO				
La Maná	Menor a 20 años	8	21	1	10	29	11	40
	20 a 24 años	16	47	9	15	63	24	87
	25 o más años	6	41	3	13	47	16	63
	Total	30	109	13	38	139	51	190
Valencia	Menor a 20 años	12	27	5	6	39	11	50
	20 a 24 años	30	47	2	3	77	5	82
	25 o más años	16	34	3	6	50	9	59
	Total	58	108	10	15	166	25	191

La mayor parte de la población encuestada corresponde al género femenino de los dos cantones y además la mayoría si conoce sobre la RSE, a la minoría que no conoce se realizó una pequeña inducción sobre la RSE para seguir con la encuesta.

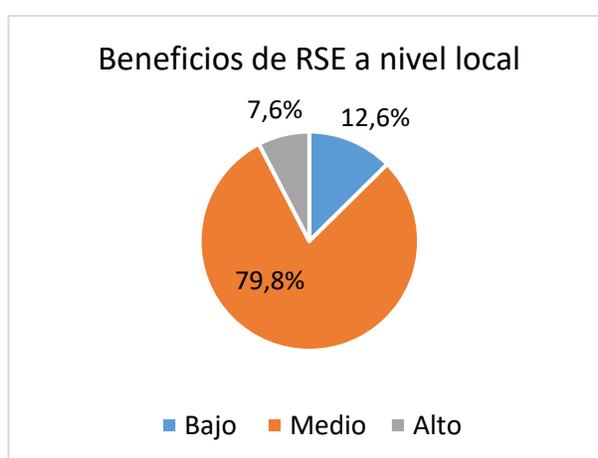
Dimensión 1: Beneficios de RSE a nivel local

A continuación, se describe de forma general la apreciación que tiene la población encuestada respecto a las acciones implementadas por las grandes bananeras, que tienen relación con la dimensión 1 denominada *Beneficios de RSE a nivel local*. Entre otras hacen referencia a la orientación de infraestructura y bienestar social, como del bienestar de los trabajadores y la comunidad.

Tal como se observa en la Figura 10, el 12,6 % de la población encuestada considera que el nivel de los *Beneficios de RSE a nivel local* implementados es bajo, frente a un 7,6% que estiman que este nivel es alto. La mayor parte de los encuestados, 79,8% manifiestan que las grandes bananeras de su localidad se preocupan medianamente por implementar beneficios sociales hacia la comunidad.

Figura 10

Dimensión 1: Beneficios de RSE a nivel local



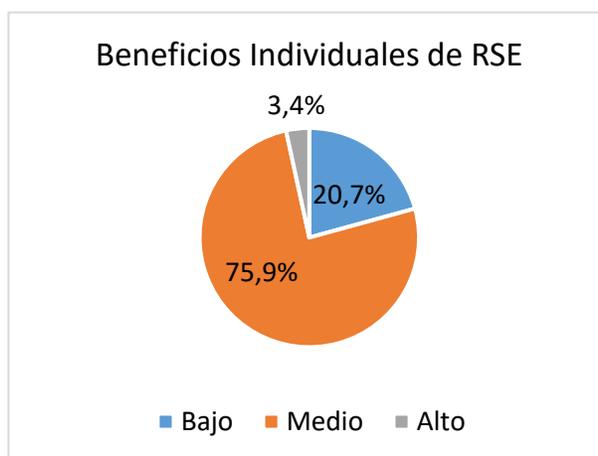
Dimensión 2: Beneficios Individuales de RSE

A continuación, se describe de forma general la apreciación que tiene la población encuestada respecto a las acciones implementadas por las grandes bananeras, que tienen relación con la dimensión 2 denominada *Beneficios individuales de RSE*. Entre otras hacen referencia a los factores internos como externos de la empresa, como del bienestar de los trabajadores.

Tal como se observa en la Figura 11, el 20,7 % de la población encuestada considera que el nivel de los *Beneficios individuales de RSE* implementados es bajo, frente a un 3,4% que estiman que este nivel es alto. La mayor parte de los encuestados, 75,9% manifiestan que las grandes bananeras de su localidad se preocupan medianamente por implementar beneficios individuales hacia la comunidad.

Figura 11

Dimensión 2: Beneficios individuales de RSE



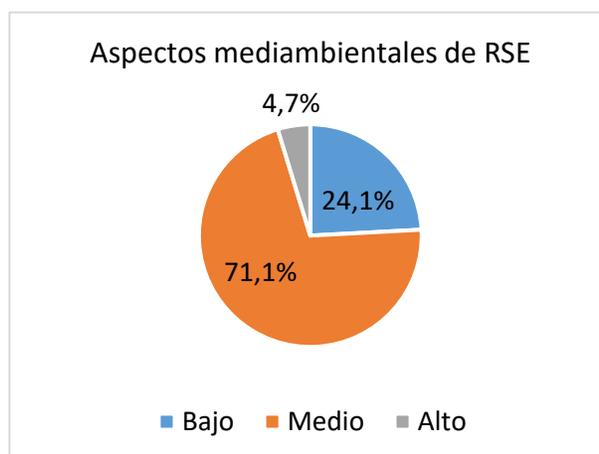
Dimensión 3: Aspectos medio ambientales de RSE

A continuación, se describe de forma general la apreciación que tiene la población encuestada respecto a las acciones implementadas por las grandes bananeras, que tienen relación con la dimensión 3 denominada *Aspectos medio ambientales*. Entre otras hacen referencia sobre reciclaje, reducción de la contaminación y renovación de recursos naturales.

Tal como se observa en la Figura 12, el 4,7 % de la población encuestada considera que el nivel de los *Aspectos medio ambientales* implementados es bajo, frente a un 24,1% que estiman que este nivel es alto. La mayor parte de los encuestados, 71,1% manifiestan que las grandes bananeras de su localidad se preocupan medianamente por implementar beneficios de aspectos medio ambientales hacia la comunidad.

Figura 12

Dimensión 3: Aspectos medio ambientales de RSE



Resultados descriptivos por dimensiones

A continuación, se describe en forma general la percepción comunitaria frente a las acciones de RSE implementada por las bananeras de los cantones La Maná y Valencia.

Dimensión 1: *Beneficios sociales a nivel local*. Donde, la mayoría de los encuestados indica estar de acuerdo con respecto al interés de las grandes bananeras por garantizar bienestar a los trabajadores y la comunidad, tal como se resume en la Tabla 17.

Tabla 17

Resultados descriptivos Beneficios sociales de RSE a nivel local

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
1 Usted consumiría bienes y servicios de empresas socialmente responsables con su comunidad.	Completamente de acuerdo	63	16,5%
	De acuerdo	218	57,2%
	En desacuerdo	16	4,2%
	Totalmente en desacuerdo	84	22,0%
2 Usted reclamaría sus derechos ante las empresas que atenten contra el bienestar de su comunidad	Completamente de acuerdo	41	10,8%
	De acuerdo	198	52,0%
	En desacuerdo	23	6,0%

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
	Totalmente en desacuerdo	119	31,2%
	Completamente de acuerdo	40	10,5%
3 Las empresas de su entorno generan trabajo para las personas de su comunidad.	De acuerdo	203	53,3%
	En desacuerdo	98	25,7%
	Totalmente en desacuerdo	40	10,5%
	Completamente de acuerdo	34	8,9%
4 Considera que una empresa exitosa es una empresa socialmente responsable.	De acuerdo	172	45,1%
	En desacuerdo	50	13,1%
	Totalmente en desacuerdo	125	32,8%
	Completamente de acuerdo	29	7,6%
5 Cree usted que una empresa socialmente responsable es confiable.	De acuerdo	209	54,9%
	En desacuerdo	38	10,0%
	Totalmente en desacuerdo	105	27,6%
	Completamente de acuerdo	29	7,6%
6 Los proyectos de responsabilidad que se desarrollan en su comunidad se ajustan a sus necesidades.	De acuerdo	223	58,5%
	En desacuerdo	97	25,5%
	Totalmente en desacuerdo	32	8,4%
	Completamente de acuerdo	28	7,3%
7 Una empresa socialmente responsable mejora la infraestructura de su localidad.	De acuerdo	201	52,8%
	En desacuerdo	68	17,8%
	Totalmente en desacuerdo	84	22,0%
	Completamente de acuerdo	19	5,0%
8 Las empresas socialmente responsables son ejemplo para otras empresas	De acuerdo	212	55,6%
	En desacuerdo	30	7,9%
	Totalmente en desacuerdo	120	31,5%
	Completamente de acuerdo	15	3,9%
9 Una empresa socialmente responsable se preocupa por el bienestar de sus trabajadores	De acuerdo	201	52,8%
	En desacuerdo	29	7,6%
	Totalmente en desacuerdo	136	35,7%
	Completamente de acuerdo	18	4,7%
10 Considera que los productos de las empresas socialmente responsables son más valiosos.	De acuerdo	208	54,6%
	En desacuerdo	76	19,9%
	Totalmente en desacuerdo	79	20,7%
	Completamente de acuerdo	37	9,7%
11 Las empresas socialmente responsables contribuyen a la modernización de su ciudad	De acuerdo	191	50,1%
	En desacuerdo	66	17,3%
	Totalmente en desacuerdo	87	22,8%
	Completamente de acuerdo	39	10,2%
12 Una empresa socialmente responsable influye en las decisiones de compra del consumidor.	De acuerdo	228	59,8%
	En desacuerdo	51	13,4%
	Totalmente en desacuerdo	63	16,5%
	Completamente de acuerdo	31	8,1%
	De acuerdo	184	48,3%
	En desacuerdo	94	24,7%

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
13 Las ganancias de las empresas de su localidad deben distribuirse equitativamente entre la población	Totalmente en desacuerdo	72	18,9%
	Completamente de acuerdo	19	5,0%
14 Las empresas socialmente responsables son empresas formales.	De acuerdo	209	54,9%
	En desacuerdo	83	21,8%
	Totalmente en desacuerdo	70	18,4%
15 Las empresas más importantes en su comunidad son las socialmente responsables.	Completamente de acuerdo	18	4,7%
	De acuerdo	207	54,3%
	En desacuerdo	86	22,6%
	Totalmente en desacuerdo	70	18,4%
16 Cree usted que si hubiera más empresas responsables mejoraría la calidad de vida de su comunidad.	Completamente de acuerdo	29	7,6%
	De acuerdo	172	45,1%
	En desacuerdo	26	6,8%
	Totalmente en desacuerdo	154	40,4%
17 Considera que la responsabilidad social de las empresas es utilizada para crear una buena imagen y recibir apoyo.	Completamente de acuerdo	21	5,5%
	De acuerdo	220	57,7%
	En desacuerdo	53	13,9%
	Totalmente en desacuerdo	87	22,8%
18 La responsabilidad social es una obligación que las empresas de su localidad deben cumplir.	Completamente de acuerdo	12	3,1%
	De acuerdo	200	52,5%
	En desacuerdo	41	10,8%
	Totalmente en desacuerdo	128	33,6%
19 Las empresas socialmente responsables de su entorno son más competitivas.	Completamente de acuerdo	28	7,3%
	De acuerdo	169	44,4%
	En desacuerdo	122	32,0%
	Totalmente en desacuerdo	62	16,3%

Pregunta 1: El 57,2% del total de encuestados, está de acuerdo en que consumiría bienes y servicios de empresas socialmente responsables con su comunidad.

Pregunta 2: El 52% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que reclamaría sus derechos ante las empresas que atenten contra del bienestar de su comunidad.

Pregunta 3: El 53,3% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas generan trabajo para las personas de su comunidad.

Pregunta 4: El 45,1% del total de los encuestados, está de acuerdo que una empresa exitosa es una empresa socialmente responsable.

Pregunta 5: El 54,9% del total de los encuestados, está de acuerdo que una empresa socialmente responsable es confiable.

Pregunta 6: El 52,5% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que los proyectos de RSE se ajustan a sus necesidades.

Pregunta 7: El 55,6% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que una empresa socialmente responsable mejora la infraestructura de su localidad.

Pregunta 8: El 60,6% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que las empresas socialmente responsables son ejemplo para otras empresas.

Pregunta 9: El 52,8% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que una empresa socialmente responsable se preocupa por el bienestar de sus trabajadores.

Pregunta 10: El 54,6% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que los productos de las empresas socialmente responsables son más valiosos.

Pregunta 11: El 50,1% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en cuanto a si las empresas socialmente responsables contribuyen a la modernización de la ciudad.

Pregunta 12: El 59,8% del total de los encuestados, está de acuerdo que una empresa socialmente responsable influye en las decisiones de compra del consumidor.

Pregunta 13: El 48,3% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que las ganancias de las empresas de su localidad deben distribuirse equitativamente entre la población.

Pregunta 14: El 54,9% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en cuanto a sí las empresas socialmente responsables son empresas formales.

Pregunta 15: El 54,3% del total de los encuestados, manifiesta estar de acuerdo que las empresas más importantes en su comunidad son las socialmente responsables.

Pregunta 16: El 45,1% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que si hubiera más empresas responsables mejoraría la calidad de vida de su comunidad.

Pregunta 17: El 57,7% del total de los encuestados, manifiesta estar de acuerdo que la responsabilidad social de las empresas es utilizada para crear una buena imagen y recibir apoyo.

Pregunta 18: El 52,5% del total de los encuestados, está de acuerdo que la responsabilidad social es una obligación que las empresas de su localidad deben cumplir.

Pregunta 19: Apenas el 44,4% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas socialmente responsables de su entorno son más competitivas.

Dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*. Donde, la mayor parte total de los encuestados percibe un interés medio de las bananeras por afianzar un desarrollo sostenible a largo plazo, al igual que la participación e integración activa con la comunidad. Tal como se resume en la Tabla 18.

Tabla 18

Resultados descriptivos Beneficios Individuales de RSE

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
20 Considera que las empresas de su entorno han influido favorablemente en su vida.	Completamente de acuerdo	40	10,5%
	De acuerdo	203	53,3%
	En desacuerdo	85	22,3%
	Totalmente en desacuerdo	53	13,9%
21 Las empresas de su entorno realizan programas de salud a favor de los pobladores.	Completamente de acuerdo	70	18,4%
	De acuerdo	158	41,5%

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
	En desacuerdo	111	29,1%
	Totalmente en desacuerdo	42	11,0%
	Completamente de acuerdo	55	14,4%
22 Su comunidad se ha beneficiado de las obras que han hecho las empresas.	De acuerdo	181	47,5%
	En desacuerdo	101	26,5%
	Totalmente en desacuerdo	44	11,5%
23 Se siente satisfecho con el trato que le dan las empresas de su entorno.	Completamente de acuerdo	32	8,4%
	De acuerdo	194	50,9%
	En desacuerdo	101	26,5%
24 Las empresas toman en cuenta la opinión de los pobladores.	Totalmente en desacuerdo	54	14,2%
	Completamente de acuerdo	50	13,1%
	De acuerdo	174	45,7%
25 De forma general se siente beneficiado por la labor de las empresas en la comunidad.	En desacuerdo	119	31,2%
	Totalmente en desacuerdo	38	10,0%
	Completamente de acuerdo	49	12,9%
26 La responsabilidad social también beneficia a las empresas que la implementan.	De acuerdo	219	57,5%
	En desacuerdo	60	15,7%
	Totalmente en desacuerdo	53	13,9%
27 Las empresas de su entorno formulan planes y proyectos de responsabilidad social.	Completamente de acuerdo	13	3,4%
	De acuerdo	211	55,4%
	En desacuerdo	78	20,5%
28 Las empresas difunden la responsabilidad social entre ellas	Totalmente en desacuerdo	79	20,7%
	Completamente de acuerdo	33	8,7%
	De acuerdo	198	52,0%
29 La publicidad de las empresas de su localidad promueve valores morales.	En desacuerdo	93	24,4%
	Totalmente en desacuerdo	57	15,0%
	Completamente de acuerdo	23	6,0%
30 A las empresas de su localidad les interesa la integración y el bienestar de las familias de sus trabajadores y sus comunidades	De acuerdo	188	49,3%
	En desacuerdo	104	27,3%
	Totalmente en desacuerdo	66	17,3%
31 Las empresas fomentan en su comunidad un desarrollo sostenible a largo plazo.	Completamente de acuerdo	25	6,6%
	De acuerdo	195	51,2%
	En desacuerdo	89	23,4%
32 Las empresas socialmente responsables evalúan su impacto en la comunidad de manera periódica.	Totalmente en desacuerdo	72	18,9%
	Completamente de acuerdo	49	12,9%
	De acuerdo	184	48,3%
	En desacuerdo	94	24,7%
	Totalmente en desacuerdo	54	14,2%
	Completamente de acuerdo	42	11,0%
	De acuerdo	195	51,2%
	En desacuerdo	86	22,6%
	Totalmente en desacuerdo	58	15,2%
	Completamente de acuerdo	28	7,3%
	De acuerdo	202	53,0%
	En desacuerdo	86	22,6%
	Totalmente en desacuerdo	65	17,1%

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
33 Las empresas de su localidad interactúan con los pobladores.	Completamente de acuerdo	33	8,7%
	De acuerdo	211	55,4%
	En desacuerdo	80	21,0%
	Totalmente en desacuerdo	57	15,0%
34 Considera que las empresas que exportan son socialmente responsables.	Completamente de acuerdo	17	4,5%
	De acuerdo	240	63,0%
	En desacuerdo	64	16,8%
	Totalmente en desacuerdo	60	15,7%

Pregunta 20: El 53,3% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas de su entorno han influido favorablemente en su vida.

Pregunta 21: Apenas el 41,5% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas de su entorno realizan programas de salud a favor de los pobladores.

Pregunta 22: Apenas el 47,5% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que la comunidad se ha beneficiado de obras que han hecho las empresas.

Pregunta 23: El 50,9% del total de los encuestados, indica sentirse medianamente satisfecho con el trato que le dan las empresas de su entorno.

Pregunta 24: Apenas el 45,7% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas toman en cuenta la opinión de los pobladores.

Pregunta 25: El 57,5% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que siente beneficiado por la labor de las empresas en la comunidad.

Pregunta 26: El 55,4% del total de los encuestados, está de acuerdo que la responsabilidad social también beneficia a las empresas que la imprimen.

Pregunta 27: El 52,0% del total de los encuestados, manifiesta estar de acuerdo que las empresas de su entorno formulan planes y proyectos de RSE.

Pregunta 28: Apenas el 49,3% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas difunden la responsabilidad social entre ellas.

Pregunta 29: El 51,2% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en que la publicidad de las empresas de su localidad promueve valores morales.

Pregunta 30: El 48,3% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas de su localidad les interesa la integración y el bienestar de las familias de sus trabajadores y sus comunidades.

Pregunta 31: El 51,2% del total de los encuestados, está de acuerdo en cuanto que las empresas fomentan en su comunidad un desarrollo sostenible a largo plazo.

Pregunta 32: El 53,0% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas socialmente responsables evalúan su impacto en la comunidad de manera periódica.

Pregunta 33: El 55,4% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas de su localidad interactúan con los pobladores.

Pregunta 34: El 63,0% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas que exportan son socialmente responsables.

Dimensión 3: *Aspectos Medioambientales*. Donde, la mayor parte total de los encuestados está de acuerdo con las acciones que realizan las bananeras con respecto a renovación de recursos, reducción de la contaminación y demás mejoras medioambientales. Tal como se resume en la Tabla 19.

Tabla 19

Resultados descriptivos Aspectos Medioambientales

PREGUNTA	INDICADOR	Total	
		Cant	%
35 Las empresas de su localidad reciclan y promueven el reciclaje.	Completamente de acuerdo	47	12,3%
	De acuerdo	193	50,7%
	En desacuerdo	99	26,0%
	Totalmente en desacuerdo	42	11,0%
36 Los productos y los servicios de las empresas de su comunidad velan por la salud de los consumidores	Completamente de acuerdo	35	9,2%
	De acuerdo	172	45,1%
	En desacuerdo	124	32,5%
	Totalmente en desacuerdo	50	13,1%
37 Las empresas destinan recursos económicos a la implementación de mejoras medioambientales en su comunidad	Completamente de acuerdo	42	11,0%
	De acuerdo	205	53,8%
	En desacuerdo	87	22,8%
	Totalmente en desacuerdo	47	12,3%
38 Las empresas socialmente responsables alientan a la población a salir del subdesarrollo.	Completamente de acuerdo	20	5,2%
	De acuerdo	212	55,6%
	En desacuerdo	102	26,8%
	Totalmente en desacuerdo	47	12,3%
39 Es el gobierno local una organización socialmente responsable.	Completamente de acuerdo	24	6,3%
	De acuerdo	210	55,1%
	En desacuerdo	103	27,0%
	Totalmente en desacuerdo	44	11,5%
40 Las empresas del entorno participan conjuntamente con las autoridades locales en la realización de actividades en beneficio de la comunidad.	Completamente de acuerdo	32	8,4%
	De acuerdo	199	52,2%
	En desacuerdo	101	26,5%
	Totalmente en desacuerdo	49	12,9%
41 Las empresas de su medio cuidan los recursos naturales que usan para la elaboración de sus productos.	Completamente de acuerdo	34	8,9%
	De acuerdo	181	47,5%
	En desacuerdo	113	29,7%
	Totalmente en desacuerdo	53	13,9%
42 Las empresas locales conocen la realidad económica, cultural y social de la población	Completamente de acuerdo	26	6,8%
	De acuerdo	226	59,3%
	En desacuerdo	73	19,2%
	Totalmente en desacuerdo	56	14,7%
43 Cree usted que las empresas llevan a cabo acciones para reducir la contaminación	Completamente de acuerdo	24	6,3%
	De acuerdo	178	46,7%
	En desacuerdo	126	33,1%
	Totalmente en desacuerdo	53	13,9%
44 Las empresas de su medio se preocupan por renovar los recursos naturales que utilizan.	Completamente de acuerdo	37	9,7%
	De acuerdo	177	46,5%
	En desacuerdo	96	25,2%
	Totalmente en desacuerdo	71	18,6%

Pregunta 35: El 50,7% del total de los encuestados, manifiesta estar de acuerdo que las empresas de su localidad reciclan y promueven el reciclaje.

Pregunta 36: El 45,1% del total de los encuestados, está de acuerdo que los productos y servicios de las empresas de su comunidad velan por la salud de los consumidores.

Pregunta 37: El 53,8% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas destinan recursos económicos a la implantación de mejoras medioambientales en la comunidad.

Pregunta 38: El 55,6% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas socialmente responsables alientan a la población a salir del subdesarrollo.

Pregunta 39: El 55,1% del total de los encuestados, manifiesta estar de acuerdo que el gobierno local es una organización socialmente responsable.

Pregunta 40: El 52,2% del total de los encuestados, indican estar de acuerdo en cuanto a sí las empresas del entorno participan conjuntamente con las autoridades locales en la realización de actividades en beneficio de la comunidad.

Pregunta 41: El 47,5% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo en cuanto a sí las empresas de su medio cuidan los recursos naturales que usan para la elaboración de sus productos.

Pregunta 42: El 59,3% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas locales conocen la realidad económica, cultural y social de la población.

Pregunta 43: El 46,7% del total de los encuestados, está de acuerdo que las empresas llevan a cabo acciones para reducir la contaminación.

Pregunta 44: El 46,5% del total de los encuestados, indica estar de acuerdo que las empresas de su medio se preocupan por renovar los recursos naturales que utiliza.

Prueba Chi Cuadrado

Se realizaron Tablas de contingencias con los datos obtenidos de los encuestados, para analizar la distribución de la percepción comunitaria expresada por los encuestados del cantón La Maná y Valencia.

La Prueba Chi cuadrado es “una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 318).

Para el análisis de independencia entre las variables que intervienen en el estudio, se utilizó la prueba Chi cuadrado para determinar cómo se relacionan las Dimensiones de RSE. Es decir, determinar si los datos obtenidos de los encuestados presentan variaciones estadísticamente significativas.

Tabla de contingencia Dimensión 1: Beneficios sociales de RSE a nivel local

Con respecto a la Dimensión 1: *Beneficios sociales de RSE a nivel local*, hace referencia a la orientación de infraestructura y bienestar social, como del bienestar de los trabajadores y la comunidad.

En la Tabla 20, se puede ver que en el cantón La Maná el 81,1% del total de los encuestados tiene una percepción media con respecto al interés que muestran las bananeras por mejorar la calidad de vida de la comunidad, generar fuentes de empleo y en forma general proyectos en bienestar de los trabajadores y la comunidad. Seguido por el 13,12% una percepción baja y apenas el 5,8% alta. Mientras que en Valencia el 78,5% tiene una percepción media, el 12,0% una percepción baja y solo el 9,4% alta.

Tabla 20

Tabla de contingencia de los Beneficios sociales de la RSE por cantón

Cantón	Nivel	Beneficios sociales de RSE a nivel local			Total
		Bajo	Medio	Alto	
La Maná	Recuento	25	154	11	190
	% Cantón	13,2%	81,1%	5,8%	100,0%
	%Beneficios sociales	52,1%	50,7%	37,9%	49,9%
	%del total	6,6%	40,4%	2,9%	49,9%
Valencia	Recuento	23	150	18	191
	% Cantón	12,0%	78,5%	9,4%	100,0%
	%Beneficios sociales	47,9%	49,3%	62,1%	50,1%
	%del total	6,0%	39,4%	4,7%	50,1%
Total		48	304	29	381

Esto implica que la percepción comunitaria del cantón La Maná es más positiva que la del cantón Valencia con respecto a la Dimensión 1: *Beneficios sociales de RSE a nivel local*.

En la investigación se plantea una prueba de hipótesis para determinar si existe independencia entre las variables Cantón y Dimensión 1. La prueba fue validada a través del estadístico chi cuadrado. Tal como muestra a continuación la Tabla 21.

Hipótesis:

H0: La variable cantón y la variable Dimensión 1 son independientes

H1: La variable cantón y la variable Dimensión 1 no son independientes

Tabla 21*Pruebas de chi-cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,823	2	0,402

Como se puede observar, el nivel de significancia (0,402) es mayor que (0,05). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula. Lo que corrobora que la variable cantón y la variable Dimensión 1 son independientes. Es decir, la percepción que tiene la comunidad sobre los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* que ofrecen las bananeras, es independiente del cantón donde viven.

Discusión: Los resultados de la percepción comunitaria sobre los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* del cantón La Maná y Valencia, coinciden con los resultados obtenidos por Arias y otros (2016), quienes investigaron la percepción comunitaria de la RSE en ocho distritos de la ciudad de Arequipa. La mayoría de la población encuestada en los distritos de Arequipa, perciben que las empresas en términos generales se preocupan escasamente por beneficios relacionados con el bienestar de los trabajadores y la comunidad. En ambos estudios esta dimensión se convierte en la dimensión peor valorada por la comunidad.

Por otro lado, los resultados obtenidos son similares al estudio realizado por Guamán, León, & Salvador (2020) en el sector bananero ecuatoriano, desde un enfoque de los stakeholders. Los resultados revelan que el sector bananero muestra poco interés por afianzar vínculos con la comunidad y en forma general con sus stakeholders.

Estudios realizados desde otros enfoques, concluyen que la mayoría de las empresas del sector productivo en Ecuador no poseen una cultura y conciencia ciudadana, llegando a confundir las acciones de RSE con acciones filantrópicas hacia la comunidad. Es decir, no cuenta con una alineación de RSE en

su estructura administrativa (Baldramina, 2016), lo que podría explicar los resultados que se han obtenido y que concuerdan con los obtenidos en el presente estudio.

Tabla de contingencia Dimensión 2: Beneficios individuales de RSE

La Dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*, hacen referencia a los factores internos como externos de la empresa, fomento del desarrollo sostenible a largo plazo y bienestar de los trabajadores.

En la Tabla 22, se puede ver que en el cantón La Maná el 76,3% del total de los encuestados percibe que las bananeras se interesan medianamente por garantizar un desarrollo sostenible y una participación activa con la comunidad y trabajadores. Seguido por el 23,2% que tiene una percepción baja y el 0,5% alta. Mientras que en Valencia el 75,4% tiene una percepción media, el 18,3% baja y el 6,3% alta.

Tabla 22

Tabla de contingencia de los beneficios individuales de la RSE por Cantón

Cantón	Nivel	Beneficios individuales de RSE			Total
		Bajo	Medio	Alto	
La Maná	Recuento	44	145	1	190
	% Cantón	23,2%	76,3%	0,5%	100,0%
	%Beneficios sociales	55,7%	50,2%	7,7%	49,9%
	%del total	11,5%	38,1%	0,3%	49,9%
Valencia	Recuento	35	144	12	191
	% Cantón	18,3%	75,4%	6,3%	100,0%
	%Beneficios sociales	44,3%	49,8%	92,3%	50,1%
	%del total	9,2%	37,8%	3,1%	50,1%
Total		79	289	13	381

Esto implica que la percepción comunitaria del cantón La Maná es más positiva que la del cantón Valencia con respecto a la dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*, aunque con una ligera diferencia.

En la investigación se plantea una prueba de hipótesis para determinar si existe independencia entre las variables Cantón y Dimensión 2. La prueba fue validada a través del estadístico chi cuadrado. Tal como muestra a continuación la Tabla 23.

Hipótesis:

H0: La variable cantón y la variable Dimensión 2 son independientes

H1: La variable cantón y la variable Dimensión 2 no son independientes

Tabla 23

Pruebas de chi-cuadrado Dimensión 2

Pruebas de chi-cuadrado				
		Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado Pearson	de	10,334	2	0,006

Como se puede observar, el nivel de significancia (0,006) es menor que (0,05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Lo que corrobora que la variable cantón y la variable Dimensión 2 no son independientes. Es decir, la percepción de la comunidad sobre *Beneficios individuales de RSE* que ofrecen las bananeras depende del cantón donde residen.

Discusión: Los resultados de la percepción comunitaria sobre los *Beneficios individuales de RSE* del cantón La Maná y Valencia, coinciden con los resultados obtenidos por Arias y otros (2016). La mayoría de la población encuestada en los distritos de Arequipa, perciben que las empresas en términos generales, se preocupan medianamente por beneficios relacionados con el desarrollo sostenible y

bienestar de la comunidad. En ambos estudios esta dimensión es medianamente valorada por la comunidad.

Además, los resultados obtenidos son similares al estudio realizado por Guamán, León, & Salvador (2020) en el sector bananero ecuatoriano, desde un enfoque de los stakeholders. El estudio revela que el sector bananero muestra deficiencia en la proyección estratégica de RSE hacia los stakeholders.

Tabla de contingencia Dimensión 3: Aspectos Medioambientales

La Dimensión 3: *Aspectos Medioambientales*, hacen referencia sobre reciclaje, reducción de la contaminación y renovación de recursos naturales.

En la Tabla 24, se puede ver que en el cantón Valencia el 74,3% del total de los encuestados percibe que las bananeras muestran mediano interés por reducir la contaminación, reciclar, renovar los recursos naturales y en general realizar proyectos de mejora medioambientales. Seguido por el 20,4% que tiene una percepción baja y apenas el 5,2% alta. Mientras que en La Maná el 67,9% tiene una percepción media, el 27,9% baja y el 4,2% alta.

Tabla 24

Tabla de contingencia de Aspectos medio ambientales por Cantón

Cantón	Nivel	Aspectos medio ambientales			Total
		Bajo	Medio	Alto	
La Maná	Recuento	53	129	8	190
	% Cantón	27,9%	67,9%	4,2%	100,0%
	%Beneficios sociales	57,6%	47,6%	44,4%	49,9%
	%del total	13,9%	33,9%	2,1%	49,9%
Valencia	Recuento	39	142	10	191

Cantón	Nivel	Aspectos medio ambientales			Total
		Bajo	Medio	Alto	
	% Cantón	20,4%	74,3%	5,2%	100,0%
	%Beneficios sociales	42,4%	52,4%	55,6%	50,1%
	%del total	10,2%	37,3%	2,6%	50,1%
	Total	92	271	18	381

Esto implica que la percepción comunitaria del cantón Valencia es más positiva que la del cantón La Maná con respecto a la dimensión 3: *Aspectos Medioambientales*.

En la investigación se plantea una prueba de hipótesis para determinar si existe independencia entre las variables Cantón y Dimensión 3. La prueba fue validada a través del estadístico chi cuadrado. Tal como muestra a continuación la Tabla 25.

Hipótesis:

H0: La variable cantón y la variable Dimensión 3 son independientes

H1: La variable cantón y la variable Dimensión 3 no son independientes

Tabla 25

Pruebas de chi-cuadrado Dimensión 3

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,974	2	0,0226

Como se puede observar, el nivel de significancia (0,022) es menor que (0,05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Lo que corrobora que la variable cantón y la variable Dimensión 3 no son independientes. Es decir, la percepción de la comunidad sobre los *Aspectos medio ambientales* que ofrecen las bananeras depende del cantón donde residen.

Discusión: Los resultados de la percepción comunitaria sobre los *Aspectos Medioambientales de la RSE* del cantón La Maná y Valencia, coinciden con los resultados obtenidos por Arias y otros (2016). En ambos estudios esta dimensión es la mejor valorada por la comunidad local. Sin embargo, la mayoría de la población encuestada en los distritos de Arequipa, perciben que en general las empresas se interesan altamente por beneficios enfocados al cuidado medioambiental, reciclaje y renovación de recursos. Mientras que en el presente estudio se mantiene una percepción media respecto de esta dimensión.

Por otro lado, los resultados obtenidos de esta tesis concuerdan con los obtenidos por Guamán, León, & Salvador (2020) quienes investigaron la RSE desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo. Estos autores concluyen que, en forma general empresas presentan deficiencias en temas medioambientales, no cuenta con instrumentos para minimizar el impacto ambiental, no se preocupan por implementar acciones ambientales y finalmente no cuentan con presupuesto para desarrollar planes en mejora del medioambiente.

Como resultado de la prueba Chi cuadrado de Pearson, se tiene que algunos valores del nivel de significancia son inferiores a 0,05 donde existe una diferencia significativa por cantones. A continuación, se presentan las Tablas con los datos proporcionados por la población encuestada.

La Tabla 26, presenta los datos correspondientes a la Dimensión 1: *Beneficios sociales a nivel local*. Donde, las preguntas resaltadas de color rojo representan las diferencias significativas de la percepción obtenida entre el cantón La Maná y Valencia. En este sentido las preguntas con mayor significancia son P4 y P19, las mismas que servirán de base para la propuesta de acciones de RSE que podrían implementar las bananeras para mejorar la percepción de la comunidad local.

Tabla 26

Prueba Chi cuadrado de Pearson de los Beneficios sociales de RSE a nivel local

Dimensión 1: Beneficios Sociales de RSE a nivel local			
Ítem	Pregunta	P =	Decisión
P1	Usted consumiría bienes y servicios de empresas socialmente responsables con su comunidad.	0,413	La variable P1 y la variable Cantón son independientes
P2	Usted reclamaría sus derechos ante las empresas que atenten contra el bienestar de su comunidad	0,130	La variable P2 y la variable Cantón son independientes
P3	Las empresas de su entorno generan trabajo para las personas de su comunidad.	0,243	La variable P3 y la variable Cantón son independientes
P4	Considera que una empresa exitosa es una empresa socialmente responsable.	0,036	La variable P4 y la variable Cantón no son independientes
P5	Cree usted que una empresa socialmente responsable es confiable.	0,054	La variable P5 y la variable Cantón son independientes
P6	Los proyectos de responsabilidad que se desarrollan en su comunidad se ajustan a sus necesidades.	0,262	La variable P6 y la variable Cantón son independientes
P7	Una empresa socialmente responsable mejora la infraestructura de su localidad.	0,761	La variable P7 y la variable Cantón son independientes
P8	Las empresas socialmente responsables son ejemplo para otras empresas	0,092	La variable P8 y la variable Cantón son independientes
P9	Una empresa socialmente responsable se preocupa por el bienestar de sus trabajadores	0,526	La variable P9 y la variable Cantón son independientes
P10	Considera que los productos de las empresas socialmente responsables son más valiosos.	0,062	La variable P10 y la variable Cantón son independientes
P11	Las empresas socialmente responsables contribuyen a la modernización de su ciudad	0,530	La variable P11 y la variable Cantón son independientes

Dimensión 1: Beneficios Sociales de RSE a nivel local			
Ítem	Pregunta	P =	Decisión
P12	Una empresa socialmente responsable influye en las decisiones de compra del consumidor.	0,494	La variable P12 y la variable Cantón son independientes
P13	Las ganancias de las empresas de su localidad deben distribuirse equitativamente entre la población	0,103	La variable P13 y la variable Cantón son independientes
P14	Las empresas socialmente responsables son empresas formales.	0,120	La variable P14 y la variable Cantón son independientes
P15	Las empresas más importantes en su comunidad son las socialmente responsables.	0,162	La variable P15 y la variable Cantón son independientes
P16	Cree usted que si hubiera más empresas responsables mejoraría la calidad de vida de su comunidad.	0,112	La variable P16 y la variable Cantón son independientes
P17	Considera que la responsabilidad social de las empresas es utilizada para crear una buena imagen y recibir apoyo.	0,812	La variable P17 y la variable Cantón son independientes
P18	La responsabilidad social es una obligación que las empresas de su localidad deben cumplir.	0,461	La variable P18 y la variable Cantón son independientes
P19	Las empresas socialmente responsables de su entorno son más competitivas.	0,005	La variable P19 y la variable Cantón no son independientes

Pregunta 4: la percepción de la comunidad en cuanto a sí una empresa exitosa es una empresa socialmente responsable, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En La Maná el 37,9% del total de la población está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón Valencia un 52,40%.

Pregunta 19: la percepción de la comunidad en cuanto a sí una empresa socialmente responsable es más competitiva, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 52,9% del total de la población está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en La Maná apenas un 35,8%.

A continuación, La Tabla 27 muestra los datos de la Dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*. Donde, las preguntas resaltadas de color rojo representan las diferencias significativas de la percepción obtenida entre el cantón La Maná y Valencia. En este sentido las preguntas con mayor significancia son P21, P22 y P24, las mismas que servirán de base para la propuesta de acciones de RSE que podrían implementar las bananeras para mejorar la percepción de la comunidad local.

Tabla 27

Prueba Chi cuadrado de Pearson de los Beneficios sociales de RSE a nivel local

Dimensión 2: Beneficios Individuales de RSE			
Ítem	Pregunta	p =	Decisión
P20	Considera que las empresas de su entorno han influido favorablemente en su vida.	0,672	La variable P20 y la variable Cantón son independientes
P21	Las empresas de su entorno realizan programas de salud a favor de los pobladores.	0,027	La variable P21 y la variable Cantón no son independientes
P22	Su comunidad se ha beneficiado de las obras que han hecho las empresas.	0,005	La variable P22 y la variable Cantón no son independientes
P23	Se siente satisfecho con el trato que le dan las empresas de su entorno.	0,133	La variable P23 y la variable Cantón son independientes
P24	Las empresas toman en cuenta la opinión de los pobladores.	0,030	La variable P24 y la variable Cantón no son independientes
P25	De forma general se siente beneficiado por la labor de las empresas en la comunidad.	0,282	La variable P25 y la variable Cantón son independientes
P26	La responsabilidad social también beneficia a las empresas que la implementan.	0,468	La variable P26 y la variable Cantón son independientes
P27	Las empresas de su entorno formulan planes y proyectos de responsabilidad social.	0,091	La variable P27 y la variable Cantón son independientes
P28	Las empresas difunden la responsabilidad social entre ellas.	0,636	La variable P28 y la variable Cantón son independientes
P29	La publicidad de las empresas de su localidad promueve valores morales.	0,726	La variable P29 y la variable Cantón son independientes

Dimensión 2: Beneficios Individuales de RSE

Ítem	Pregunta	p =	Decisión
P30	A las empresas de su localidad les interesa la integración y el bienestar de las familias de sus trabajadores y sus comunidades.	0,364	La variable P30 y la variable Cantón son independientes
P31	Las empresas fomentan en su comunidad un desarrollo sostenible a largo plazo.	0,290	La variable P31 y la variable Cantón son independientes
P32	Las empresas socialmente responsables evalúan su impacto en la comunidad de manera periódica.	0,060	La variable P32 y la variable Cantón son independientes
P33	Las empresas de su localidad interactúan con los pobladores.	0,217	La variable P33 y la variable Cantón son independientes
P34	Considera que las empresas que exportan son socialmente responsables.	0,475	La variable P34 y la variable Cantón son independientes

Pregunta 21: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas de su entorno realizan programas de salud a favor de los pobladores, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 47,6% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 35,3%.

Pregunta 22: la percepción comunitaria en cuanto a sí su comunidad se ha beneficiado de las obras que han hecho las empresas, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 55,0% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 40,0%.

Pregunta 24: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas toman en cuenta la opinión de los pobladores, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 50,3% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná solo un 41,1%.

Finalmente, la Tabla 28 muestra los datos de la Dimensión 3: *Aspectos medio ambientales*. Donde, las preguntas resaltadas de color rojo representan las diferencias significativas de la percepción obtenida entre el cantón La Maná y Valencia. En este sentido las preguntas con mayor significancia son

P36, P37, P38, P39, P41, P43 y P44, las mismas que servirán de base para la propuesta de acciones de RSE que podrían implementar las bananeras para mejorar la percepción de la comunidad local.

Tabla 28

Prueba Chi cuadrado de Pearson de los aspectos medio ambientales

Aspectos Medio Ambientales			
Ítem	Pregunta	p =	Decisión
P35	Las empresas de su localidad reciclan y promueven el reciclaje.	0,087	La variable P20 y la variable Cantón son independientes
P36	Los productos y los servicios de las empresas de su comunidad velan por la salud de los consumidores.	0,037	La variable P20 y la variable Cantón no son independientes
P37	Las empresas destinan recursos económicos a la implementación de mejoras medioambientales en su comunidad	0,008	La variable P20 y la variable Cantón no son independientes
P38	Las empresas socialmente responsables alientan a la población a salir del subdesarrollo.	0,010	La variable P20 y la variable Cantón no son independientes
P39	Es el gobierno local una organización socialmente responsable.	0,026	La variable P20 y la variable Cantón no son independientes
P40	Las empresas del entorno participan conjuntamente con las autoridades locales en la realización de actividades en beneficio de la comunidad.	0,169	La variable P20 y la variable Cantón son independientes
P41	Las empresas de su medio cuidan los recursos naturales que usan para la elaboración de sus productos.	0,004	La variable P20 y la variable Cantón no son independientes
P42	Las empresas locales conocen la realidad económica, cultural y social de la población.	0,472	La variable P20 y la variable Cantón son independientes
P43	Cree usted que las empresas llevan a cabo acciones para reducir la contaminación.	0,007	La variable P20 y la variable Cantón son independientes
P44	Las empresas de su medio se preocupan por renovar los recursos naturales que utilizan.	0,012	La variable P20 y la variable Cantón son independientes

Pregunta 36: la percepción comunitaria en cuanto a sí los productos y los servicios de las empresas de su comunidad velan por la salud de los consumidores, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 49,7% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 40,5%.

Pregunta 37: la percepción de la comunidad en cuanto a sí las empresas destinan recursos económicos a la implementación de mejoras medioambientales en su comunidad, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 61,3% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 46,3%.

Pregunta 38: la percepción comunitaria en cuanto a sí el gobierno local es una organización socialmente responsable, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 61,8% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 49,5%.

Pregunta 39: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas destinan recursos económicos a la implementación de mejoras medioambientales en su comunidad, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 61,8% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 48,4%.

Pregunta 41: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas de su medio cuidan los recursos naturales que usan para la elaboración de sus productos, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 54,5% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 40,5%.

Pregunta 43: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas llevan a cabo acciones para reducir la contaminación, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 54,5% de los

encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 40,5% está en desacuerdo.

Pregunta 44: la percepción comunitaria en cuanto a sí las empresas de su medio se preocupan por renovar los recursos naturales que utilizan, difiere en los cantones La Maná y Valencia. En Valencia el 53,9% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que en el cantón La Maná un 38,9%.

Análisis Inferencial

La estadística inferencial “sirve para efectuar generalizaciones, extraer inferencias acerca de la población bajo estudio. Se utiliza para probar hipótesis y estimar parámetros. Se basa en el concepto de distribución muestral” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 328).

Cálculo de Percentiles

Para interpretar la distribución de los datos y evaluar la percepción comunitaria obtenida de los encuestados, la investigación plantea tres niveles de percepción que son alto, medio y bajo. Estos niveles significan el grado de apreciación que tiene la comunidad con respecto a las acciones de RSE implementadas por las grandes bananeras de su cantón.

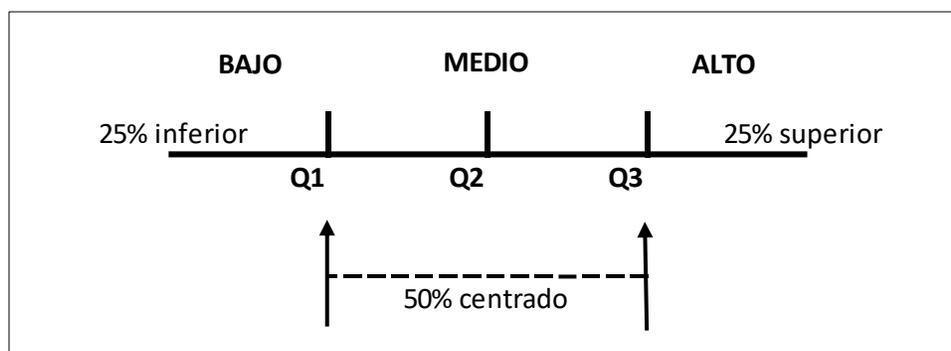
En un primero momento, se calculan percentiles ya que son medidas comúnmente utilizadas para ubicar o clasificar variables de acuerdo a una medida única de dispersión. Los percentiles dividen a la distribución de datos en 100 partes, para después situarlos por encima o debajo de cierto rango establecido (Salinas & Cárdenas, 2009).

La ventaja de utilizar los percentiles como medida de normalización consiste en que es más fácil su comprensión de modo intuitivo y que pueden interpretarse de forma directa, independientemente de la distribución (Salinas & Cárdenas, 2009, pág. 178).

En segundo momento, para determinar los niveles de percepción bajo, medio y alto, se utiliza la división de cuartiles para determinar la medida única de dispersión de cada dimensión de RSE plateada en el estudio. La Figura 13 presenta la distribución de las medidas para cada nivel de percepción.

Figura 13

Medida única de dispersión



Así tenemos los cuartiles que para el estudio se interpretan como niveles de percepción, donde, en términos generales los valores por debajo del Pc25 y por encima del Pc75 indican la presencia de un nivel bajo y alto en cada dimensión evaluada respectivamente. El Pc50 es la media de los percentiles y los valores que se ubican entre Pc26 y Pc 74 indican presencia de un nivel medio.

En la presente investigación se obtuvieron percentiles para cada dimensión de RSE, cuyos puntajes se aprecian en la Tabla 29.

Tabla 29

Percentiles

		Beneficios sociales de RSE a nivel local	Beneficios Individuales de RSE	Aspectos medioambientales
N	Válido	381	381	381
	Perdidos	0,000	0,000	0,000
Media		46,420	38,449	25,467
Desv. Desviación		9,552	7,199	4,791
Varianza		91,244	51,832	22,950
Mínimo		19,00	15,00	10,00
Máximo		70,00	56,00	36,00
Percentiles	10	34,00	30,00	20,00
	20	40,00	34,00	22,00
	25	43,00	35,00	22,00
	30	44,00	36,00	24,00
	40	45,00	37,00	25,00
	50	47,00	39,00	26,00
	60	49,00	41,00	28,00
	70	51,00	43,00	29,00
	75	53,00	44,00	30,00
	80	57,00	45,00	33,00
	90	57,00	45,00	34,00
	100	70,00	56,00	36,00

Finalmente, los datos normativos que fueron obtenidos a partir de los percentiles son:

En la Dimensión 1: *Beneficios de la responsabilidad social empresarial a nivel local*, valores inferiores a 43 indicarían un nivel bajo de percepción, superiores a 53 un nivel alto y valores entre 44 a 52 un nivel medio.

En la Dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*, valores inferiores a 25 indicarían un nivel bajo de percepción, superiores a 44 un nivel alto y valores entre 36 a 43 un nivel medio.

En la Dimensión 3: *Aspectos medioambientales*, valores inferiores a 22 indicarían un nivel bajo de percepción, superiores a 30 un nivel alto y valores entre 23 a 29 un nivel medio.

Intervalos de Confianza

Se calcularon intervalos de confianza para determinar un posible rango donde se ubica el valor proporcional en función a las respuestas de los encuestados.

Siguiendo a Ruiz (2016) los intervalos de confianza son un recorrido de valores, tomados de una muestra poblacional, que indican que el valor poblacional se encuentra en un determinado rango de valores con un 95% de confianza.

En la Tabla 30 se puede observar en la Dimensión 1: *Beneficios de la responsabilidad social empresarial a nivel local*, el intervalo de confianza con límite inferior 45,46 y límite superior 47,38; un nivel de confianza de 95% para la media; y, una media de 46,42. Esto indica que la mayor concentración de datos se encuentra entre los límites señalados para este intervalo.

De la misma forma, en la Dimensión 2: *Beneficios individuales de RSE*, el intervalo de confianza con límite inferior 37,72 y límite superior 39,17; un nivel de confianza de 95% para la media; y, una media de 38,45. La mayor concentración de datos se encuentra entre los límites señalados para este intervalo.

Finalmente, en la Dimensión 3: *Aspectos medioambientales*, el intervalo de confianza con límite inferior 24,98 y el límite superior 25,95; un nivel de confianza de 95% para la media; y, una media de 25,47. Esto indica que la mayor concentración de datos esta entre estos límites. En efecto, la mayor concentración de datos se ubica entre los limites señalados para este intervalo.

Tabla 30*Intervalos de Confianza*

			Estadístico
	Media		46,42
Beneficios sociales de RSE a nivel local	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	45,46
		Límite superior	47,38
	Media		38,45
Beneficios Individuales de RSE	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	37,72
		Límite superior	39,17
	Media		25,47
Aspectos medioambientales de RSE	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	24,98
		Límite superior	25,95

Prueba de normalidad

En la investigación se utiliza la prueba de normalidad con la finalidad de determinar la distribución de los datos y, por tanto, qué pruebas (paramétricas o no) podemos llevar a cabo en el contraste estadístico (Romero, 2016).

Partiendo del contexto anterior, en la investigación se aplicó la prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov que de acuerdo con Romero (2016) “Se emplea para variables cuantitativas continuas y cuando el tamaño muestral es mayor de 50” (pág. 105).

En la Tabla 31 se puede interpretar que los valores del nivel de significación (Sig) son inferiores a 0,05, por tanto, las muestras NO provienen de poblaciones con distribución normal. Entonces, para la correlación de grupos se utiliza pruebas no paramétricas: Rho de Spearman.

Tabla 31*Prueba de Normalidad*

	Pruebas De Normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Beneficios sociales de RSE a nivel local	0,116	381	0,000	0,973	381	0,000
Beneficios individuales de RSE	0,077	381	0,000	0,985	381	0,001
Aspectos medio ambientales	0,095	381	0,000	0,984	381	0,000

Correlación Rho de Spearman

Para conocer cuál es la relación entre las dimensiones *Beneficios sociales a nivel local*, *Beneficios individuales de RSE* y *Aspectos medioambientales*, se utilizó la correlación Rho de Spearman. Este tipo de medida tiene como finalidad “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 93).

La medida de correlación oscila entre -1 y 1. El signo positivo representa una relación lineal directa y el negativo una relación inversa. Si el valor se aproxima a la unidad, se ratifica que existe alta relación. Y por el otro, si es cero no se puede comprobar que exista independencia entre variables.

En la Tabla 32, se presenta la escala de interpretación para el coeficiente de correlación que se utilizó en la investigación.

Tabla 32*Escala de interpretación de correlación*

Tamaño de la Correlación	Interpretación
.90 a 1.00 (-.90 a - 1.00)	Correlación bien alta positiva (negativa)
.70 a .90 (-.70 a -.90)	Correlación alta positiva (negativa)
.50 a .70 (-.50 a -.70)	Correlación moderada positiva (negativa)
.30 a .50 (-.30 a -.50)	Correlación baja positiva (negativa)
.00 a .30 (.00 a -.30)	Si existe correlación, es pequeña

Nota: Elaboración propia a partir de Hinkle, Wiersma & Jurs, 2003.

Los resultados del cálculo del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones de RSE, se muestran a continuación en la Tabla 33.

Tabla 33*Correlaciones no paramétricas entre dimensiones*

	Dimensiones	Beneficios sociales	Beneficios individuales	Aspectos medio ambientales
Beneficios sociales de RSE a nivel local	Coeficiente de correlación	1	0,434	0,314
	Sig. (bilateral)	.	0,000	0,000
Beneficios individuales de RSE	Coeficiente de correlación	0,434	1	0,702
	Sig. (bilateral)	0,000	.	0,000
Aspectos medio ambientales	Coeficiente de correlación	0,314	0,702	1
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	.
	N	381	381	381

*Todos los valores son significativos al $p < 0.05$

Se muestra que, coeficiente de Spearman es 0,434; de acuerdo con la escala de interpretación, los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* se relacionan de manera baja-positiva con los *Beneficios individuales de RSE*. Mientras que, el coeficiente 0,314 indica que la relación es baja-positiva entre los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* y los *Aspectos medio ambientales*. Por otro lado, el coeficiente 0,702 indica relación alta-positiva entre los *Beneficios individuales de RSE* y los *Aspectos medio ambientales*, convirtiéndose en la combinación con mayor asociación.

Esto concluye que, los cambios de una dimensión pueden afectar fuertemente a la situación de otra. Es decir, la población encuestada percibe que la RSE de las grandes bananeras tienen más impacto sobre los aspectos medioambientales que en la comunidad.

Además, es importante realizar un análisis particular para determinar la relación lineal entre dimensiones de RSE. Para ello, se plantean las siguientes hipótesis.

H0: Los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* se relacionan con los *Beneficios individuales de RSE*.

H1: Los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* no se relacionan con los *Beneficios individuales de RSE*.

Además, como se puede observar todas las correlaciones son significativas con p-valor que tiende a cero. Por lo tanto, el riesgo de rechazar H0 es bajo, es decir se confirma estadísticamente que existe relación significativa entre las dimensiones: *Beneficios sociales de RSE a nivel local* y *Beneficios individuales*.

H0: Los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* se relacionan con los *Aspectos medioambientales*.

H1: Los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* no se relacionan con los *Aspectos medio ambientales*.

Las correlaciones son significativas con p-valor que tiende a cero. Por lo tanto, el riesgo de rechazar H_0 es bajo, es decir se confirma estadísticamente que existe relación significativa entre las dimensiones: *Beneficios sociales de RSE a nivel local* y *Aspectos medioambientales*.

H0: Los *Beneficios individuales de RSE* se relacionan con los *Aspectos medioambientales*.

H1: Los *Beneficios individuales de RSE* no se relacionan con los *Aspectos medioambientales*.

Las correlaciones son significativas con p-valor que tiende a cero. Por lo tanto, el riesgo de rechazar H_0 es bajo, es decir se confirma estadísticamente que existe relación significativa entre las dimensiones: *Beneficios individuales de RSE* y *Aspectos medioambientales*.

Análisis Factorial

El análisis factorial es una técnica multivariada que permite reducir un conjunto numeroso de variables para encontrar ciertas variables que correlacionan entre sí. Siguiendo a Morales (2013) la finalidad del análisis de Factores Comunes es “simplificar la información que nos da una matriz de correlaciones para hacerla más fácilmente interpretable” (pág. 3).

En primera instancia, es necesario realizar la prueba KMO y Bartlett para conocer la validez de aplicar el análisis factorial en la investigación. Para, De la Fuente (2011) la prueba KMO “contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son suficientemente pequeñas” (pág. 11). La prueba varía entre 0 y 1 donde, los valores menores a 0,5 indican que el análisis factorial no debe aplicarse. Mientras que, los valores mayores a 0,5 tiene una aceptación de correlación admisible.

La prueba de Bartlett permite descartar que la matriz de correlación se asemeja a una matriz de identidad, es decir comprobar que no existen correlaciones significativas entre variables (De la Fuente , 2011). Bajo esta presunción, la prueba plantea hipótesis que son aceptadas o rechazadas de acuerdo al nivel de significancia (0. 05).

H0: No existe correlación entre variables

H1: Existe al menos una correlación entre variables

En la Tabla 34 se presentan los resultados obtenidos para las pruebas de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Tabla 34

Prueba de KMO y Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,868
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	9133,146
	Gl	946
	Sig.	0,000

En el caso del presente estudio el valor es de 0,868, siendo más cercano a 1 con un buen nivel de fiabilidad. Por ende, los datos son adecuados para un análisis factorial, puesto que, las correlaciones entre variables pueden ser explicadas por otras a medida que su valor se acerca a 1.

El KMO examina el coeficiente de correlación entre variables, donde:

- $KMO > 0,6$, Correlación fuerte entre las variables.
- $KMO < 0,6$ Correlación débil entre las variables.

Por lo tanto, la correlación entre las dimensiones de RSE es fuerte.

La prueba Bartlett en el estudio dio como resultado $p < 0,05$, esto indica que la matriz de correlaciones no es similar a la matriz identidad.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción				Sumas de cargas al cuadrado de la rotación			
	Total	de % varianza	% acumulado	Total	de % varianza	% acumulado	Total	de % varianza	% acumulado		
13	,847	1,925	71,086								
14	,836	1,901	72,987								
15	,791	1,799	74,786								
16	,744	1,690	76,476								
17	,718	1,631	78,107								
18	,645	1,465	79,572								
19	,631	1,433	81,006								
20	,618	1,405	82,411								
21	,560	1,272	83,682								
22	,541	1,230	84,912								
23	,511	1,161	86,073								
24	,499	1,135	87,208								
25	,473	1,074	88,283								
26	,438	,995	89,278								
27	,416	,946	90,223								
28	,407	,926	91,149								
29	,377	,857	92,006								
30	,366	,831	92,837								
31	,326	,740	93,577								
32	,306	,695	94,273								

Componente	Autovalores iniciales				Sumas de cargas al cuadrado de la extracción					Sumas de cargas al cuadrado de la rotación				
	Total	de %	varianza	acumulado %	Total	de %	varianza	%	acumulado	Total	de %	varianza	%	acumulado
	33	,288	,654		94,927									
34	,272	,619		95,545										
35	,264	,601		96,146										
36	,250	,569		96,715										
37	,223	,507		97,222										
38	,212	,482		97,704										
39	,197	,448		98,152										
40	,191	,434		98,586										
41	,175	,397		98,983										
42	,160	,363		99,346										
43	,150	,341		99,687										
44	,138	,313		100,00										

Por otro lado, para poder interpretar cada dimensión es importante realizar la fase de rotación de los factores. Siguiendo a Morales (2013) “las rotaciones son transformaciones lineales que facilitan la interpretación sin alterar la proporción de varianza explicada por los factores” (pág. 12).

Bajo este criterio, la investigación tiende al tipo de rotación ortogonal ya que produce factores no relaciones y además la estructura de este tipo es más simple y fácil de interpretar. Seguidamente, el método utilizado es Varimax ya que optimiza los factores maximizando la suma al cuadrado de las cargas factoriales dentro de cada factor (De la Fuente , 2011).

Finalmente, como muestra la Tabla 36 se obtiene un número más reducido de ítems donde las preguntas se asocian de forma diferente a lo que está en el estudio. Por ejemplo, la pregunta P2 que estaban en el factor 1, ahora se ubica en el factor 9.

Tabla 36

Factores obtenidos tras rotación

	Matriz de componente rotado										
	Componente										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
P43	0,705										
P44	0,702										
P42	0,697										
P41	0,657										
P36	0,614		0,400								
P37	0,609										
P38	0,608										
P35	0,606										
P39	0,589										
P40	0,524										
P31	0,430										
P4		0,785									
P5		0,750									
P8		0,726									
P7		0,634									
P12		0,496									
P3		0,492									
P9		0,466									
P11		0,456		0,408							
P6		0,443									
P24			0,735								
P21			0,680								
P22			0,629								
P25			0,618		0,409						
P23			0,446								
P16				0,755							
P18				0,664							
P17				0,642							
P14				0,520							

Matriz de componente rotado											
	Componente										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
P13				0,476				0,461			
P28					0,673						
P27					0,632						
P26					0,613						
P29					0,486						
P34						0,696					
P32						0,696					
P30						0,507					
P33						0,472					
P20							0,769				
P19								0,746			
P2									0,817		
P1									0,567		
P10		0,429								0,676	
P15											0,727

Las grandes bananeras de los cantones La Maná y Valencia deberán dar atención a los componentes del Factor 1 denominado: Prácticas medioambientales, como parte de su RSE. Enfatizando en su gestión acciones tendientes a la reducción de la contaminación, remediación ambiental, renovación de recursos naturales, impulso del reciclaje y la asignación de recursos económicos para implementar mejoras medioambientales en la comunidad.

Además, la información explicada en el Factor 1 se complementa con acciones relacionadas al fomento de un desarrollo sostenible a largo plazo y la participación responsable del gobierno local con actividades en beneficio de la comunidad.

La estructura del Factor 2 denominado Prácticas laborales se puede interpretar como sigue. Está asociado con el bienestar de los trabajadores y comunidad a través de acciones para el mejoramiento de infraestructura, generación de fuentes de empleo, proyectos ajustados a las necesidades locales y la contribución a la modernización de la ciudad.

El Factor 3, denominado Participación con la Comunidad hace referencia a factores internos como externos, así como también la salud de los consumidores. Explica la prioridad que deben tener las grandes bananeras en tomar en cuenta la opinión de la comunidad, seguido por realizar programas de salud a favor de los pobladores y en forma general evaluar la satisfacción de la comunidad por el trato recibido.

La información explicada en el tercer factor Participación con la Comunidad, se complementa con el Factor 4, 8, 9, 10 y 11, de la siguiente manera. Se asocian con el mejoramiento de calidad de vida de la comunidad, protección de los derechos humanos y distribución equitativa de ganancias para obras de RSE.

Por otro lado, el Factor 4 denominado RSE por Convicción explica la percepción que tiene la comunidad en cuanto a si la RSE es utilizada por las bananeras para crear una buena imagen, recibir apoyo o simplemente debe ser aplicada por obligación.

La publicidad de las bananeras debe promover valores morales, es una de las características que se explica en el Factor 5 denominado Difusión. Este hace referencia a priorizar la difusión de RSE entre empresas, al igual que formular planes y proyectos de RSE, de esta forma se caracteriza que la responsabilidad social también beneficia a las empresas que la implementan.

El Factor 6 denominado Impacto, hace referencia a la evaluación del impacto en la comunidad de manera periódica, participación activa y desarrollo de la comunidad y la integración con las familias de los trabajadores. Además, para complementar la explicación se asocia con el Factor 7 en cuanto a reconocer si las bananeras han influido favorablemente en la vida de la población.

En síntesis, el resultado del análisis factorial revela que para la comunidad de los cantones La Maná y Valencia son más importantes los *Aspectos medio ambientales*, seguido de los *Beneficios Sociales*

de RSE a nivel local y por último los *Beneficios Individuales de RSE*. Bajo este análisis, se determinan las dimensiones de RSE que son mayormente valoradas por la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia que fue propuesto como objetivo específico en la investigación.

Capítulo IV

Conclusiones

Se planteó como objetivo general en la tesis, analizar la percepción comunitaria frente a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná, Provincia de Cotopaxi; y Valencia, Provincia de Los Ríos. La investigación se enmarca dentro de la Teorías Integradora y Ética, que están orientadas hacia acciones de desarrollo sostenible, de respeto a los derechos humanos y al medioambiente, en respuesta a la interacción con los diferentes grupos de interés. En este caso en particular se consideró a las comunidades locales.

La población encuestada de los cantones La Maná y Valencia, perciben que las acciones de RSE sobre los aspectos medioambientales, tienen mayor importancia que las que aquellas que generan beneficios en la colectividad. En forma general la apreciación que tiene la población encuestada respecto a las acciones de RSE implementadas por las grandes bananeras es media.

La presente tesis constituye una aportación a la aplicación de RSE en las bananeras, cuya actividad generan un impacto medioambiental y social. Donde estas puedan tomar en consideración algunas recomendaciones desde la perspectiva de la comunidad local, para contribuir al desarrollo sostenible, respeto a los derechos humanos y al medioambiente desde sus acciones de RSE.

Objetivo específico 1: Relevar qué acciones sociales han implementado en la comunidad local las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia.

Para cumplir con este objetivo se aplicó un cuestionario a través de entrevista semiestructurada, a los representantes de las grandes bananeras de los cantones La Maná y Valencia, ponen en evidencia su preocupación prioritaria por acciones de RSE encaminadas a generar fuentes de trabajo. Sin embargo, también hacen esfuerzos por tomar en cuenta programas de integración con la comunidad, reciclaje de materiales y el uso adecuado de un sistema de trazabilidad al empacar el banano. Por otro lado, se concluye que en los dos cantones ninguna de las bananeras destina presupuesto en obras para el cuidado medio ambiental, no evalúan el impacto económico, cultural y social de la comunidad, y no realizan programas de salud dirigidos a la comunidad.

El estudio pone en evidencia que, la mayor parte de las Pymes del sector bananero están constituidas bajo una estructura familiar y no cuenta con un plan estratégico definido y documentado. Así como también, la falta de conocimientos en temas relacionados a la RSE.

Objetivo específico 2: Determinar las dimensiones de RSE que son mayormente valoradas por la comunidad local de los cantones La Maná y Valencia.

Con el fin de cumplir este objetivo se aplicó un instrumento que valora la percepción comunitaria de la RSE a través de tres dimensiones: *Beneficios sociales de RSE a nivel local*, *Beneficios individuales de RSE* y *Aspectos medioambientales de RSE*.

Los resultados revelan que los *Aspectos medioambientales* son mejor percibidos por la comunidad de los cantones La Maná y Valencia, seguido de los *Beneficios sociales de RSE a nivel local* y en último lugar los *Beneficios individuales de RSE*. Lo cual fue comprobado a través del análisis factorial.

El orden de prioridad de los componentes que configuran la dimensión *Aspectos medioambientales*, según la comunidad es: renovación de recursos naturales, reducción de la contaminación, evaluar la realidad económica, cultural y social de la población, renovación de recursos

naturales, trabajar conjuntamente con autoridades locales, alianzas con el gobierno en busca de beneficios con la comunidad, mejor el desarrollo sostenible, asignación de recursos económicos para implementar mejoras medioambientales en la comunidad, remediación ambiental, impulso del reciclaje.

Para la dimensión *Beneficios sociales de RSE nivel local*, los componentes se priorizan en el siguiente orden: encaminar hacia una RSE, crear credibilidad ante la comunidad, ser responsables para dar ejemplos a otras empresas, mejorar la infraestructura de su localidad, actuar responsablemente ante los consumidores, generar trabajo para las personas de su comunidad, preocuparse por el bienestar de sus trabajadores, contribuir a la modernización de su ciudad, realizar proyectos en beneficios a la comunidad de acuerdo a sus necesidades.

Los componentes de la dimensión *Beneficios individuales de RSE*, fueron priorizados en este orden: tomar en cuenta la opinión de los pobladores, realizar programas de salud a favor de los pobladores, realizar obras en beneficio a la comunidad local, realizar labor social a la comunidad, brindar un buen servicio en la comunidad local.

Estos resultados coinciden con los obtenidos de las entrevistas realizadas a las Pymes bananeras quienes manifestaron que no destinan presupuesto en obras para el cuidado medioambiental, no realizan programas de salud dirigidos a la comunidad, programas de integración comunitaria y tampoco evalúan el impacto de las acciones de RSE aplicadas.

Aun cuando en los dos cantones la dimensión de RSE *Aspectos medioambientales* es la más valorada, se evidencia que la percepción de la comunidad sobre esta dimensión, es mayor en el cantón Valencia que en La Maná. Las otras dos dimensiones de RSE son igualmente valoradas en los dos cantones.

Complementariamente se analizó si la percepción comunitaria sobre las dimensiones de RSE dependen del cantón de residencia. Resultados que fueron utilizados para generar la propuesta de plan de acción para las empresas bananeras de los cantones La Maná y Valencia.

La percepción comunitaria en los cantones La Maná y Valencia, es la misma respecto a los *beneficios sociales de RSE a nivel local* implementadas por las Pymes del sector bananero. Lo cual fue comprobado a través del cálculo de chi-cuadrado, indicador que nos permite concluir la independencia entre estas dos variables, percepción comunitaria y cantón de residencia de los encuestados. Lo contrario ocurre con los *Beneficios Individuales* y *Aspectos Medioambientales*, la percepción difiere según el cantón en donde residen.

A través del análisis expuesto se determina que:

- Los *Beneficios sociales de la RSE a nivel local* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son medianamente valorados por la comunidad local.
- Los *Beneficios individuales de la RSE* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son medianamente valorados por la comunidad local.
- Los *Aspectos medio ambientales* implementados por las Pymes del sector bananero de los cantones La Maná y Valencia son medianamente valorados por la comunidad local.

Lo anterior indica que ninguna de las tres hipótesis planteadas en esta investigación se demostraron. Puesto que, las hipótesis establecían que las tres dimensiones de RSE son mayormente valoradas por la comunidad.

Objetivo específico 3: Proponer un plan de acción de RSE para fortalecer las relaciones entre las bananeras y la comunidad de los cantones La Maná y Valencia.

La RSE reúne una serie de compromisos y deberes traducidos en acciones implementadas por las empresas para, entre otros aspectos, fortalecer las relaciones con la comunidad. Acciones encaminadas a contribuir con la mejora en la calidad de vida de las poblaciones que se encuentran en su área de influencia. A través del análisis factorial se priorizaron y reagruparon las variables relacionadas con las dimensiones de RSE, a partir de las cuales se organizó la propuesta de plan de acción para las empresas bananeras.

Como resultado, se definen los siguientes factores que sustentan la propuesta de plan de acción desarrollado en el Capítulo V de este trabajo:

Factor 1: *Prácticas medioambientales*, que enfatizan las acciones tendientes a la reducción de la contaminación, remediación ambiental, renovación de recursos naturales, impulso del reciclaje y la asignación de recursos económicos para implementar mejoras medioambientales de impacto en la comunidad. Además, este factor se complementa con acciones relacionadas al fomento de un desarrollo sostenible a largo plazo y la participación responsable del gobierno local con actividades en beneficio de la comunidad.

Factor 2: *Prácticas laborales*, asociadas con el bienestar de los trabajadores y comunidad a través de acciones para el mejoramiento de infraestructura, generación de fuentes de empleo, proyectos ajustados a las necesidades locales y la contribución a la modernización de la ciudad.

Factor 3: *Participación con la Comunidad*, se enfatizan en priorizar la opinión de la comunidad, seguido realizar programas de salud a favor de los pobladores y en forma general evaluar la satisfacción de la comunidad por el trato recibido.

Factor 4: *RSE por Convicción*, explica la percepción que tiene la comunidad en cuanto a si la RSE es utilizada por las bananeras para crear una buena imagen, recibir apoyo o simplemente debe ser aplicada por obligación.

Factor 5: *Difusión*, hace referencia en priorizar la difusión de RSE entre empresas, al igual que formular planes y proyectos de RSE, de esta forma se caracteriza que la responsabilidad social también beneficia a las empresas que la implementan.

Factor 6: *Impacto*, se enfatiza a la evaluación del impacto en la comunidad de manera periódica, participación activa y desarrollo de la comunidad y la integración con las familias de los trabajadores.

Limitaciones de la tesis

Una de las grandes limitantes para el desarrollo de esta tesis fue el acceso a información sobre las acciones relacionadas a RSE implementadas por las bananeras, puesto que, los entrevistados consideraron que la información solicitada es sensible, al estar relacionada directamente con el impacto de la gestión empresarial sobre el entorno social y ambiental.

Otra limitante fue la dificultad de acceso a la información suministrada, tanto por la comunidad como por los representantes de las Pymes bananeras, debido a la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19, que derivó en una crisis económica y social. Como efecto, la falta de predisposición de las empresas a contribuir con la academia en temas de investigación. Por otro lado, el distanciamiento social que no permitió un acercamiento directo con la comunidad. Esto exigió cambiar sobre la marcha las estrategias previstas, sobre todo para la recolección de datos.

Recomendaciones

Al contar con un instrumento que se ha puesto en consideración por la academia, se recomienda ampliar el estudio para todas las empresas del sector bananero del país, de tal forma que se pueda realizar análisis comparativo de los resultados. Así como también, orientar la gestión de RSE en este tipo de empresas.

Realizar el mismo estudio con todas aquellas industrias que tengan que ver con impactos al medioambiente y comunidad.

El estudio permitió proponer un plan de acción que orienta la gestión de RSE de las empresas bananeras hacia el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad. Sin embargo, es recomendable ampliar el estudio desde la perspectiva de los demás grupos de interés, con la finalidad de proponer un modelo de gestión integral de RSE.

Capítulo V

En este capítulo se describe un plan de acción, basado en los resultados obtenidos del análisis factorial, con la finalidad de fortalecer las relaciones entre las Pymes bananeras y la comunidad local. Se exponen elementos claves de acción enfocadas en RSE. Primero se presenta el objetivo y alcance de la planificación, segundo las estrategias, los recursos y los plazos de ejecución. Finalmente, se describen los indicadores para evaluar el desempeño de las Pymes bananeras con respecto a la RSE.

Plan de Acción

El plan de acción se define como la “determinación de cursos de acción tendientes a alcanzar los propósitos previstos en una acción sobre la base de políticas establecidas y en un tiempo definido” (Blanco L. , 2000, pág. 90).

En esta línea, la propuesta guía las acciones de RSE que deberán implementar las Pymes bananeras para acrecentar la relación con la comunidad local y mejorar su percepción sobre la gestión encaminada a los beneficios hacia los trabajadores, comunidad y medioambiente.

De igual manera, se toma en cuenta los resultados obtenidos de la percepción comunitaria sobre las acciones de RSE implementadas por las bananeras, como una fuente para direccionar las estrategias de mejora. El estudio reveló que la percepción comunitaria es media, lo que podría interpretarse que las bananeras se interesan medianamente por ejecutar acciones de RSE.

Como se describió en el Capítulo IV, los resultados del análisis factorial muestran una nueva agrupación de los elementos de RSE organizados en seis factores, a partir de los cuales, se priorizan acciones que deberán ser atendidas por las Pymes bananeras para mejorar su relación con la comunidad local.

Objetivo

Fortalecer la relación entre la comunidad y las Pymes del sector bananero de los Cantones La Maná y Valencia a través del presente plan de acción de RSE.

Alcance

El plan de acción está encaminado a reforzar las relaciones entre la comunidad local y las bananeras pertenecientes a los cantones La Maná y Valencia. En consecuencia, mejorar la percepción comunitaria respecto de las acciones de RSE ejecutadas por las bananeras.

Propuesta Plan de Acción

Para el desarrollo del plan de acción, se toma como base los seis factores de RSE determinados en el Capítulo IV de este trabajo. A continuación, la Tabla 37 presenta la propuesta de acción a través de estrategias para el cuidado del medioambiente.

Tabla 37

Plan de acción Factor 1: Prácticas Medioambientales

Prácticas Medioambientales	
Objetivos Específicos	<p>Mejorar la gestión medioambiental de RSE de las Pymes del sector bananero.</p>
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Reemplazar el uso de productos químicos y materiales contaminantes por productos y materiales orgánicos. • Asignar recursos para obras de cuidado al ambiente. • Elaborar y ejecutar manuales de Buenas Prácticas Agropecuarias. • Incluir acciones de cuidado medioambiental en el Plan Estratégico.
Proyecto	<p>Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: incorporar las prácticas medioambientales de RSE en el plan estratégico de la empresa</p>

Prácticas Medioambientales

Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas • Producción
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de tratamientos remplazados con productos orgánicos. • % de ganancias asignadas en obras medioambientales al año. • Número de prácticas agropecuarias ejecutadas al año. • Número de debilidades en cuidado medioambiental superadas al año.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos • Impresión de material visual • Plataformas digitales

Uno de los elementos clave para direccionar esfuerzos en bienestar de los empleados, es atender sus necesidades y brindar bienestar a través de la mejora del ambiente laboral. Por ende, las acciones deben enfocarse en mejorar la salud y seguridad industrial a través de la adecuación en infraestructura, tecnología y maquinaria (Pérez, 2008). Tal como se resume en la Tabla 38.

Tabla 38*Plan de acción Factor 2: Prácticas Laborales*

Prácticas Laborales	
Objetivos Específicos	<p>Fortalecer las prácticas laborales de RSE de las Pymes del sector bananero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorizar la demanda laboral local. • Realizar obras enfocadas a mejorar la infraestructura para beneficio de los trabajadores.
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios sociales con las necesidades de la comunidad local. • Asignar recursos económicos para ejecutar acciones de RSE en bienestar laboral.
Proyecto	<p>Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: incorporar las prácticas laborales de RSE en el plan estratégico de la empresa.</p>
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de miembros de la comunidad local contratadas al año. • Número de espacios mejorados al año.

Prácticas Laborales

Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Número de necesidades desatendidas.
	<ul style="list-style-type: none"> • % de ganancias asignadas en acciones de RSE para bienestar laboral.
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos
	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión de material visual • Plataformas digitales

La participación con la comunidad está inscrita en la NORMA ISO 26000. Señala que, la intervención de la comunidad debe ser activa en la toma de decisiones sobre asuntos que les puede afectar directamente. En consecuencia, las bananeras deben establecer una comunicación eficiente para asegurar que recibe información correcta de las necesidades de la comunidad local. La Tabla 39, muestra el plan de acción propuesto para fortalecer la participación de la comunidad.

Tabla 39

Plan de acción Factor 3: Participación con la comunidad

Participación con la comunidad

Objetivos Específicos	Fortalecer la participación entre la comunidad local y las Pymes del sector bananero.
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar periódicamente la satisfacción de la comunidad respecto de las acciones de RSE ejecutadas.

Participación con la comunidad

- Ejecutar programas de salud a favor de los pobladores.
- Tomar en cuenta la opinión de la comunidad local en las acciones de mejora.
- Asignar presupuesto para acciones de RSE para la participación con la comunidad.

Proyecto	Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: tomar en cuenta la participación de la comunidad local en la formulación del plan estratégico.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas satisfechas con los beneficios. • Número de programas de salud para la comunidad realizados al año. • Número de opiniones desatendidas • % de ganancias asignadas para la ejecución de acciones encaminadas a mejorar la participación con la comunidad.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos • Impresión de material visual • Plataformas digitales

El enfoque estratégico de la RSE, hace referencia a la oportunidad de crear valor y ventajas competitivas para la empresa. La RSE es llevada a cabo para crear una mejor imagen y recibir apoyo de la comunidad. Sin embargo, las empresas socialmente responsables lo utilizan como una forma para generar valor a través del impacto ambiental y social (León , 2008). Por consiguiente, la Tabla 40 presenta el plan de acción dirigido a las bananeras con respecto a la RSE por convicción.

Tabla 40

Plan de acción Factor 4: RSE por Convicción

RSE por Convicción	
Objetivos Específicos	<p>Acrecentar el compromiso de las Pymes del sector bananero con los grupos de interés.</p>
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el impacto económico, cultural y social en la comunidad. • Asignar recursos económicos acorde a las acciones de RSE a implementar.
Proyecto	<p>Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: incorporar acciones para acrecentar el compromiso de la empresa con los grupos de interés</p>
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas • Marketing

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • % de población afectada/vulnerable. • % del presupuesto asignado a proyectos de RSE.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos • Impresión de material visual • Plataformas digitales • Medios de comunicación

La RSE no solo beneficia a la comunidad, sino también a la empresa que la implementa. Las alianzas entre empresas para atender temas relacionados a la RSE, sirve de herramienta para sumar esfuerzos y optimizar recursos en cuanto a su gestión hacia los stakeholders. Así mismo, por medio de estas acciones lograr un mayor impacto sobre su posicionamiento como empresas socialmente responsables (Pérez, 2008). La Tabla 41 muestra el plan de acción de RSE encaminado a crear conciencia corporativa en las Pymes del sector bananero.

Tabla 41

Plan de acción Factor 5: Difusión

Difusión	
Objetivos Específicos	Posicionar a las bananeras de los cantones La Maná y Valencia de RSE como empresas socialmente responsables.
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecer a una asociación o consorcio de RSE.

Difusión

Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianzas con las empresas bananeras locales para promover campañas de comunicación y crear conciencia de RSE entre los stakeholders. <p>Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: incorporar acciones de difusión de RSE en el plan estratégico de la empresa.</p>
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de afiliaciones a una asociación o consorcio de RSE. • Número de campañas realizadas al año en alianza con otras empresas.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos • Impresión de material visual • Plataformas digitales

Finalmente, la Tabla 42 expone la propuesta de acción orientada a los mecanismos de seguimiento y evaluación del impacto de las acciones implementadas.

Tabla 42*Plan de acción Factor 6: Impacto*

Impacto	
Objetivos Específicos	<p>Evaluar el impacto de las acciones de RSE implementadas por las Pymes del sector bananero en la comunidad local.</p>
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el impacto de la RSE en la comunidad. • Evaluar el impacto de la RSE en el medioambiente • Evaluar el impacto de la RSE en los trabajadores.
Proyecto	<p>Formular de manera participativa el plan estratégico de la empresa: incorporar en el plan estratégico de la empresa la evaluación del impacto de RSE en todos los ámbitos.</p>
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Recursos Humanos • Finanzas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de acciones de RSE implementadas con impacto verificado.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos tecnológicos • Impresión de material visual • Plataformas digitales

Evaluación

Para evaluar el plan de acción, en primer lugar, las Pymes bananeras deberán formular su plan estratégico de manera participativa, incorporando la RSE como un eje estratégico para generar valor en su gestión. El plan estratégico debe incorporar participativamente a todos los stakeholders, y luego tomar los insumos del plan como guía de acción para su RSE. para tener un alcance mayor con respecto a su preocupación por temas relacionados a la RSE. Las acciones denotadas a la RSE en este plan de acción, deben ser incorporadas de manera escalonada mientras se formula el plan estratégico.

Posterior a la implementación del plan estratégico, el eje transversal de RSE debe ser evaluado desde una mirada estratégica. Es decir, considerar a la RSE como eje transversal de la gestión empresarial.

El plan de acción deberá ser evaluado anualmente, ya que el propósito es contrastar los resultados obtenidos para determinar si la percepción comunitaria ha mejorado sobre las acciones de RSE implementadas. Los representantes de las Pymes bananeras deben estar comprometidos a contribuir con el seguimiento de acuerdo con los indicadores propuestos. El análisis de los resultados puede ser tomado como antecedentes, para diseñar nuevas estrategias de mejora ajustadas a las necesidades actuales de la comunidad.

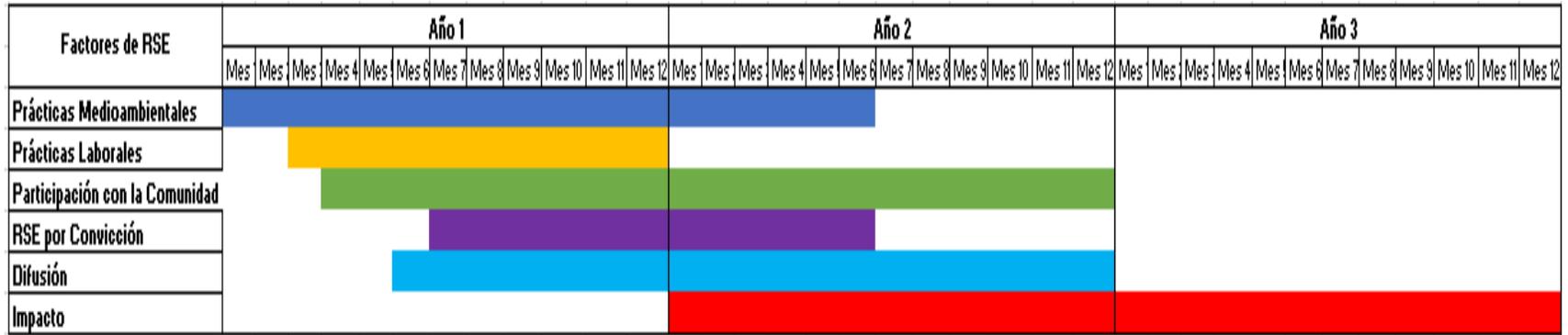
Los informes acerca del plan de acción de RSE permitirán al representante, tomar decisiones para mejorar la relación con las comunidades locales. Esto conlleva, medir el nivel de percepción que tienen acerca del trato recibido. Cabe recalcar que, para el análisis de percepción pueden utilizar el cuestionario presentado en este trabajo.

Cronograma del Plan de Acción

El tiempo estimado para ejecutar el plan de acción puede desarrollarse de mediano a largo plazo (3 a 5 años). Puesto que, la complejidad de ciertas áreas para adaptarse a cambios requiere de un análisis previo. A continuación, la Figura 14 resume el tipo de ejecución.

Figura 14

Cronograma del Plan de Acción de RSE



Referencias

- Acorbanec. (2019). *Disminuyen las exportaciones de bananas de Ecuador a la UE*. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/9103867/disminuyen-las-exportaciones-de-bananas-de-ecuador-a-la-ue/>
- AEBE. (2019). *Boletín Estadístico De La Unidad De Banano*. Obtenido de <http://www.aebe.com.ec/estadisticas/>
- Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es
- Arias , W., Torres, L., Concha , M., Valencia, M., Reynoso, C., Lazo , E., . . . Rivera, C. (2016). Presentación de un inventario para valorar la percepción comunitaria de la responsabilidad social empresarial . *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(35), 101-118.
- Arias, J., Villasis, M., & Miranda , M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *63(2)*, 201-206.
- Arnheim, R. (1986). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- Baldramina, M. (2016). La responsabilidad social empresarial analizada desde la estructura organizativa de las empresas del cantón Quevedo. *Revista Infociencia*, 10(1), 96-101.
- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contraluria y Administración*, 73-91. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>
- BCE. (2018). La Economía Ecuatoriana . *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>

- Blanco , E. (2007). *Evaluación de la calidad del servicio*. Cuba : Centro Universitaio de Las Tunas .
- Blanco , L. (2000). *El Planeamiento* . Buenos Aires : Ungerman Editor.
- Bowen, H. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York, Estados Unidos: Harper & Row.
- Briones, K., & Gutiérrez, E. (2017). Evaluación De La Responsabilidad Social De Las Empresas Exportadoras Del Ecuador. *UNEMI*, 1-31. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3815/1/EVALUACI%
c3%93N%20DE%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20EXPORTADORAS%20DEL%20ECUADOR.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3815/1/EVALUACI%c3%93N%20DE%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20EXPORTADORAS%20DEL%20ECUADOR.pdf)
- Cancino, C., & Morales , M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. . Santiago de Chile : Universidad de Chile.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. (1999). Evolution of a definitional construct of business and society. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Cevallos, R. (marzo de 2019). Nuevos Desafíos Para La Industria Bananera Ecuatoriana. *Ultimahora*. Obtenido de <https://ultimahoraec.com/nuevos-desafios-para-la-industria-bananera-ecuatoriana/>
- Corral, Y., Corral, I., & Franco, A. (2015). Procedimientos de muestreo. *Revista de Ciencias de la Educación*, 26(46), 151-167.
- Correa, J. (2007). EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y BALANCE SOCIAL. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/1650/Resumenes/Resumen_165013675005_1.pdf
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- De la Fuente , S. (2011). *Componentes Principales* . Madrid: Univesidad Autónoma de Madrid.

- Deloitte Ecuador. (2017). *Estudio de tendencias de Sostenibilidad*. Recuperado el 2019, de [https://www.andeanecuador.com.ec/content/dam/assets/dc/Documents/deloitte-analytics/Estudio%20RCS%202017%20\(002\).pdf](https://www.andeanecuador.com.ec/content/dam/assets/dc/Documents/deloitte-analytics/Estudio%20RCS%202017%20(002).pdf)
- Díaz, N., & Lima, M. (2015). Internal social responsibility: between the difference and the discourse in the organizational scenario. *Rio de Janeiro, 13(2)*, 346-368. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/cebape/v13n2/1679-3951-cebape-13-02-00346.pdf>
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2015). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración, 29(50)*, 196-206.
- El Productor. (2019). Retos del sector bananero para el 2019. *El productor: El periódico del campo*, 1-38.
- Freeman, R., & McVea, J. (2011). Strategic Management: A Stakeholder Approach. *Darden Business School Administration, 2(1)*, 1-32.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 1-6.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics, 53(1-2)*, 51-71.
- GESTIONTUR. (2016). *Gestiontur consultora turística*. Recuperado el Octubre de 2019, de <https://gestiontुरecuador.weebly.com/responsabilidad-social-empresarial.html>
- Gonzabay Guamán, J., & Jaramillo Olvera, J. (2018). EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR. *CEAC GYE*, 1-154.
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología, 2(17)*, 205-224.

- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 205-224.
- Guamán, M., León, A., & Salvador, G. (2020). RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, UN ENFOQUE DESDE LOS STAKEHOLDERS EN EL SECTOR BANANERO. *UNIVERSIDAD, CIENCIA y TECNOLOGÍA*, 24(97), 20-25. Obtenido de <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/26>
- Guerra, A. (2007). la Responsabilidad Social Empresarial, a la Ética en el Cambio Organizacional. *Compendium*, 10(18).
- Guerrero , G., & Fierro, F. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Revista de Administración y Desarrollo*, 2(46), 160-174.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hinkle, Wiersma, & Jurs. (2003). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences* (5 ed.).
- INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- INEC. (2010). Sistema integrado de consultas. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction>
- Instituto de Fomento Empleo y Formación. (2017). GRUPOS DE INTERÉS. Recuperado el 2019, de https://www.ifef.es/portalempleo/rsocial/grupos_interes_rse.php

ISO 26000. (2014). Guía de responsabilidad social. *Organización Internacional de Normalización-ISO*, 1-20.

Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf

Jaramillo, J. (2016). INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL SECTOR BANANERO DE LA PROVINCIA DE EL ORO. *Universidad Técnica de Machala*, 1-30.

Kramer, M., & Porter, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 84(12), 42-56.

Lacruz Moreno, F. (2005). La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. *Economía*(21), 39-58.

Ledesma, E. (2019). *Ecuador: Los desafíos del sector bananero para 2019*. Obtenido de

<https://www.freshplaza.es/article/9057177/ecuador-los-desafios-del-sector-bananero-para-2019/>

León , F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión General*, 7(1), 83-95.

MAGAP. (2020). Sistema de Información pública agropecuaria. Obtenido de

<http://geoportal.agricultura.gob.ec/>

Marin , G. (1998). *Premisas para la creación de programas de prevención culturalmente apropiados*.

Madrid: Psicología comunitaria. Fundamentos y aplicaciones.

Medina, L., Ramírez, J., & Hernández , A. (2012). *Teorías sobre la responsabilidad social de la empresa (rse)*. Guadalajara: Foro virtual de contabilidad social y medioambiental.

Mendoza Mancha, M., Hernández Chapa , A., & García Govea, M. (2013). Responsabilidad Social.

Contribuciones a la Economía, 1-19. Obtenido de

<http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>

Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Informe del Sector Bananero. 1-50. Obtenido de

<https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/12/Informe-sector-bananero-esp%C3%B1ol-04dic17.pdf>

- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (Marzo de 2018). Informe del Sector Bananero Ecuatoriano. 4-19. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/005223323252eeddc8227>
- Montero, M. (2006). *Hacer para transformar*. Buenos Aires: Paidós.
- Mora , H. (2017). Gestión de la responsabilidad social en las pymes del Ecuador: año2017. Estudio de caso empresa Arcimego Cía. Ltda. *UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA*, 1-124. Obtenido de <file:///D:/TESIS/papers%20de%20RSE%20y%20TH/Gesti%C3%B3n%20de%20la%20responsabilidad%20social%20en%20las%20pymes%20del%20Ecuador%20a%C3%B1o2017.%20Estudio%20de%20caso%20empresa%20Arcimego%20C%C3%ADa.%20Ltda..pdf>
- Morales, P. (2013). *El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios*. Madrid : Universidad Pontificia Comillas.
- Mori, M. (2009). Responsabilidad Social, una mirada desde la psicología comunitaria. *Liberabit*, 15(2), 163-170.
- Murillo Barrera, C. A. (2018). Evaluación de las condiciones de ambiente de trabajo y empleo como parte de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas de cultivo de banano del cantón Milagro. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil : Sistema de postgrado maestría de administración de empresas*, 1-137. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11159/1/T-UCSG-POS-MAE-192.pdf>
- Murray, S., & Larry, S. (2009). *Estadística*. México D.F: Mc Graw-Hill.
- Navarro, L. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 167-186.
- Nunnally, J. (1955). An Investigation of Some Propositions on Self-Conception: The Case of Miss Sun. *Journal of Abnormal and Social Psychology*(50), 87-92.
- ONU . (2000). *Estatuto Pacto Global* .

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Oviedo, G. (2004). La deficiencia del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 7(18), 89-96.
- Palacios, L. (2015). Proyecto de cooperación-responsabilidad social corporativa: caracterización del café de Satipo. *La Rioja: Universidad de La Rioja*, 1-57. Obtenido de https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000859.pdf
- Pérez Espinoza, J. M., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/430>
- Pérez, P. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Una herramienta de gestión que armoniza las relaciones entre los diferentes actores de la empresa. *Revista Ingeniería Industrial*, 7(2), 25-33.
- Quezada, D. (2015). Impacto de la RSE en los Consumidores Chilenos. *Aula fácil*. Recuperado el 1 de Julio de 2019, de <https://www.aulafacil.com/cursos/responsabilidad-social/responsabilidad-social/clasificaciones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-l20440>
- Raufflet, E. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Pearson.
- Restrepo, S. (2016). El clima organizacional y su relación con el desarrollo humano y la responsabilidad social empresarial. *Revista Innovación Empresarial*, 2(1), 91-102. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Cristina_Marcano_Larez/publication/315379523_Elementos_de_la_Nueva_Direccion_de_Administracion_de_Turismo_Destinos_Turisticos_Reputados_Pag_55-64_Revista_Innovacion_Empresarial_Fondo_editorial_Sabaneta_Universidad_de_S
- Reyno Momberg, M. (2016). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Como Ventaja Competitiva. *Departamento de Industrias MBA Internacional*, 1(1), 1-145.

- Romero, S. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Enfermería del Trabajo*, 6(3), 105-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5633043.pdf>.
- RSE. (2018). Principios de responsabilidad social según ISO 26000. Recuperado el 2019, de <http://responsabilidad-social-corporativa.com/principios-de-responsabilidad-social-segun-iso-26000/>
- Ruiz, S. (2015). De la agricultura arcaica al agronegocio y los modelos asociativos. Su impacto social. *Journal of Agriculture and Environmental Sciences*, 4(2), 137-145. doi:10.15640/jaes.v4n2a16
- Ruiz, S. (2016). Pensamiento estadístico: el valor «p» y los Intervalos de confianza. *Medicentro Electrónica*, 20(2), 93-94.
- Salinas, P., & Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*. Quito: "Quipus", CIESPAL. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55376>
- Sánchez, A. (1991). *Psicología Comunitaria. Bases Conceptuales y Operativas. Métodos de Intervención*. Barcelona: PPU.
- Sanclemente, J. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) de los pequeños distribuidores minoristas. *Clío América*, 9(17), 42-56.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W., & Ott, L. (2012). *Elementos de Muestreo*. Boston: Student Edition. Recuperado el 04 de 06 de 2018
- Suárez, O., & Burgos, B. (2018). Percepción y práctica de la responsabilidad social empresarial: el caso de las pyme de Salinas, Santa Elena. *Revista Internacional de Administración*, 2(3), 29-49.
- Tamayo, G. (2001). Diseños muestrales en la investigación. *Semestre Económico*, 4(7), 1-14.
- Tinoco, U., Arango, L., & Benavides, O. (2012). Evolución, Aproximación al Concepto y Teorías de Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Panorama Económico*, 20(20), 189-220.

- Urgilés, M. (2016). Análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de INDURAMA en la ciudad de Cuenca. *Repositorio de Universidad Azuay*, 1-90. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5786/1/12106.pdf>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165.
- Villacís Laínez, C., Suarez Núñez, Y., & Güillín Llanos, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466. doi:ISSN 1390-9304
- WBCSD. (2002). Corporate Social Responsibility. *The WBCSD's journey*, 1-6. Obtenido de https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate_Social_Responsability_WBCSD_2002.pdf
- Whittaker, J. (1987). *Psicología*. México: Interamericana.

Anexos

Anexo I. Encuesta