



## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON VARIABLES ESTRATÉGICAS DE EMPRESAS PRODUCTIVAS, ECUADOR

### Responsabilidad social corporativa: Su orientación e influencia con variables estratégicas y dimensiones para la empresa

Social responsibility and its relationship with strategic variables of productive companies, Ecuador.  
Social Corporate Responsibility: its orientation and influence with strategic variables and its dimensions for business

MIKEL UGANDO PEÑATE<sup>1</sup>, ÁNGEL RAMÓN SABANDO GARCÍA<sup>1</sup>, FÉLIX SIXTO PILAY TOALA<sup>1</sup>, REINALDO ARMAS HERRERA<sup>2</sup> Y ÁNGEL ALEXANDER HIGUERAY GÓMEZ<sup>2,3</sup>,

<sup>1</sup> Pontificia Universidad Católica del Ecuador- Sede Santo Domingo (PUCESD), Ecuador

<sup>2</sup> Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Ecuador

<sup>3</sup> Experimental Institute for Humanistic, Economic and Social Research (IEXIHES), Universidad de Los Andes, Venezuela

#### KEYWORDS

Competition  
Performance  
SMEs  
Communication strategies  
Innovation  
Social responsibility  
Private sector

#### ABSTRACT

*Social responsibility and its relationship with strategic variables is important in the successful development of business activity. The sample made up of 411 companies from zone 4 Ecuador, 96 companies from the manufacturing sector; 189 agricultural sector and 186 wholesale and retail trade sector. The objective has been to analyze corporate social responsibility and its relationship with its dimensions, measuring the influence with the variables of business strategies: innovation, performance and competitive success. As a result of the analysis, it is concluded that the agricultural sector has greater social responsibility, which in turn are related to strategic variables and influence the positioning of companies.*

#### PALABRAS CLAVE

Competición  
Desempeño  
Pymes  
Estrategias de comunicación  
Innovación  
Responsabilidad social  
Sector privado

#### RESUMEN

*La responsabilidad social y su relación con variables estratégicas es de importancia en el desarrollo exitoso de la actividad empresarial. La muestra está compuesta por 411 empresas de la zona 4 Ecuador, 96 empresas del sector manufacturero; 189 sector agrícola y 186 sector comercio al por mayor y menor. El objetivo ha sido analizar la responsabilidad social corporativa y relación con sus dimensiones, midiendo la influencia con variables estrategias empresariales: innovación, desempeño y éxito competitivo. Como resultado del análisis, se concluye que el sector agrícola posee mayor responsabilidad social, que simultáneamente está relacionada con variables estratégicas e influye en el posicionamiento de las empresas.*

Recibido: 18/ 05 / 2022

Aceptado: 16/ 07 / 2022

## 1. Introducción

En la actualidad, diversas investigaciones destacan como la responsabilidad social genera una ventaja competitiva entre empresas en el aspecto económico, social ambiental y ético de dicha organización (Vera *et al.*, 2022). Las empresas están institucionalizando la responsabilidad social empresarial (RSE) por razones económicas, ambientales o sociales, siendo estos dinamizadores los que caracterizan los mecanismos por medio de los cuales añaden la RSE a sus estructuras (Fernández y Mirabal, 2017). En tal sentido, la RSE ha evolucionado por diferentes causas y desde diferentes perspectivas, éticas, políticas, instrumentales e integradoras, en la percepción del individuo y por tanto de la sociedad. Esto ha fortalecido paulatinamente los argumentos para implementar la RSE en las organizaciones. Con esto y de manera simultánea, la RSE se ha desarrollado en la conciencia del individuo como una forma de vida que traslada a las organizaciones donde labora y a las cuales exige en su calidad de consumidor o usuari (Díaz, 016). A su vez, las dimensiones de la RSE están estrechamente correlacionadas con las dimensiones de las estrategias empresariales: Innovación, desempeño y éxito competitivo. (Gallardo *et al.*, 2013)

En los últimos años, las empresas que desean alcanzar el éxito en sus procedimientos industriales y comerciales deben aplicar la RSE a su gestión, no solo en cumplimiento de la ley, sino como un compromiso transparente y consciente del impacto que produce la actividad industrial al medio ambiente (Puente *et al.*, 2018). Es importante reconocer que la tierra es la que nos proporciona todos los recursos que se utilizan en la ejecución de la producción, por lo tanto, es vital su preservación para las futuras generaciones. De tal manera, las empresas que han comprometido a ejecutar sus operaciones con RSE como una estrategia, no solo les llevará a alcanzar el éxito económico sino también el reconocimiento de calidad e identificación social ante la comunidad.

Sin embargo, García *et al.* (2020) describen que las personas no se consideran consumidores responsables; lo que implica que al momento de consumir un bien o servicio no se interesan del origen del producto, que, si los productores que lo generan o las entidades que lo sacan al mercado para su expendio, cumplen o no con los estándares internacionales de calidad, si cuidan el medio ambiente o si cumplen con el entorno, es decir, si son o no socialmente responsables.

### 1.1. La responsabilidad social en el contexto empresarial

En el marco de la responsabilidad social, las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la RSE dentro de su gestión, no solamente como un aspecto muchas veces exigido por las leyes de los países, sino como una conciencia transparente del impacto que causa cada industria al medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general.

No importa el tamaño ni la naturaleza de la empresa, lo que realmente importa es que se tome conciencia a todo nivel, desde la alta dirección hasta los más bajos niveles organizacionales, de que la tierra es la que provee de todos los recursos que se utilizan para la producción, por tanto, se debe cultivar para que las futuras generaciones disfruten de ella. Si una organización no presta atención a la RSE daña su imagen corporativa tanto con sus clientes, como con sus colaboradores y también con sus proveedores, que muchas veces las toman como modelos a seguir en estas prácticas (Pérez *et al.*, 2016).

Por su parte, Avendaño (2013) manifiesta que la RSE muestra una función creadora de identidad en la sociedad y es una verdadera institución social, debido a que instaura un conjunto de relaciones sociales y culturales que producen nuevas identidades, en donde se desarrollan relaciones de oposición y de alianza, y surgen relaciones de trabajo de forma interactiva y estratégica. La concepción social de la empresa rompe con los modelos de estrategia en términos de oportunidades de poder e incluye la función de los valores y lógicas colectivas que permean en las prácticas sociales. La noción de responsabilidad social ha llevado a considerar a las diversas organizaciones como agentes éticos pues no se trata ni de una persona moral ni de una suma de individuos, sino de comunidades vinculadas por valores, hábitos y actitudes comunes, definidos en una misión que debe resultar legítima para la sociedad.

En tal sentido, la RSE es un tema de importancia en el contexto de la economía actual donde predomina cada vez más el enfoque social en la actividad de las empresas a la vez que se requiere el comportamiento ético y responsable con los grupos de interés en las organizaciones (Campos *et al.*, 2020). Y de la misma forma, la responsabilidad social es mayor al relacionar esta variable empresarial con otras de naturaleza estratégica en la actividad de las empresas (éxito competitivo que la empresa alcanza, rendimiento o desempeño que desarrolla e innovaciones que acomete) (Gallardo *et al.*, 2013).

En esta misma línea, Barroso (2008) menciona que si las empresas practican la RSE en el sentido amplio del concepto las ganancias serán el resultado de su compromiso hacia todos y la sociedad. Serán la recompensa de su compromiso social, lo cual ha sido posible en empresas de gran éxito y que son socialmente responsables. Además, las empresas actualmente se están dando cuenta de que el éxito no depende sólo de la obtención de utilidades sino que se requiere contribuir con todos los que participan en ellas para hacerlas más competitivas y enfrentar un mundo cada vez más globalizado. Para lograr esto deben emprender acciones de RSE.

En este mismo escenario, los resultados de Valenzuela *et al.* (2015) sostienen que la reputación corporativa

medida a través del crecimiento de las ventas evidencia la importancia de implementar las dimensiones de la RSE tendientes a fortalecer las redes con los colaboradores con la finalidad de obtener un mayor posicionamiento estratégico, mejoras en la eficiencia empresarial y en la mejor adaptación a la dinámica del entorno. Los resultados permiten observar que es importante que las empresas implementen prácticas de RSE, ya que además del beneficio económico, sirven para posicionar a la empresa de manera estratégica con sus distintos *stakeholders*, lo cual permite una mayor permanencia y crecimiento en el mercado.

Esta consideración estratégica resulta un atractivo para los inversionistas y un beneficio para los consumidores. A su vez, Parrales *et al.* (2021) destacan que las empresas, que se han enfocado en la dimensión ambiental y social de la RSE, han priorizado las relaciones con los grupos de interés asumiendo un mayor compromiso y responsabilidad sobre sus actuaciones. Finalmente, un comportamiento más responsable de las empresas ha influenciado positivamente en la reputación y el valor de las marcas, en coherencia con los objetivos corporativos.

Este mismo escenario es compartido por Sánchez *et al.* (2014), manifestando que la RSE es el rol que le toca desempeñar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de los retos que tienen como parte de la sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero. A su vez, Navarro (2016) concluye que la RSE no reposa sobre los fundamentos únicos de una de las teorías expuestas, sino que surge de una combinación de estas, prevaleciendo la teoría de la ética y moral. La RSE se puede caracterizar como estrategias tendientes al mejoramiento de la actividad de la empresa al incorporar beneficios sociales y ambientales, entre otros.

En tal sentido, Antelo y Alfonso (2015) mencionan que las empresas se deben orientar no solo hacia la maximización de los beneficios económicos, sino también al bienestar social y la protección ambiental a través de la integración voluntaria y la reafirmación de principios y valores que tengan repercusiones positivas en la sociedad. Con este objetivo se ofrecen productos y servicios de calidad con alto valor agregado que se armonizan con el conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se deben controlar los impactos internos y externos que garantizan la sostenibilidad de la empresa tomando en consideración la capacidad de respuesta frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos de interés con los que interactúa.

Por su parte, Accinelli y De la Fuente (2013) detallan que implementar y desarrollar políticas empresariales que busquen la conservación del entorno natural en el corto y mediano plazo va a facilitar que la empresa alcance una sostenibilidad en su posición financiera en el mediano y largo plazo; recordemos que cualquier tipo de contaminación es una ineficiencia desde el punto de vista de la utilización de los recursos. La toma de decisiones éticas depende de la edad, el estatus económico y el idealismo moral. Factores que se ven refrendados en las investigaciones de Onu *et al.* (2019) y Zhilla *et al.* (2018). Además, una cultura organizacional ética favorece la denuncia organizacional (Khusnah, 2020).

Judeth (2021) determinó que el buen trato a empleados está relacionado con comportamientos más éticos. Sin embargo, los estudios de Chantzarias *et al.* (2020) destacan el grado de cumplimiento de publicar información sobre la RSE y religiosidad en los bancos de EE.UU., llegando a la conclusión de que a mayor religiosidad mayor reporte de la responsabilidad social. La mayor presencia de mujeres en los consejos de dirección, y si además estas tienen cierto nivel de religiosidad, conduce a una mayor RSE (Harjoto y Rossi, 2019). La religiosidad también está relacionada con la RSE en países emergentes (Zaman *et al.*, 2018). Por su parte, Fernández y Santaló (2010) han demostrado empíricamente que las empresas más competitivas tienen los mejores niveles de RSE. La crisis de una empresa puede ser ocasionada por la ausencia de valores y principios éticos en el funcionamiento administrativo y operativo en cada proceso de la empresa (Melé *et al.*, 2011).

En tal sentido, la RSE supone un llamado principalmente a las empresas, organizaciones y personas para que asuman el rol activo de velar por los intereses de la sociedad. La responsabilidad social desempeñada por una persona u organización determina las consecuencias de sus decisiones y acciones en la sociedad y el medio ambiente (Niño de Guzmán, 2015). La toma de decisiones basadas en hacer que la empresa gane más o pague menos lleva a contemplar con más suavidad los aspectos éticos en la toma de decisiones en la empresa.

La posibilidad de comportamientos poco éticos depende del pensamiento solo centrado en el dinero, la distancia psicológica y la responsabilidad a la hora de generar la información financiera (Hunt *et al.*, 2022). La gestión administrativa y la motivación, según los criterios de Ventrúa de Esquén (2021), sí influyen en la producción de la empresa. En tal sentido, la importancia de la responsabilidad social es mayor al relacionar esta variable empresarial con otras de naturaleza estratégica en la actividad de las empresas, como el éxito competitivo que la empresa alcanza, el rendimiento o desempeño que desarrolla y las innovaciones que acomete (Gallardo *et al.*, 2013).

## **1.2. Responsabilidad social empresarial y su influencia en sectores productivos**

Los sectores examinados en este artículo son el agrícola, el comercial y el manufacturero porque son los más

representativos económicamente hablando en la zona 4 del Ecuador. En un estudio sobre el impacto de la RSE ante la emergencia de la pandemia Covid 19 llevado a cabo por Galarza *et al.* (2020), concluyeron que este tipo de actuaciones sostuvo a los principales sectores empresariales como la agricultura, minería, construcción, transporte y actividad inmobiliaria. En esta misma línea, De Lucio y Amadorn (2021) indicaron que el tamaño no resulta factor importante para la RSE de las entidades manufactureras, en la aplicación de prácticas de responsabilidad social en sus dimensiones social, económica y medio ambiental, logrando un posicionamiento de las empresas, afrontando las demandas actuales de un mercado global.

Por su parte, las investigaciones, propuestas por Soledispa *et al.* (2022) y Sabando *et al.* (2022), indican que existe una asociación lineal positiva entre las habilidades directivas que son desarrolladas en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas con las diferentes gestiones empresariales implícitas en la RSE como una estrategia competitiva. Las pequeñas y medianas empresas que desarrollan y fomentan habilidades directivas en sus gerentes pueden lograr una mejor gestión administrativa en función de la RSE. Por defecto, sus actividades cotidianas tienen un mayor reconocimiento y aceptación social, ya que la sociedad puede catalogarlas como empresas en las que se puede confiar, recomendar y trabajar, pues parte de sus beneficios económicos son destinados al mejoramiento de la comunidad donde se desenvuelven. Del mismo modo Sánchez (2021) describe que la RSE repercute a nivel social pero también de consumo. En tal sentido, la RSE se ha convertido en un punto de obligada presencia en los manuales corporativos. Hoy comienza a concebirse como un factor indispensable que denota diferencia y compromiso con la realidad social.

En este mismo escenario, Fontalvo *et al.* (2018) sostuvieron que el concepto de productividad es muy importante en la gestión de las empresas. Mediante este indicador se puede tener conocimiento acerca de los recursos que se están consumiendo para alcanzar los objetivos empresariales. Este concepto se encuentra muy ligado a los conceptos de eficiencia y eficacia; con estos indicadores se puede valorar la capacidad de una organización para cumplir sus metas y optimizar los recursos. La productividad es de naturaleza sistémica, es decir, no está determinada por un solo factor, sino que son muchas cosas las que influyen para determinar el nivel de productividad de una empresa. Se pueden encontrar factores internos sobre los cuales las organizaciones ejercen alguna influencia y factores externos que no dependen de la empresa pero que de igual forma determinan el comportamiento de su productividad, entre los factores más importantes se destaca el recurso humano.

No obstante, Chávez *et al.* (2020) describen como la gestión administrativa tiene un papel preponderante en cualquier empresa y por ende en las empresas agropecuarias, ya que están orientadas a la consecución de los objetivos de la organización mediante la aplicación de las etapas inherentes al proceso administrativo como la planificación, organización, dirección y control. Así, la gestión administrativa en una empresa agropecuaria puede contribuir a elevar los resultados económicos, ayudando no solo a la economía interna de la unidad productiva, sino también con el desarrollo de la localidad y del país.

Por su parte, Campos *et al.* (2018) destacan un nivel de trabajo razonable sobre la RSE en las empresas agrícolas, en donde son conscientes del fenómeno de la RSE y del impacto en la empresa de la triple dimensión de la RSE. De igual forma y por la importancia del sector agrícola no solo para el país y el estado, si no para la región y la propia comunidad, se destaca la actividad agrícola no solo por los impactos que genera al medio ambiente, sino también porque es un detonante de importancia económica. El análisis realizado permite inferir que las empresas del sector agrícola están en el inicio de un camino que les debe de posibilitar acceder a procesos de tramitaciones de certificaciones sobre RSE. Se considera pertinente, continuar en investigaciones posteriores la valoración de los criterios de comunidades beneficiarias, organizaciones medioambientales, entre otras.

En el marco de la responsabilidad social en las empresas agrícolas, los resultados de Campos *et al.* (2020) indican que el sector agrícola está en condiciones y mejor preparado para poder certificarse como socialmente responsables en el futuro. De hecho, Villafán y Ayala (2014) detallaron que en la responsabilidad social en el sector agrícola, se obtuvo un nivel medio de RSE, un nivel alto en calidad de vida, un nivel medio en ética empresarial, un nivel bajo en vinculación con la comunidad y un nivel bajo en medio ambiente. De cada variable también se identificaron los aspectos que generaron efectos positivos o que inhiben la competitividad. A su vez, Zayas (2019) concluyó que las empresas del sector agropecuario del municipio de Angostura (Sinaloa), conocen de forma general la terminología de la RSE y realizan algunas actividades relacionadas en temas del medio ambiental, social comunitario y laboral; pero no tienen información del proceso de certificación, documentos, actividades, evidencias y auditorias que se llevan a cabo para lograr la certificación como empresa socialmente responsable, lo que significa que son empresas que actúan empíricamente en el tema pero que están en la disposición de hacerlo por el desarrollo de la empresa.

Al respecto, Pilay *et al.* (2020) realizan un estudio sobre la gestión de responsabilidad social para las distribuidoras de productos agrícolas del cantón Santo Domingo, con base en cuatro estratos de la dimensión social, tales como: clientes, empleados, proveedores y comunidad. Los resultados evidencian que las entidades sí desarrollan en su gestión prácticas socialmente responsables, sin embargo, en lo relacionado a la acción frente a la comunidad, la mayoría de las entidades no realizan actividades relacionadas con la responsabilidad social. Se concluye que las distribuidoras estudiadas carecen de una vinculación directa con sus *stakeholders* y la comunidad,

resaltando así, la deficiencia de actos socialmente responsables y el poco compromiso con la colectividad.

En referente al sector comercio tiene significancia en la economía de un país, por lo que la metodología aplicada es factible de generalizar en la búsqueda de estudios que permitan la comparación a nivel estatal, (Campos *et al.*, 2020). No obstante, Quintero (2017) indica que para que los empresarios del sector minorista confíen en las actividades de RSE, esta debe ser vista como una actividad valorada y generadora de reputación en el mercado. La RSE se debe proyectar como una política inclusiva de la organización, es decir, que desde las áreas que la conforman se convierta en una política desde el interior hacia el exterior de la empresa.

En este sentido, las empresas inmobiliarias no tienen actividades socialmente responsables. A esto se suma la falta de políticas sociales y de precios por parte de las instituciones obligadas a fomentar la responsabilidad social en el marco del sector comercio (Rivas *et al.*, 2021). Los resultados de Briones *et al.* (2017) describen que las pymes del sector manufacturero no aplican RSE o la realizan de una manera mediana; se evidencia que muchas de ellas no se encontraban listas para aplicar RSE o no tenían la visión clara de lo que significa este concepto o filosofía empresarial, al asociarlo más bien con una postura paternalista. Dentro de este sector, Ugando *et al.* (2021) afirman que la relación con los grupos de interés puede estar muy deteriorada, a tal punto que sus empleados, que son la base fundamental para el desarrollo de sus actividades, no se encuentran en sintonía o no están comprometidos con las pymes debido a que el ambiente laboral es medianamente bajo y a la falta de comunicación entre directivos y empleados.

Por su parte, Suárez y Yance (2020), en un estudio sobre las pymes, destacan que el conocimiento y la práctica de la RSE son bajos, siendo la principal razón por la que las pymes no implementan RSE la falta de información acerca de las ventajas que estas políticas proveen, así como la falta de motivación. Como paliativo se propone un modelo de aplicación de RSE que se adapte a la realidad de las pymes y establezca claramente la participación de todos los *stakeholders* o partes interesadas en la empresa. Estudios de la RSE, en el comportamiento de los consumidores, sostienen que están dispuestos a pagar más por productos elaborados bajo estándares de ética en comparación a aquellos que no lo sean. Y en el caso de que estos compren los productos provenientes de una elaboración poco ética esperarán un descuento considerable en el precio (Castro, 2021). En este estudio se llega a la conclusión o se sugiere que el actuar socialmente responsable es recompensado económicamente, ya que los consumidores valoran la conducta ética-responsable y penalizan las conductas injustas o poco éticas con un efecto asimétrico.

Rodríguez *et al.* (2021) determinaron que las empresas exportadoras implementan estrategias de diferenciación mediante la aplicación de protocolos de RSE tanto a nivel producto como a nivel empresa, siendo esta última la de mayor uso. Sin embargo, Morell (2019) demostró que no hay actividades de promoción acerca de la RSE a nivel local, por ende, existe poco conocimiento acerca del tema, derivando en una cultura de baja prioridad al respecto. Además, este autor considera que las empresas poseen el dinero y el talento humano necesario para participar en acciones sociales. En este mismo sentido, Vera *et al.* (2022) indicaron que no existe una relación significativa en la RSE y el rendimiento financiero de las empresas de la ciudad de Machala, debido a que el ámbito financiero de las empresas se encuentra aislado con respecto al RSE. La responsabilidad social, aun cuando es un tema que muchos empresarios conocen o han escuchado hablar, no es algo que se puede verificar objetivamente en las políticas, procedimientos y operaciones administrativas de las organizaciones empresariales.

## 2. Objetivos

La responsabilidad social se ha convertido en una necesidad para desarrollar una efectiva gestión de las diversas entidades productivas. En la presente investigación se tiene como objetivo analizar la RSE para el grupo de empresas de sectores agrícola, manufacturero y comercio al por mayor y menor de la zona 4 (Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas) del Ecuador y su influencia con las dimensiones de responsabilidad social, económica y medioambiental; además de medir la relación con las estrategias empresariales en tres escalas: innovación, desempeño y éxito competitivo que permita un mejor posicionamiento de las empresas del estudio en el mercado.

La investigación pretende abarcar tres objetivos específicos:

- Relacionar las dimensiones de la innovación, desempeño y éxito competitivo en función de las dimensiones de la responsabilidad social y global.
- Comparar los sectores empresariales y la ocupación laboral en función de la RSE y las dimensiones de innovación, desempeño y éxitos competitivos de las empresas.
- Realizar la incidencia predictiva de las dimensiones de la responsabilidad social: social, económica, ambiental y las estrategias empresariales con sus respectivas escalas, innovación, desempeño y éxitos competitivos de las empresas.

## 3. Metodología

La presente investigación es empírica, con enfoque cuantitativo, de corte transversal y descriptiva e inferencial, cuyos datos se recolectaron mediante un muestreo probabilístico estratificado debido a que son poblaciones del

sector agrícola, manufacturero y comercio. La muestra está compuesta de 96 empresas del sector manufacturero (23,4%); 189 empresas del sector agrícola (46,0%), y 186 empresas del sector comercio al por mayor y menor (30,7%), que corresponde a un total de 411 empresas, extraída de una población de 1582 empresas concentradas en las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador. De igual fue considerado la influencia del tamaño de la empresa, siguiendo el orden en: Micro empresa (279), pequeña empresa (75), mediana empresa (36) y grande (21) según se evidencia en la tabla 1.

**Tabla 1.** Comportamiento de la muestra de RSE según tamaño de la empresa

Sector productivo de las empresas de Ecuador	Tamaño de la empresa				Total
	Micro empresa (1-10 personas)	Pequeña empresa (11-50 personas)	Mediana empresa (51-250 personas)	Grande (251 o más personas)	
<b>Sector manufacturero</b>	63 15.3%	12 2.9%	12 2.9%	9 2.2%	96 23.4%
<b>Sector agrícola</b>	117 28.5%	45 10.9%	21 5.1%	6 1.5%	189 46.0%
<b>Sector comercio al por mayor y menor</b>	99 24.1%	18 4.4%	3 0.7%	6 1.5%	126 30.7%
<b>Total</b>	279 67.9%	75 18.2%	36 8.8%	21 5.1%	411 100.0%

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1. Procedimiento

La recolección de datos se llevó a cabo durante el periodo febrero-mayo del año 2022, mediante el uso de la encuesta que permitió medir las condiciones socio empresariales y el test de RSE, siguiendo la adaptación del instrumento de Gallardo *et al.* (2013). La primera variable mide la RSE con 3 dimensiones (social, económico y medioambiental) y 35 reactivos, mientras que la segunda variable estratégica empresarial se mide con 31 reactivos y tres escalas medibles: innovación, desempeño y éxito competitivo. Inicialmente se contactó mediante vía telefónica a las empresas seleccionadas de la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores del Ecuador (Supercias) y se generó el envío por *email* del cuestionario elaborado por *Google Forms*, apoyándonos en visitas a las empresas para verificar la información.

Aunado a la estructura anterior, el primer apartado del instrumento recoge la información sociodemográfica de la organización, variables tales como: sexo, sector productivo, provincia, puesto que ocupa la persona dentro de la empresa y tipo de empresa. En el segundo apartado recoge información con respecto al subsector, antigüedad, ámbito de operación y forma jurídica.

Finalmente, los 35 ítems evalúan las tres dimensiones de responsabilidad social: Social (15), económica (11) y medioambiental (9), que son objeto de estudio en esta investigación, se midieron mediante la escala de Likert, en donde el baremo es el siguiente: 1=Totalmente en desacuerdo, hasta 10=Totalmente de acuerdo. Paralelamente, se definen otras variables estratégicas de la empresa: la escala de innovación empresarial que comprende 13 ítems, de la misma forma se midió la escala de desempeño con 8 ítems y por último la escala de éxito competitivo que comprende 10 ítems.

Para validar el instrumento, se aplicó el análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach según se muestra en tabla 2, el cual demostró una fiabilidad alta para el instrumento de la RSE y sus tres dimensiones: responsabilidad social, económica y medioambiental con puntuaciones que superan el 0,90 de confiabilidad. El mismo comportamiento es presentado para las variables estratégicas de influencia para la empresa en sus tres escalas: innovación, desempeño y éxito competitivo. Los datos obtenidos indican que existe coherencia en el instrumento y su fiabilidad es alta, lo que se traduce en que es una buena medición de lo que se intenta averiguar. Estos criterios son concordantes con Muller y Vera (2017) y Gallardo *et al.* (2013).

**Tabla 2.** Análisis de confiabilidad de dimensiones de la RSE

<b>Dimensiones de la responsabilidad social (RSE)</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>Responsabilidad social global empresarial (RSE)</b>	0.975	35
<b>Dimensión social de las empresas (RSE)</b>	0.933	15
<b>Dimensión económica de la responsabilidad empresarial (RSE)</b>	0.959	11
<b>Dimensión medioambiental de la responsabilidad social (RSE)</b>	0,950	9
<b>Escala de innovación</b>	0.960	13
<b>Escala de desempeño</b>	0.953	8
<b>Escala de éxito competitivo</b>	0.967	10

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2. Análisis de datos

Este estudio es de naturaleza transversal por considerarse los datos en un solo periodo de tiempo, además la relación de temporalidad entre la exposición y el efecto son medidas de forma simultánea en un único período, no siendo posible identificar una direccionalidad en la temporalidad. (Cvetkovic *et al.*, 2021). Para el análisis estadístico exploratorio e inferencial se empleó el programa estadístico aplicado a las ciencias sociales SPSS, versión 25.

Inicialmente se validan los supuestos de normalidad e igualdad de varianzas con la finalidad de utilizar las pruebas paramétricas del test de T de Student y el análisis de las varianzas de Fisher para muestras independientes; el supuesto de la normalidad se corroboró mediante el test de Kolmogorov Smirnov y el supuesto de la igualdad de varianza mediante el test de Levene, cuando el valor probabilístico del estadístico supera el 5% de significancia ( $p > .05$ ).

Para cumplir los objetivos de este estudio, se procede inicialmente con las correlaciones bivariadas de Pearson, que permiten comprobar si la asociación lineal entre la responsabilidad social global, en función de las dimensiones de la responsabilidad social, económica y ambiental y simultáneamente con las otras variables estratégicas de las empresas: Innovación, desempeño y éxito competitivo es estadísticamente significativa, así como su fortaleza y dirección. A continuación, se realizó un análisis inferencial de comparación de medias, entre los sectores de producción y la responsabilidad social, con el uso del test de Fisher para muestras independientes que permite analizar si existen diferencias significativas entre los tratamientos en estudio. (Kromrey y Montilla, 2010)

En este mismo contexto de comparación de medias, se aplicó la técnica del análisis de las varianzas de Fisher para la función laboral del personal en las empresas en función de las variables aleatorias de responsabilidad social y otras variables estratégicas de la empresa: innovación, desempeño y éxito competitivo. De la misma manera, para aquellas variables que presentaron significancia estadística al 5%, 1% y 0,1% se realizó la prueba de comparaciones múltiples de post Hoc de Tukey.

Por último, se aplicó la técnica estadística de la regresión lineal múltiple por el método pasos sucesivos con la finalidad eliminar variables que no aportan a la variable resultado (responsabilidad social) y de esta manera plasmar los parámetros para cada variable explicativa sobre la responsabilidad social, y de la misma forma se complementó con las pruebas de bondades de ajuste para el modelo empresarial, como es la prueba T de Student, ADEVA y el efecto estandarizado beta para cada variable explicativa. Así mismo, se procedió a comprobar los supuestos normalidad residual mediante la técnica de Kolmogorov Smirnov, los niveles de tolerancia y los factores de inflación de varianza (FIV) que garantizan la ausencia de colinealidad entre las variables regresoras con valores que deben estar cercano a la unidad (Ugando, *et al.*, 2019). De la misma manera, se garantizó la prueba de independencia residual de Durbin y Watson con valores ubicados entre 1.5 hasta 2.5.

#### 4. Resultados

Para dar alcance a este estudio de la RSE, inicialmente se realizó un análisis de la correlación de Pearson por considerarse variables numéricas o aleatorias predictivas sobre la variable respuesta responsabilidad social global. La tabla 3 nos permite deducir que las dimensiones de la RSE: social, económica y medioambiental tributan de forma significativa ( $p < .05$ ) a la responsabilidad social global.

En el marco de la RSE, también se puede ver que las variables estratégicas empresariales: innovación, desempeño y éxito competitivo tienen un alto grado de influencia significativa en la responsabilidad social global de empresas seleccionadas de Ecuador (tabla 3).

**Tabla 3.** Covarianzas de la responsabilidad social global corporativa en función de las dimensiones de la responsabilidad social y escalas de innovación, desempeño y éxito competitivo

Variables de RSE		1	2	3	4	5	6	7
<b>Responsabilidad social global empresarial (RSE)</b>	Correlación de Pearson	1						
	Sig. (bilateral)							
<b>Dimensión social de las empresas (RSE)</b>	Correlación de Pearson	.945**	1					
	Sig. (bilateral)	.000						
<b>Dimensión económica de la responsabilidad empresarial (RSE)</b>	Correlación de Pearson	.940**	.808**	1				
	Sig. (bilateral)	.000	.000					
<b>Dimensión medioambiental de la responsabilidad social (RSE)</b>	Correlación de Pearson	.935**	.812**	.870**	1			
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000				
<b>Escala de innovación</b>	Correlación de Pearson	.798**	.728**	.735**	.807**	1		
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000			
<b>Escala de desempeño</b>	Correlación de Pearson	.874**	.805**	.832**	.839**	.898**	1	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000		
<b>Escala de éxito competitivo</b>	Correlación de Pearson	.858**	.798**	.814**	.814**	.817**	.901**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Una vez que se demostró que las dimensiones de la responsabilidad social y las estrategias empresariales tributan a la responsabilidad social, se procede a analizar las comparaciones de medias de los sectores productivos más determinante en Ecuador como: el sector manufacturero, sector agrícola y el sector comercio al por mayor y menor, en función de las dimensiones de la responsabilidad social y con respecto a las escalas de estrategias empresariales. El análisis de las varianzas de Fisher plasmó significancia estadística entre la responsabilidad social global en función de los sectores productivos, notándose que el sector agrícola tiene mayores puntuaciones de responsabilidad social. Este escenario se comparte con la dimensión económica y medioambiental, y de la misma forma para las estrategias empresariales: innovación, desempeño y éxito competitivo ( $p < .05$ ),

Vale indicar que la responsabilidad social como dimensión no presentó diferencia de medias para los diferentes sectores productivos en Ecuador, según el test de Fisher al 5% de significancia. Esto probablemente se deba a que los diferentes sectores productivos poseen puntuaciones similares de responsabilidad social. Sin embargo, estos últimos hallazgos se deben dejar de lado, por las otras dimensiones de la responsabilidad social como: la económica y ambiental que registraron mayores puntuaciones y significancias para los diferentes sectores productivos de la zona 4 en Ecuador.

**Tabla 4.** Comparación de medias de los sectores productivos en función de las dimensiones de la responsabilidad social corporativa (RSE) y las escalas de innovación, desempeño y éxito competitivo

<b>Dimensiones</b>	<b>Sectores</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Dt</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Responsabilidad social global empresarial (RSE)</b>	Sector manufacturero	96	263.75	49.51	5.89	.003
	Sector agrícola	189	277.81	50.66		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	258.81	51.88		
<b>Dimensión social (RSE)</b>	Sector manufacturero	96	111.38	22.43	2.10	.124
	Sector agrícola	189	115.05	23.30		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	109.90	22.55		
<b>Dimensión económica (RSE)</b>	Sector manufacturero	96	85.38	16.74	4.95	.008
	Sector agrícola	189	89.44	16.80		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	83.48	17.88		
<b>Dimensión medioambiental (RSE)</b>	Sector manufacturero	96	67.00	14.40	13.99	.000
	Sector agrícola	189	73.32	13.49		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	65.43	14.26		
<b>Escala de innovación</b>	Sector manufacturero	96	92.66	21.76	25.28	.000
	Sector agrícola	189	103.83	20.13		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	87.48	20.90		
<b>Escala de desempeño</b>	Sector manufacturero	96	58,06	13.12	13.91	.000
	Sector agrícola	189	63.90	12.33		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	56.76	13.04		
<b>Escala de éxito competitivo</b>	Sector manufacturero	96	76.13	14,09	9.36	.000
	Sector agrícola	189	80.06	14.48		
	Sector comercio al por mayor y menor	126	72.60	16.75		

Fuente: Elaboración propia.

Al presentar significancia estadística el test de Fisher para los sectores productivos en función de la responsabilidad social y las estrategias empresariales. En la tabla 5 se evidencia la comparación de medias para estos sectores productivos. Demostrándose a lo largo de este estudio que el sector agrícola presenta las mayores puntuaciones de RSE al contrastarlo con el sector manufacturero y comercio al por mayor y menor.

**Tabla 5.** Comparaciones múltiples de los sectores productivos en función de la responsabilidad social empresarial

Variable dependiente	Comparaciones múltiples post hoc	Sectores productivos		
		Manufacturero vs Agrícola	Manufacturero vs Comercio	Agrícola vs Comercio
<b>Responsabilidad social global empresarial</b>	HSD de Tukey	.071	.753	.004
<b>Dimensión social de las empresas</b>	HSD de Tukey	.406	.883	.125
<b>Dimensión económica de la responsabilidad empresarial</b>	HSD de Tukey	.141	.692	.007
<b>Dimensión medioambiental de la responsabilidad social</b>	HSD de Tukey	.001	.683	.000
<b>Escala de innovación</b>	HSD de Tukey	.000	.157	.000
<b>Escala de desempeño</b>	HSD de Tukey	.001	.732	.000
<b>Escala de éxito competitivo</b>	HSD de Tukey	.096	.198	.000

Fuente: Elaboración propia.

Paralelamente, se procede a realizar una comparación de medias mediante el test de Fisher de la ocupación laboral (tabla 6): gerente, subgerente y operativo de las empresas ecuatorianas con la finalidad de determinar que ocupación está a cargo de la RSE dentro de las empresas, de manera general, se visualiza que el gerente es aquel que posee una mayor puntuación en la responsabilidad social, económica, medioambiental ( $p < .05$ ). Y en esta misma línea, es aquel que tiene las mayores puntuaciones en las estrategias empresariales como: innovación, desempeño y el éxito competitivo. Es claro, que esta actividad no es solamente del gerente o directivo, sino de todas las personas que conforman la empresa, con la finalidad de tener una mayor influencia en su entorno, pero, que la mayoría de las decisiones en hacer notar en el mercado o consumidor a la empresa, es sin lugar a duda del gerente o subgerente.

**Tabla 6.** Comparación de medias de la ocupación laboral en función de las dimensiones de la responsabilidad social corporativa (RSE)

Dimensiones	Ocupación	N	Media	Dt	F	p
<b>Responsabilidad social global empresarial</b>	Gerente	144	280.88	51.03	6.40	.002
	Sub gerente	24	260.50	52.40		
	Técnico Operativo	243	262.30	50.36		
<b>Dimensión social</b>	Gerente	144	118.17	22.40	7.56	.001
	Sub gerente	24	103.88	23.36		
	Técnico Operativo	243	110.19	22.60		
<b>Dimensión económica</b>	Gerente	144	90.54	17.06	5.72	.004
	Sub gerente	24	85.13	17.37		
	Técnico Operativo	243	84.52	17.08		
<b>Dimensión medioambiental</b>	Gerente	144	72.17	14.40	4.93	.008
	Sub gerente	24	71.50	14.96		
	Técnico Operativo	243	67.59	14.08		

<b>Escala de innovación</b>	Gerente	144	99.21	22.04	2.40	.092
	Sub gerente	24	91.25	34.50		
	Técnico Operativo	243	94.91	20.17		
<b>Escala de desempeño</b>	Gerente	144	62.50	13.45	3.05	.048
	Sub gerente	24	60.00	16.08		
	Técnico Operativo	243	59.11	12.50		
<b>Escala de éxito competitivo</b>	Gerente	144	79.77	16.58	4,02	.019
	Sub gerente	24	75.13	15.39		
	Técnico Operativo	243	75.30	14.51		

Fuente: Elaboración propia.

Dado este contexto, de las comparaciones múltiples del cargo ocupacional: gerente, sub gerente y operativo en función de la responsabilidad social y las estrategias empresarial, el test de Tukey al 5% de significancia, mostrado en la tabla 7, deja claro que la responsabilidad social, es una actividad que debe estar representada y canalizada por el gerente y subgerente de la empresa y de la misma forma, las actividades de estrategias empresariales como la innovación, desempeño y éxito competitivo. Por lo tanto, las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la RSE. Bajo este escenario, la responsabilidad social es una actividad que involucra a todas las personas que conforman a la organización u empresa, pero, que las mayorías de las decisiones, como social, económica y ambiental recaen sobre la autoridad principal que el gerente o subgerente.

**Tabla 7.** Comparaciones múltiples de la ocupación laboral en función de la RSE

Variable dependiente	Comparaciones múltiples post hoc	Ocupación laboral		
		Gerente vs Sub gerente	Gerente vs Operativo	Sub gerente vs Operativo
<b>Responsabilidad social global empresarial</b>	HSD de Tukey	.164	.002	.985
<b>Dimensión social</b>	HSD de Tukey	.012	.002	.392
<b>Dimensión económica</b>	HSD de Tukey	.323	.003	.985
<b>Dimensión medioambiental</b>	HSD de Tukey	.975	.007	.406
<b>Escala de innovación</b>	HSD de Tukey	.226	.150	.714
<b>Escala de desempeño</b>	HSD de Tukey	.661	.037	.946
<b>Escala de éxito competitivo</b>	HSD de Tukey	.355	.016	.998

Fuente: Elaboración propia.

Con la finalidad de conocer la capacidad explicativa de las dimensiones de la responsabilidad social sobre la RSE en la tabla 8, permite aclarar que las dimensiones que explican de mejor forma la RSE, es la dimensión social ( $\beta=0,53$ ) y la dimensión económica ( $\beta=0,51$ ), plasmando una covarianza ajustada del 98.4% para el modelo de la predicción múltiple, las pruebas de bondades de ajuste como el test de Fisher y T de Student validan los resultados. Es decir, que las dimensiones social y económica son la que mayormente tributan a la RSE.

**Tabla 8.** Capacidad explicativa de las dimensiones de la responsabilidad social sobre la responsabilidad social global

Variable dependiente	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	F	p	Coefficiente	Desv. Error	β	t	p	Variables predictoras
<b>Responsabilidad social global empresarial</b>	.984	.984	2238.03	.000	2.83	1.73		1.63	.103	(Constante)
					1.20	0,02	0,53	49.71	.000	Dimensión social
					1.51	0.03	0.51	47.31	.000	Dimensión económica

Fuente: Elaboración propia.

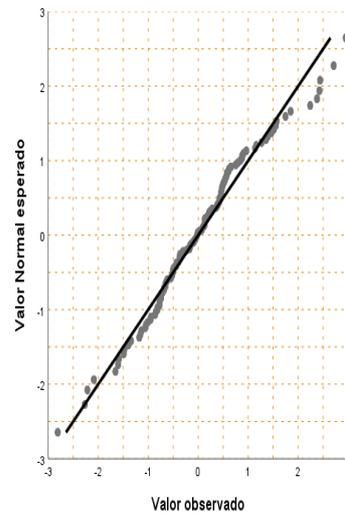
Considerando lo anterior, se procede a conocer la capacidad predictiva de las estrategias empresariales sobre la responsabilidad social global, según la tabla 9, las estrategias que repercuten de forma positiva a la responsabilidad social, es la estrategia de desempeño ( $\beta=0,49$ ) y la estrategia de éxito competitivo ( $\beta=0,37$ ). Además, la covarianza de estas estrategias empresariales en función de la responsabilidad social global reportó un 78,9% para el modelo múltiple. Simultáneamente, los test de bondades de ajuste de Fisher y T de Student no hacen más que validar que las estrategias de desempeño y éxito competitivo empresarial son la que aportan significativamente a la responsabilidad social ( $p<.05$ ).

**Tabla 9.** Capacidad predictiva de las estrategias empresariales sobre la responsabilidad social global

Variable dependiente	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	F	p	Coefficiente	Desv. Error	β	t	p	Variables predictoras
<b>Responsabilidad social global empresarial</b>	.791	.789	512.79	.000	45.67	5.95		7.67	.000	(Constante)
					0.12	0.12	0.05	1.01	.312	Escala de innovación
					1.93	0.27	0.49	7.19	.000	Escala de desempeño
					1.23	0.17	0.37	7.07	.000	Escala de éxito competitivo

Fuente: Elaboración propia.

En el marco de la validación del modelo de predicción de las dimensiones estratégicas de las empresas en función de la responsabilidad social, la figura 1 del comportamiento residual para el modelo predictivo no hace más que confirmar que el modelo es confiable para la dicha predicción, al demostrar puntuaciones cercanas a la línea de tendencia en el grafico qq plot para los residuos. Demostrando los datos para cada variable que están estrechamente ligados con la RSE.

**Figura 1.** Comportamiento de los residuos para el modelo predictivo de la RSE en función de las estrategias empresariales

Fuente: Elaboración propia.

En este mismo escenario de la validación del modelo predictivo de la RSE en función de las estrategias empresariales según tabla 10, el análisis descriptivo para los residuos del modelo de responsabilidad social, plasma una media 0 y desviación típica de 1, por lo tanto, estos resultados generan una alta confiabilidad en la predicción de la responsabilidad social y atribuida para las estrategias empresariales.

**Tabla 10.** Validación residual del modelo predictivo de la RSE en función de las estrategias empresariales

Variable dependiente: Responsabilidad social global empresarial (RSE)					
	Mínimo	Máximo	Media	Dt	N
Valor pronosticado	144.18	339.31	268.70	45.69	411
Desv. Valor pronosticado	-2.73	1.55	0,00	1.00	411
Desv. Residuo	-2.81	2.95	0.00	1.00	411
Residuo estud.	-2,81	2,98	0,00	1,00	411
Residuo eliminado estud.	-2.84	3.01	0.00	1.00	411

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Discusión

En lo que respecta a la responsabilidad social se ve influenciada por las actividades que hace la empresa frente a su entorno, de norma social, económica y financiera, es decir, la correlación es positiva (Muller y Vera, 2017); generando una ventaja competitiva entre empresas (Vera *et al.*, 2022; Fernández y Mirabal, 2017), desarrollando conciencia en el individuo (Díaz, 2016), alcanzando el éxito en sus procedimientos industriales y comerciales (Puente *et al.*, 2018); a su vez, las ganancias obtenidas en las ventas serán el resultado de su compromiso hacia todos y la sociedad (Barroso, 2008; Valenzuela *et al.* 2015), dado este contexto se debe dejar claro, que ante la emergencia de la pandemia Covid-19, la RSE sostuvo a los principales sectores empresariales como la agricultura, minería y otros sectores (Galarza *et al.*, 2020).

En tal sentido, la gestión administrativa y la motivación influyen en la producción de la empresa (Ventrua de Esquén, 2021); y así mismo, mejora las estrategias de éxito competitivo e innovación y repercuten de forma favorable a la producción de las empresas (Gallardo *et al.*, 2013).

Estos hallazgos se comparten con Chávez *et al.* (2020), que describen a la gestión administrativa con un papel preponderante en las empresas agropecuarias. Además, las empresas agrícolas están en condiciones y mejor preparadas para poder certificarse como socialmente responsables en el futuro (Sabando *et al.*, 2022). Las

empresas que se han enfocado en la dimensión ambiental y social de la RSE muestran un mayor compromiso y responsabilidad sobre sus actuaciones (Parrales *et al.* 2021; Sánchez *et al.* 2014); simultáneamente la RSE como estrategia en los diferentes sectores de producción (Navarro, 2016); logra un posicionamiento de las empresas, afrontando las demandas actuales de un mercado global, pero en el marco de la responsabilidad social, económica y ambiental (De Lucio y Amadorn, 2021; Khusnah, 2020 y Chantzarias *et al.*, 2020); maximizando la rentabilidad económica, el bienestar social y la protección ambiental a través de la integración voluntaria, reafirmación de principios y valores que tengan repercusiones positivas en la sociedad y para cada sector de producción (Antelo y Alfonso, 2015).

Por otra parte, tal como lo indican Vera *et al.* (2022), Briones *et al.* (2017) y Suárez y Yance (2020), la no relación significativa entre la RSE y el rendimiento financiero de las empresas es debido a que el ámbito financiero de las empresas se encuentra aislado de la RSE. Es decir, cuando el consumidor compra los productos provenientes de una elaboración poco ética esperará un descuento considerable en el precio (Castro, 2021).

Por lo tanto, en los sectores de producción como el agrícola se evidenció la presencia de responsabilidad social, (Pilay *et al.*, 2020; Rodríguez *et al.*, 2021). En el sector comercio se evidencia significancia en la economía (Campos *et al.*, 2020); mientras que la responsabilidad social en el sector minorista genera credibilidad y convencimiento frente a los clientes y los grupos de interés, como actividad valorada y generadora de reputación en el mercado (Quintero, 2017; Rivas *et al.*, 2021). Por otra parte, en el sector de confecciones se demostró que no se utiliza la responsabilidad social, o algunas de las empresas no estaban listas para la incorporación de la RSE (Briones *et al.* 2017; Suárez y Yance 2020).

La responsabilidad social en las empresas muestra una función creadora de identidad en la sociedad y surgen relaciones de trabajo de forma interactiva y estratégica para la mejor toma de decisiones (Avendaño, 2013). En tal sentido, la responsabilidad social es mayor al relacionar esta variable empresarial con otras de naturaleza estratégica (Campos *et al.*, 2020; Accinelli y De la Fuente, 2013).

Si una organización desatiende la responsabilidad social daña su imagen corporativa tanto con sus clientes, como con sus colaboradores y también con sus proveedores, que muchas veces las toman como modelos a seguir (Pérez *et al.*, 2016).

Ahora bien, se ha visualizado que la variable de estrategias en su escala de innovación no presentó significancia estadística para los actores o dirigente de la empresa, permitiendo inferir que gran parte de las empresas ecuatorianas no están innovando en sus actividades administrativas y procesos operativos, generando un conformismo por parte de los gerentes, subgerentes y personal administrativo. Esto puede acarrear una crisis en las empresas, generada por la ausencia de valores y principios éticos en el funcionamiento de cada proceso (Melé, *et al.*, 2011).

Tal como lo describe Soledispa *et al.* (2022), hay una asociación lineal positiva entre las habilidades directivas y las diferentes gestiones empresariales implícitas en la RSE. Este resultado coincide con Gallardo *et al.* (2013), al indicar que la RSE está relacionada con las estrategias empresariales de innovación, desempeño y éxito competitivo. Sin embargo, se debe dejar claro que la dimensión de la responsabilidad social ambiental, no es un buen indicador de la predicción de la responsabilidad social global; esto probablemente se debe a que algunos consumidores no son responsables con el ambiente; es decir, al momento de consumir un bien o servicio, no se interesan en el origen del producto, ni si la empresa cuida el medio ambiente o su entorno. (García *et al.*, 2020). En este mismo contexto, el modelo de predicción ha demostrado empíricamente que las empresas más competitivas tienen los mejores niveles de RSE (Fernández y Santaló, 2010).

## 6. Conclusiones

En este artículo se ha analizado la RSE de los sectores agrícola, manufacturero y comercio al por mayor y menor de la zona 4 (Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas) de Ecuador. Las dimensiones de la RSE estudiadas son la social, la económica y la ambiental. Además, se examinaron las estrategias empresariales con sus respectivas escalas relativas a la innovación, desempeño y éxitos competitivos.

Se evidenció que las dimensiones de responsabilidad social presentaron mayor puntuación en el sector agrícola, y de la misma forma para la estrategias empresariales: innovación, desempeño y éxitos competitivos. El estudio ha demostrado que el sector agrícola presenta un mayor uso de la RSE, este comportamiento se establece debido a que Ecuador es un país evidentemente agrícola. En este mismo escenario, las actividades de la responsabilidad social son ejecutadas por el personal de las empresas, pero con una mayor prevalencia; estos indicadores son planificados y orientados por el gerente y sub gerente de las empresas.

En cuanto a la predicción de la RSE mediante el modelo de regresión lineal múltiple, en la cual intervinieron como variables explicativas las dimensiones de la RSE: social, económica, ambiental y las estrategias empresariales con sus respectivas escalas: innovación, desempeño y éxitos competitivos de las empresas sobre la responsabilidad social global; se concluyó que las dimensiones social y económica son las que influyen sobre la RSE. En esta misma línea, las escalas de las estrategias empresariales: escala de desempeño y de éxito competitivo aportan considerablemente en la RSE. Se debe dejar claro, que aunque la dimensión ambiental de la RSE y la escala de

innovación de estrategias empresariales, no hayan influido sobre la responsabilidad social global, son dimensiones muy relevantes que aportaron puntuaciones muy altas, con respecto a otros factores que intervinieron en este estudio.

Bajo lo contextualizado de este estudio, es muy importante en el futuro, llevar a cabo estudios longitudinales con la finalidad de tener una mayor confiabilidad de los resultados y que paralelamente se puedan incorporar cada proceso productivo en el campo de la RSE. Además, sería interesante realizar estudios predictivos o futuristas de la responsabilidad social interrelacionadas con variables financieras o de crecimiento empresarial como: cuenta por cobrar, inventarios, utilidad neta, utilidad bruta, y otras como patrimonio, con el objetivo de identificar el rol de la RSE y su incidencia con este tipo de variables para el bienestar de las empresas ecuatorianas.

## **Agradecimientos**

Los autores agradecen de forma significativa a todas las personas que son representantes de las empresas de la zona 4 de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas. A los organizadores de la I Convocatoria de proyectos de investigación de universidades administradas por los misioneros Identes 2021. UTPL, PUCE SD y PUCESI. A su vez, a los investigadores que conforman el Grupo FINNOVAPLAN dentro del Proyecto de Investigación: Planeación, Innovación y Modelación Financiera Aplicada desde una perspectiva de finanzas éticas y humanismo cristiano en pymes. Este proyecto de investigación ha sido financiado en gran parte por las universidades; UTPL y PUCE SD, de Ecuador, con aporte de financiamiento para el periodo académico 2021-2022. Además, los investigadores aportan como contraparte el restante económico. Esta investigación fue realizada por el grupo FINNOVAPLAN dentro del cumplimiento de las actividades del proyecto: Planeación, Innovación y Modelación Financiera Aplicada desde una perspectiva de finanzas éticas y humanismo cristiano en Pymes.

## Referencias

- Avendaño C., W. R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v10n1/v10n1a14.pdf>
- Antelo-González, Y.Y. y Alfonso-Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69. <http://scielo.sld.cu/pdf/rri/v36n1/rri07115.pdf>
- Barroso Tanoira, F.G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>
- Briones-Kusactay V., Torres-Briones C., Rojas-Dávila S., Jimenez-Chalen J. y Avila-Pita M. (2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector de Confecciones Pymes de Guayaquil. *Revista ESPACIOS*, 38 (31), 9. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n31/17383109.html>
- Campos-López, S.E., Núñez-Guzmán, J.A. y García-Angarica, M. (2018). Responsabilidad social empresarial en una comunidad agrícola del estado de Jalisco, México. *Retos de la Dirección*, 12(2), 256-273. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n2/rdir14218.pdf>
- Campos-López, S.E., Pelayo-Cortés, M.M. y Velázquez Nuñez, J.J. (2020). Responsabilidad social empresarial: un estudio sobre empresas agrícolas y ganaderas jaliscienses. *Cofin Habana*, 14(1), e10. <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v14n1/2073-6061-cofin-14-01-e10.pdf>
- Castro Rivera, M.E., Ríos Ponce, M.A. y Álvarez Valencia, J.F. (2021). ¿Puede la responsabilidad social empresarial influir en el comportamiento de los consumidores? *Economía Coyuntural*, 6(2), 60-90. [http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v6n2/v6n2\\_a05.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v6n2/v6n2_a05.pdf)
- Cvetkovic-Vega, A., Maguiña, J.L., Soto, A., Lama-Valdivia, J. y Correa-López, L.E. (2021). CROSS-SECTIONAL STUDIES, Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179-185. <https://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Chantziaras, A., Dedoulis, E., Grougiou, V. y Leventis, S. (2020). The impact of religiosity and corruption on CSR reporting: The case of US banks. *Journal of Business Research*, 109, 362-374. <https://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.025>
- Chávez-Haro, M. M., Castelo-Salazar, Á.G. y Villacis-Uvidia, J. F. (2020). La gestión administrativa desde los procesos de las empresas agropecuarias en Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables). Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(18), 16-29. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.198>
- De Lucio-Islas, A. A. y Amador-Martínez, M. de L. (2021). Responsabilidad Social de las Empresas Manufactureras del Estado de Hidalgo según su tamaño. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(18), 25-31. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.6739>
- Accinelli-Gamba, E. y De la Fuente-García, J.L. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable. Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y Administración*, 58(3), 227-248. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39527853010>
- Díaz-Ortiz, N. P. (2016). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 9(16), 121-131. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v9i16.1252>
- Fernández-Kranz, D. y Santaló, J. (2010). When necessity becomes a virtue: The effect of product market competition on corporate social responsibility. *Journal of Economics and Management Strategy*, 19(2), 453-487. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2010.00258.x>
- Fernández, J.R. y Mirabal-Martínez, A. (2017). La responsabilidad social empresarial bajo los postulados de la teoría institucional: análisis y evidencias. *Espacio Abierto*, 26(4), 183-204. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12264368010>
- Fontalvo Herrera, T., De La Hoz Granadillo, E. y Morelos Gómez, J. (2018). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 47-60. <https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- Galarza Villalva, M. F., Cruz Piza, I. A., Castro Pataron, E. K. y Marcial Coello, C. R. (2020). La gestión administrativa y la competitividad de las microempresas durante y post la emergencia por Covid-19. *Universidad Y Sociedad*, 12,S(1), 100-105. Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1757>
- Gallardo, Vásquez, D., Sánchez Hernández, M. y Corchuelo-Martínez-Azua, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 16(1), 11-23. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(13)70002-5)
- García, P., Pinargote, M., Gascón, A de la H. y Veliz, V. (2020). Formación para la transformación en universidades

- inclusivas. En F. Pilay, M. Ugando y A. Villalón. *Educación inclusiva para la ética y la responsabilidad social empresarial* (pp.55-64). Red Iberoamericana de Pedagogía, Editorial redipe.
- Harjoto, M. A. y Rossi, F. (2019). Religiosity, female directors, and corporate social responsibility for Italian listed companies. *Journal of Business Research*, 95, 338-346. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.013>
- Hunt, N. C., Curtis, M. B. Rixom, J. M. (2022). Financial priming, psychological distance, and recognizing financial misreporting as an ethical issue: The role of financial reporting responsibility. *Accounting, Organizations and Society*, 101349.
- Judeh, M. (2021). Effect of work environment on employee engagement: Mediating role of ethical decision-making. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 221-229. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.19](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.19)
- Khusnah, H. (2020). Organizational Ethical Culture, Moral Reasoning: Pengaruhnya terhadap Ethical Decision Making dan whistleblowing intention. *Business and Finance Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.33086/bfj.v5i1.1495>
- Kromrey, J. y Montilla, J.M. (2010). Robustez de las pruebas T en comparación de medias, ante violación de supuestos de normalidad y homocedasticidad. *Ciencia e Ingeniería*, 31(2),101-107. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=507550788006>
- Morell-Jiménez, E. D. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: una radiografía sobre la situación actual de los grandes contribuyentes del sector comercial de la ciudad de Pilar. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 15(2), 339-362. <https://dx.doi.org/10.18004/riics.2019.diciembre.339-362>
- Muller Ferres, P. y Vera Gajardo, N. (2017). Autoimage as a Predictor of Academic Performance: Case of adult literacy. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 4(1), 9-16. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v4.233>
- Navarro Sánchez, L. C. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6),167-186. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056828011>
- Niño de Guzmán Miranda, J. C. (2015). El rol del administrador cristiano ante la responsabilidad social. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 2(1). <https://doi.org/10.17162/riva.v2i1.838>
- Onu, D., Oats, L. y Kirchler, E. (2019). The Dynamics of Internalised and Extrinsic Motivation in the Ethical Decision-Making of Small Business Owners. *Applied Psychology*, 68(1), 177-201. <https://doi.org/10.1111/apps.12151>
- Parrales Zumba, C. G., Trelles Vera, G. M. y González Illescas, M. L. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4603>. *Yachana Revista Científica*, 10 (2). <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/670>
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C. y Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8 (3), 169-178. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es).
- Pilay Tóala, F., Aguirre Zambrano, A. y Altuna Quishpe, V. (2020). Modelo de gestión de responsabilidad social para distribuidoras de productos agrícolas del cantón Santo Domingo. *Visión Empresarial*, (10), 31-44. <https://doi.org/10.32645/13906852.1006>
- Puente Tituaña, S. P., Canizares Stay, A. del R. y Solís Marín, B. J. (2018). Responsabilidad social en empresas industriales de Guayaquil. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2 (2), 650-667. [https://doi.org/10.26820/recimundo/2.\(2\).2018.650-667](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.(2).2018.650-667)
- Quintero, A. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector minorista. *Clío América*, 11 (22), 146-159. <http://10.21676/23897848.2436>
- Rivas-Crespo, S., Bermeo-Pazmiño, K. y Vásquez-Eraza, E. (2021). Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector inmobiliario. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 310-340. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.431>
- Rodríguez-Eugenio, K. R., Gallo-Apolo, J. E., González-Illescas, M. L. y Carmenate-Fuentes, L. P. (2021). La responsabilidad social empresarial como estrategia de diferenciación de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 6 (3), 171-189. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1832>
- Sabando-García, A.R., Ugando-Peñate, M. y Márquez Pérez, V.E. (2022). Regressão linear e modelo Arima na previsão de vendas de gengibre no Equador. *Revista Brazilian Journal of Development*, 8, (4), 30432-30458. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n4-497>
- Sánchez-Labela Martín, I. (2021). Luxury fashion brands and the female body: Absence of Corporate Social Responsibility in Instagram advertising. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 8(1), pp. 15-25. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v8.2866>
- Sánchez-Gutiérrez, J., González Uribe, E. G. y Mayorga Salamanca, P. I. (2014). La responsabilidad social y los impactos que influyen en la competitividad de las pymes manufactureras de Guadalajara. *Mercados y*

- Negocios*, 15 (2), 65-90. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571863946004>
- Soledispa-Rodríguez, X., Pionce-Choez, J. y Sierra-González, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Dominio de las Ciencias*, 8 (1), 280-294. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2571>
- Suárez-Rodríguez, O. y Yance-Acurio, H. (2020). Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. *Revista Mapa*, 4 (18), 169-184. <https://revistamapa.org/index.php/es/article/view/233>
- Ugando-Peñate, M., Sabando, Á., Zapata, Á., Villalón, A. y Sabando, B. (2019). Modelación financiera y pronósticos de fondos externos requeridos en el contexto de las pymes de Santo Domingo De Los Tsáchilas, caso Ecuador. *Sinapsis*, 11, (2), 65 – 78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399799>
- Ugando-Peñate, M., Villalón, A., Sabando, A., Celi, D.M., Pilay, F. y Racines, A. (2021). Modelización financiera aplicada en empresas del sector manufacturero en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador. *Revista de la Universidad del Zulia*, 12, (34), 8-28. <http://dx.doi.org/10.46925//rdluz.34.02>
- Valenzuela, L., Jara-Bertin, M. y Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresas*, 55 (3), 319-344. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150308>
- Ventrua de Esquén, A. M., (2021). Gestión administrativa y motivación en la producción de una empresa de productos naturales, 2020. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(2), 43-60. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.2.465>
- Vera-Ullaguari, M., García-Santana, G. y Sotomayor-Pereira, J. (2022). Aspectos de la responsabilidad social que inciden en las finanzas de las empresas en el cantón Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 7 (2), 292-305. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1041>
- Zaman, R., Roudaki, J. y Nadeem, M. (2018). Religiosity and corporate social responsibility practices: evidence from an emerging economy. *Social Responsibility Journal*, 14 (2), 368-395. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2017-0204>
- Zhilla, F., Daher, L., Arikan, C. y El-Khoury, M. (2018). Conceptualizing the determinants of ethical decision making in business organizations. *Problems and Perspectives in Management*, 16, (4), 30-41. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.03)
- Villafán Vidales, K.B. y Ayala Ortiz, D. A. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 59 (4), 223-251. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)70161-5](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)70161-5)
- Zayas Barreras, I. (2019). La competitividad en las empresas agropecuarias a través de la responsabilidad social empresarial. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 45, 273-284. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14162394001>