



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO**

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

LA COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL  
SECTOR AGROINDUSTRIAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación

**Línea de investigación:** Educación, comunicación, culturas, sociedad y valores

**Autoría:**

Marcillo Castillo Yarixa Paola.

**Dirección:**

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.

Santo Domingo – Ecuador  
Marzo, 2024



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO**

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

**HOJA DE APROBACIÓN**

LA COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL  
SECTOR AGROINDUSTRIAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

**Línea de investigación:** Educación, comunicación, culturas, sociedad y valores

**Autoría:**

Marcillo Castillo Yarixa Paola.

**Revisado por:**

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

---

Andrade Basurto Ena Guadalupe, Mg.  
CALIFICADORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

---

Cedeño Moreira Cristhian Marcelo, Mg.  
CALIFICADOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

---

Cedeño Moreira Cristhian Marcelo, Mg.  
COORDINADOR DE LA CARRERA DE GRADO

---

Santo Domingo – Ecuador  
Marzo, 2024

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Marcillo Castillo Yarixa Paola, portadora de la cédula de ciudadanía 2300039217, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presentamos como informe final, previo a la obtención del Grado de Licenciada en Comunicación son absolutamente originales, auténticos y personales. En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Igualmente, declaro que todo resultado académico que se desprenda de esta investigación y que se difunda tendrá como filiación la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, reconociendo en las autorías a la directora del Trabajo de Titulación y demás profesores que amerita. Además, declaro que el presente trabajo, producto de las actividades académicas y de investigación, forma parte del capital intelectual de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 16, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior. En tal razón, autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, para que pueda hacer uso, con fines netamente académicos, del Trabajo de Titulación, ya sea de forma impresa, digital y/o electrónica o por cualquier medio conocido o por conocerse, siendo el presente documento la constancia del consentimiento autorizado; y, para que sea ingresado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su conocimiento público, en cumplimiento del artículo 103 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



Marcillo Castillo Yarixa Paola

C.C. 2300039217

## INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESCRITO DE GRADO

Cano de la Cruz, Yullio, PhD

Dirección de Investigación y Postgrados

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo

De mi consideración,

Por medio del presente informe en calidad de directora del Trabajo de Titulación del Grado de Licenciatura en Comunicación titulado: LA COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, realizado por la estudiante: Marcillo Castillo Yarixa Paola, con cédula de ciudadanía 2300039217, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, informo que el presente Trabajo de Titulación escrito se encuentra finalizado conforme a la guía y al formato de la Sede vigente.

Además, certifico haber verificado la originalidad y autenticidad del trabajo de titulación por medio del programa anti plagio Turnitin, en respuesta a la normativa institucional vigente.

Santo Domingo, 14/12/2023.

Atentamente,



Forero Castellanos Martha Luz, Mg.

Profesora Titular Auxiliar I

## RESUMEN

La presente investigación analiza las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas. El objetivo es determinar si las empresas en este sector llevan a cabo prácticas de RSE y si las acciones se comunican eficazmente en sus sitios web. El enfoque es mixto al integrar elementos cualitativos y cuantitativos. A partir de un base de datos de la Superintendencia de Compañías, se identificó una población de 43 empresas agroindustriales. Al aplicar la fórmula correspondiente, se obtuvo una muestra de 23 empresas. El levantamiento de la información se hizo a través de encuestas y de la aplicación de una matriz para examinar los contenidos en las páginas web. A pesar de respuestas favorables en las encuestas, los resultados contrastan con el análisis de las páginas web, donde apenas el 8.7% de las empresas cuenta con secciones dedicadas a la RSE. Adicionalmente, al evaluar el cumplimiento de los principios de la Norma ISO 26000 en el sector agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas, se revela un cumplimiento del 32.28%. Este resultado sugiere la existencia de oportunidades significativas para incorporar, mejorar y comunicar las prácticas de RSE en estas empresas. La investigación subraya la urgencia de implementar estrategias renovadas en el sector agroindustrial, enfocándose en mejorar la formación académica de las nuevas generaciones de líderes empresariales. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para futuras iniciativas destinadas a fortalecer la RSE en el ámbito agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas.

**Palabras clave:** Agroindustria, Ambiente, Desarrollo Sostenible, Responsabilidad Social, Stakeholders.

## ABSTRACT

This research analyzes Corporate Social Responsibility (CSR) actions in the agroindustrial sector of Santo Domingo de los Tsáchilas. The objective is to determine whether companies in this sector carry out CSR practices and whether the actions are effectively communicated on their websites. The approach is mixed, integrating qualitative and quantitative elements. Based on a database of the Superintendency of Companies, a population of 43 agro-industrial companies was identified. By applying the corresponding formula, a sample of 23 companies was obtained. The information was collected through surveys and the application of a matrix to examine the contents of the web pages. Despite the favorable responses in the surveys, the results contrast with the analysis of the web pages, where only 8.7% of the companies have sections dedicated to CSR. In addition, an evaluation of compliance with the principles of ISO 26000 in the agro-industrial sector of Santo Domingo de los Tsáchilas reveals a compliance rate of 32.28%. This result suggests the existence of significant opportunities for incorporating, improving and communicating CSR practices in these companies. The research underscores the urgency of implementing renewed strategies in the agro-industrial sector, focusing on improving the academic training of new generations of business leaders. These findings provide a solid basis for future initiatives to strengthen CSR in the agro-industrial sector in Santo Domingo de los Tsáchilas.

**Key words:** Agribusiness, Environment, Sustainable Development, Social Responsibility, Stakeholders.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
1.1. Antecedentes	12
1.2. Planteamiento y delimitación del problema	14
1.3. Preguntas de investigación	15
1.4. Justificación	15
1.5. Objetivos de investigación	17
1.5.1. Objetivo general	17
1.5.2. Objetivo específico	17
<b>2. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	<b>18</b>
2.1. El Sector Agroindustrial en el Ecuador	19
2.2. Impacto del sector agroindustrial en el cantón Santo Domingo de los Colorados.	21
2.3. Principales empresas agroindustriales del cantón Santo Domingo de los Colorados.	22
2.4. La Responsabilidad Social Empresarial y la Comunicación	22
2.5. Comunicación estratégica en la actualidad	25
2.6. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial	26
2.7. Norma ISO 26000	28
2.8. La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador	28
2.9. Difusión de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial	29
<b>3. METODOLOGÍA</b>	<b>31</b>
3.1. Enfoque y tipo de investigación.	31
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>34</b>
4.1. Encuesta Aplicada	34
4.2. MATRIZ	48

4.2.1. Empresas que poseen en su página web una sección dedicada a la RSC y/o memorias de sostenibilidad	48
4.2.2. Información sobre RSC en páginas web ajenas a las empresas	48
4.2.3. Cumplimiento de los siete principios de la Norma ISO 26000	49
4.2.4. Rendición de cuentas	51
4.2.5. Transparencia	51
4.2.6. Comportamiento ético	52
4.2.7. Respeto al principio de legalidad	52
4.2.8. Respeto a los intereses de las partes interesadas	53
4.2.9. Respeto a la normativa internacional de comportamiento	53
4.2.10. Respeto a los derechos humanos	54
<b>5. DISCUSIÓN</b>	
<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>70</b>
6.1. Conclusiones	71
6.2. Recomendaciones	71
<b>7. REFERENCIAS</b>	<b>72</b>
<b>8. ANEXOS</b>	<b>74</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un tema relevante para las empresas actuales. Este tema se relaciona con lo económico, lo social, la globalización y las diversas formas de negociación, ya que las empresas buscan cumplir objetivos en estos ámbitos.

De acuerdo a Burgos (2018) la responsabilidad social contribuye a generar mayor valor a las empresas, mejorando su imagen y generando prestigio. Lo cual beneficia a las empresas ayudando a crear valor de marca y a su vez posicionamiento consciente del impacto positivo que pueda llegar a tener.

## 1.1. Antecedentes

El sector agroindustrial ha sido clave para el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados desde su fundación. Sin embargo, a lo largo de los años, se han presentado una serie de problemas en cuanto a la RSE de ciertas empresas en el sector agroindustrial. La RSE es el compromiso que tienen las empresas hacia su entorno social y ambiental. Esto significa que las empresas deben operar con un enfoque en la sostenibilidad y en la creación de valor compartido con sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general. La RSE busca el equilibrio entre las necesidades económicas, sociales y ambientales, para lograr un desarrollo sostenible.

Por tal motivo cada día se suman más empresas que se involucran en la RSE y reconocen que la supervivencia y el éxito de una organización no radica solo en sus ganancias, sino en ser responsable tanto con la sociedad como con el medio ambiente, y así asegurar durabilidad para diferentes entidades.

En la investigación desarrollada por Benecia (2019) se analizó acerca de la RSE en las empresas agroindustriales del partido de Rauch, ubicados en la Provincia de Buenos Aires. A través del enfoque cualitativo los resultados arrojaron que 56% de los encuestados

no han escuchado hablar de Responsabilidad Social Empresarial. Este estudio indica que desde el 2001 las empresas comenzaron a tomar conciencia de que sus acciones no solo afectan a los clientes y accionistas, sino también la calidad de vida de sus empleados y de la comunidad en donde realizan sus actividades. Esto significa que cualquier iniciativa que se integre a la empresa, dentro del marco estratégico de creación de valor sostenible, contribuirá a que mañana cumplamos con los requisitos necesarios para ser una empresa responsable socialmente.

Cárdenas (2021) analizó el uso de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunicación de la empresa como estrategia global reforzando su posicionamiento a través de mensajes que generen feedback. Se estudió el caso Pronaca donde fue necesaria la metodología de medición de la imagen corporativa junto a la observación de relaciones comunicacionales entre los resultados obtenidos. Y se aprobó contrastar la imagen ideal con la empresa, mediante un diagnóstico de las acciones y estrategias que determinaron el estado absoluto a través de las percepciones de sus públicos con la aplicación de encuestas.

Suquinagua y Ramos (2018) realizaron un análisis comparativo de los modelos de evaluación nacionales e internacionales para la Responsabilidad Social Empresarial de diversas empresas. En Ecuador, cada vez hay más empresas que se unen a la tendencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esto no es solo una práctica más, sino que es crucial para su supervivencia y crecimiento en la sociedad. El Programa de Certificación "Punto Verde" ha sido un estímulo para el sector público y privado a nivel nacional, lo que ha fomentado la competitividad del sector industrial.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador para el lapso 2017-2021, creado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADE, 2017), como parte de su cuarto objetivo enfocado en fortalecer la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, así como reforzar la adopción del dólar como moneda oficial (dolarización), se abordan aspectos relacionados con las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

“...Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional en la contratación pública, garantizando mayor participación de las MIPYMES y de los actores de la economía popular y solidaria...” Con lo cual se reconoce la importancia de este tipo de organización para la economía nacional.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador en el país más del 90% de las empresas clasifican como PYMES y el sector agroindustrial ha desarrollado su crecimiento sostenido durante los últimos 20 años, existiendo en el país alrededor de 109 empresas agroindustriales de las cuales en la Provincia de Santo Domingo se encuentran 10 grandes empresas agroindustriales y un promedio de 28 PYMES relacionadas a la agroindustria.

## **1.2. Planteamiento y delimitación del problema**

La Responsabilidad Social en los últimos años se ha convertido en una de las problemáticas más relevantes y debatidas en nuestra sociedad. Este concepto se refiere a la obligación que tienen las empresas y organizaciones de contribuir al desarrollo sostenible del entorno en el que operan. En uno de los temas investigativos hace referencia al sector agroindustrial específicamente al sector arrocero, en donde la comunidad ha expresado su descontento con la falta de compromiso social por parte de dicho sector.

La responsabilidad social se define como responsabilidad por los impactos sociales y ambientales de las organizaciones. Es el resultado de los cinco años de discusiones entre todas las partes interesadas a nivel mundial que dirige la International Organization for Standardization para construir la “Guía de responsabilidad social ISO 26000” publicada en 2010 Capron et al. (2011).

Existe una diferencia entre la responsabilidad por impactos y la responsabilidad por actos. El análisis se enfoca en un tipo de responsabilidad que no se relaciona con la discusión de las obligaciones morales y legales relacionadas con los actos, sino que se centra en la asignación de responsabilidad a aquellos que causan un efecto determinado.

Es el punto neurálgico que define la ineficacia actual de la RSE: el hecho de no distinguir claramente el trecho que existe entre los actos y los impactos.

### **1.3. Preguntas de investigación**

Los elementos anteriores condujeron a formular el siguiente problema de investigación, en este caso en las empresas del sector agroindustrial donde estas toman medidas para mejorar sus relaciones con la comunidad y minimizar su impacto ambiental. En este sentido, resulta relevante plantear preguntas que permitan conocer cómo actúa la RSE en este ámbito.

- ¿Cuáles son las acciones de RSE que realizan las empresas agroindustriales de Santo Domingo de los Tsáchilas?
- ¿Cuál es el nivel de compromiso y conciencia social que tienen las empresas agroindustriales en Santo Domingo de los Tsáchilas?
- ¿Existen iniciativas o estrategias innovadoras que estén siendo implementadas para mejorar la comunicación y promoción de la Responsabilidad Social en el sector agroindustrial de Santo Domingo?
- ¿Cómo se comunican estas acciones a la comunidad y otros actores interesados?
- ¿Qué canales de comunicación utiliza el sector agroindustrial para dar a conocer su compromiso con la RSE?

### **1.4. Justificación**

Ante la constante expansión y migración de las empresas a las redes sociales es vital analizar a las empresas en el sector agroindustrial y las prácticas de RSE que juegan un papel crucial en la garantía de una producción sostenible y justa. Sin embargo, una

preocupante tendencia ha surgido en los últimos años, por tal motivo se va a investigar la falta de comunicación entre los diferentes actores involucrados en este sector desde los productores hasta los consumidores, abarcando a los trabajadores, los proveedores y los reguladores.

Cardoso et al. (2011). planteó que la falta de diálogo y de transparencia entre los actores involucrados en el sector agroindustrial puede tener consecuencias desastrosas en términos de impacto ambiental, social y económico. Es necesario, por lo tanto, fomentar una cultura de comunicación abierta y colaborativa, en la que cada uno pueda aportar su experiencia y conocimiento para construir un futuro más justo y sostenible para todos.

Las empresas del sector agroindustrial que asumen la responsabilidad social empresarial deben enfrentar un gran reto puesto que tienen que lograr ofrecer un servicio de calidad que responda a los intereses de sus clientes y con ello asegurar su lealtad. Además, debe garantizar el cumplimiento de regulaciones sanitarias que eviten cualquier tipo de enfermedad alimentaria que afecte su imagen u ocasione afectaciones que deriven en procesos legales u indemnizaciones.

De acuerdo con el Programa de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para el 2030 en Santo Domingo los servicios de restauración garantizan el empleo a 625 personas y aseguran \$537.687,00 de recaudación tributaria, cifras que ilustran la diversidad de servicios que existen en la provincia.

Estas entidades al ser generalmente de formación empírica presentan un grupo de características que limitan el ofrecimiento de los servicios calidad, entre las que destacan:

- Sus administradores, en la mayoría de los casos, no poseen formación relativa a la responsabilidad social empresarial.
- No se dispone de un sistema de gestión documental que asegure la estandarización del sistema.

- No poseen un sistema de gestión de recursos humanos que garantice el nivel de competencia requerido para el personal.
- No se cuenta con un sistema de evaluación y selección de proveedores que permitan asegurar la calidad de los suministros.
- No se aplica el enfoque de proceso.
- No se asegura la orientación al cliente.
- No se registran los incidentes relativos a la calidad que permitan un análisis posterior en base al cual desarrollar futuros programas de mejora.
- No se realiza un seguimiento de la calidad del proceso o de los resultados.
- No se aplican estudios de mercados para identificar las expectativas de los clientes.
- No se maneja un plan de comunicación para clientes internos o externos.
- No se prioriza la imagen corporativa, ni estrategias de comunicación.

Por todo lo anterior se puede afirmar que es posible identificar oportunidades de mejora de la comunicación de las acciones que desarrolla el sector agroindustrial en relación a la responsabilidad social empresarial.

## **1.5. Objetivos de investigación**

### **1.5.1. Objetivo general**

Definir el estado actual de las principales empresas del sector agroindustrial a fin de conocer sus acciones con la Responsabilidad Social Empresarial y el medio a través del cual comunican dichas acciones en la ciudad de Santo Domingo, Ecuador.

### 1.5.2. **Objetivo específico**

- Determinar las principales empresas del sector agroindustrial en la ciudad
- de Santo Domingo de los Colorados comprometidas con la RSE.
- Analizar la comunicación de las acciones RSE a sus *stakeholders*
- de las empresas del sector agroindustrial de Santo Domingo.
- Examinar las ventajas competitivas que se obtienen al aplicar la RSE
- como estrategia.

## 2. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. El Sector Agroindustrial en el Ecuador

Desde sus inicios comerciales, el Ecuador ha estado atrapado en una economía extremadamente dependiente del petróleo y la producción agrícola. Su primer cultivo comercial de cacao no es suficiente para sostener su estructura económica actual. Además, las políticas implementadas con supuesto fin de beneficio positivo han sido desastrosas y caóticas; generando un impacto negativo significativamente profundo dentro de la sociedad ecuatoriana Peralta et al. (2018).

El sector agroindustrial en el Ecuador ha tenido un papel importante en la economía del país, ya que representa una fuente de empleo y generación de divisas. En los últimos años, se han implementado diversas políticas y estrategias para impulsar su desarrollo y mejorar la competitividad del sector.

Una de las principales áreas de enfoque ha sido el impulso de la producción agrícola y pecuaria, mediante la adopción de técnicas modernas y el fomento de la investigación y el desarrollo tecnológico. Se han promovido programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los agricultores y ganaderos, con el objetivo de mejorar sus prácticas y optimizar la productividad de sus cultivos y ganado.

Por otro lado, Quevedo (2013) destaca la importancia de la agroindustria en el país y se mencionan algunos de los principales cultivos y productos que se producen en el sector. Además, se hace énfasis en la necesidad de mejorar la productividad y la calidad de los productos para poder competir a nivel internacional. En este sentido, el gobierno ha buscado fortalecer las alianzas público-privadas, incentivando la participación del sector privado en la promoción y el desarrollo de proyectos agroindustriales. La colaboración entre actores públicos y privados ha permitido la implementación de programas y proyectos conjuntos, así como la transferencia de conocimientos y tecnologías.

En relación al sector agroindustrial, es importante destacar que el gobierno ecuatoriano ha implementado diversas medidas para fomentar la inversión en este ámbito. En concreto, se han establecido una serie de incentivos fiscales y financieros destinados a aquellas empresas que decidan invertir en proyectos relacionados con la agricultura y la industria alimentaria.

Planella et al. (1983) aunque una sociedad está altamente desarrollada, siempre habrá necesidad de modificar o cambiar las materias primas. No obstante, el término "agroindustria" surgió recién en la década de 1960. También se observó que el "sector agropecuario" engloba la gestión, conservación e industrialización de las materias primas provenientes de la agricultura, la cría de animales, la explotación forestal y la pesca.

El sector agrícola se refiere a los sectores productivos de la economía manufacturera, bienes manufacturados que tienen bienes agrícolas como materias primas y ganado. Un eslabón importante en este proceso es el complejo agroindustrial desarrollo de la economía porque aprovecha la abundancia de la producción primaria, como en el caso de la economía del Ecuador y el comercio de esos productos en productos de mayor valor agregado con mejores beneficios comerciales que sus antecesores productivos Naranjo y Burgos (2018).

El sector agrícola, ha presentado varios problemas, durante varias décadas, la sierra fue el centro para el desarrollo de las actividades agrícolas, en donde el campesino se lo consideraba como un instrumento más de las haciendas. En el factor económico y laboral es el sector donde se evidencia las grandes diferencias que existen entre los propietarios de fortunas, los hacendados y los campesinos, estos aparte de ser pobres pasaban endeudados de por vida y al morir ellos las deudas se transmitían a sus hijos. Con el propósito de darle un gran impulso a la industria en el Ecuador, se redujo aún más la atención que se le dedicaba a este sector García et al. (2018).

En el Ecuador, el sector agropecuario tiene gran importancia para la economía, ya que al mes de abril del 2023 según información proporcionada en la página web del INEC,

la actividad de Agricultura y Minas representa el 32,7% de la población económicamente activa. En el ámbito económico la agricultura es considerada una de las principales actividades que genera grandes ingresos a la economía del Ecuador. La participación de este sector frente al PIB la ha convertido en uno de los principales pilares de la economía nacional.

## **2.2. Impacto del sector agroindustrial en el cantón Santo Domingo de los Colorados.**

El cantón de Santo Domingo de los Colorados, pese a ser una de las ciudades con menos años de colonización ha desarrollado en los últimos 50 años un crecimiento sostenido tanto en su comercio como en su población, siendo un centro de acopio y referente para el cultivo y ganadería debido a su ubicación estratégica y a la diversidad de su población, esta región se ha convertido en un importante centro económico y cultural del país.

Desde su época de colonización, Santo Domingo se ha convertido en un crisol de la identidad ecuatoriana gracias a las aportaciones de migrantes con habilidades productivas. Con el crecimiento y el desarrollo económico, las principales actividades económicas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas son el comercio (60%), la manufactura (12%), la agricultura y la ganadería (10%) y la construcción (10%). Torres, W. (2023).

Como se mencionó anteriormente La agricultura y la ganadería, que representan aproximadamente el 10% de la economía provincial, también desempeñan un papel crucial en el desarrollo sostenible de Santo Domingo de los Tsáchilas. La provincia cuenta con una rica tierra fértil y condiciones climáticas propicias que permiten la producción de diversos cultivos, como banano, cacao, café, frutas tropicales, hortalizas, así como la cría de ganado bovino, porcino y avícola. Estas actividades no solo generan empleo y contribuyen a la seguridad alimentaria, sino que también promueven la exportación de productos agrícolas y ganaderos a otros mercados nacionales e internacionales.

Conforme han pasado los años, los diferentes gobiernos han realizado diferentes políticas y proyectos que buscan direccionar a este sector a un mejor futuro, en la última década, se ha buscado dar un giro a la producción tradicional con el cambio de matriz productiva, que consistía en dar un valor agregado a la producción, enfocado en una sociedad del conocimiento, utilizando recursos amigables con el medio ambiente y la tecnología. Con ello se encaminaba a una diversificación en las exportaciones de los productos buscando, además, nuevas relaciones comerciales.

En conclusión, Santo Domingo de los Tsáchilas se ha convertido en un referente económico en Ecuador gracias a la diversidad de sus actividades productivas. El comercio, la manufactura, la agricultura y ganadería, así como la construcción, son pilares fundamentales para el crecimiento y desarrollo sostenible de la provincia. El legado de los migrantes y la contribución de los habitantes locales han forjado una identidad única y próspera en Santo Domingo de los Tsáchilas, que continúa siendo un motor económico y cultural en el país.

### **2.3. Principales empresas agroindustriales del cantón Santo Domingo de los Colorados.**

Según la información presentada por las empresas ante la Superintendencia de Compañías, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas existen 302 compañías activas relacionadas con la actividad agroindustrial. De la cual no todas cumplen con los requisitos o actividades ya que de estas solo 43 se encuentran económicamente activas, y otras tienen sus oficinas en la ciudad de Santo Domingo, pero su domicilio fiscal pertenece a otras provincias, tal es el caso de Pronaca, la misma tiene sus oficinas en la ciudad de Santo Domingo y granjas y Centro de Faenamiento de Aves en la parroquia Valle Hermoso pero su domicilio fiscal se encuentra en la ciudad de Quito, por lo cual estadísticamente esta información disminuye las empresas objeto de investigación ya que esta sería la principal de nuestro sector.

## 2.4. La Responsabilidad Social Empresarial y la Comunicación

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que se refiere a la capacidad de las empresas de contribuir al desarrollo sostenible y a la mejora del bienestar social y ambiental. La comunicación es una herramienta clave para la implementación efectiva de la RSE, ya que permite a las empresas informar a sus *stakeholders* sobre sus iniciativas y logros en materia de responsabilidad social.

Según Kotler y Lee (2005), la comunicación de la RSE debe ser transparente, honesta y veraz, y debe estar basada en hechos concretos y medibles. Asimismo, las empresas deben ser capaces de demostrar el impacto positivo de sus iniciativas en la sociedad y el medio ambiente. Para ello, es importante establecer indicadores de desempeño y realizar informes de sostenibilidad que permitan evaluar el progreso y los resultados obtenidos.

En este sentido, la comunicación de la RSE no debe limitarse únicamente a la difusión de logros y beneficios, sino que también debe abordar los desafíos y las áreas de mejora. Reconocer los impactos negativos y los riesgos asociados a las operaciones de la empresa es fundamental para generar confianza y construir relaciones sólidas con los *stakeholders*. Asimismo, es importante comunicar los compromisos y metas a futuro, demostrando la voluntad de la empresa de seguir avanzando en su contribución positiva a la sociedad y al medio ambiente.

Por otro lado, la comunicación también puede ser utilizada como una herramienta para involucrar a los *stakeholders* en el proceso de RSE. Las empresas pueden utilizar diferentes canales de comunicación para informar a sus *stakeholders* sobre sus iniciativas, escuchar sus opiniones y sugerencias, e involucrarnos en la toma de decisiones. De esta manera, se fomenta una cultura de diálogo y colaboración que contribuye a fortalecer la reputación corporativa y a generar valor compartido.

Para entender la importancia y la influencia que tienen los públicos sobre la imagen de una organización, es necesario entender en términos de interacciones sociales. Para esto, se establecen tres premisas básicas de este enfoque: en primer lugar, se establece que: los humanos actúan frente a las cosas basándose en las significaciones que estas tienen para ellos, en otras palabras, la gente opera sobre la base del significado que le atribuye a los objetos y situaciones que le rodean. Como segundo punto, el autor establece, que la significación de estas cosas deriva o surge de la interacción social que un individuo tiene con los demás actores Blumer (2020).

Entonces se puede decir que la RSE es una iniciativa que contrae la organización para desarrollar sus actividades de manera sostenible, comprometiéndose con el desarrollo no solo de la entidad sino también por el de la sociedad en general, aportando directamente a este. Una empresa socialmente Responsable es aquella que realiza sus prácticas éticamente pensando en el bien común de la sociedad, el medio ambiente, etc.

Dentro de este proceso, qué significa y qué papel cumple la comunicación dentro de esta interacción. Entendiendo que cada uno depende del otro, no existe comunicación sin interacción, y según autores como Mead en todo este proceso las personas aprenden símbolos, es decir, un lenguaje a través del cual pueden nombrar los significados de objetos.

En resumen, la comunicación de la RSE debe ser transparente, honesta y veraz, basada en hechos concretos y medibles. Las empresas deben mostrar el impacto positivo de sus iniciativas, establecer indicadores de desempeño y realizar informes de sostenibilidad que permitan evaluar su progreso. Además, la comunicación de la RSE debe ser a largo plazo, involucrar a los diferentes grupos de interés, abordar tanto los logros como los desafíos, y ser coherente con las prácticas y comportamientos empresariales. Solo a través de una comunicación efectiva y comprometida se podrá construir una relación sólida y confiable entre la empresa y sus *stakeholders*, contribuyendo así a un desarrollo sostenible y responsable.

## 2.5. Comunicación estratégica en la actualidad

La comunicación estratégica se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas y organizaciones en la actualidad. La capacidad de transmitir un mensaje claro y efectivo a los diferentes públicos es clave para el éxito de cualquier empresa u organización. En este sentido, la comunicación estratégica se enfoca en la planificación, ejecución y evaluación de las acciones comunicativas que se llevan a cabo en una empresa u organización.

La comunicación estratégica se enfoca en la creación de una imagen positiva de la empresa u organización y en el fortalecimiento de las relaciones con los diferentes públicos. Además, esta herramienta también se utiliza para gestionar situaciones de crisis y conflictos que puedan afectar a la reputación de la empresa por lo tanto está en constante evolución para adecuarse a las transformaciones de la sociedad.

Antes existía una comunicación masiva regulada, que se basaba en la propaganda y la promoción asimétrica y unilateral, pero en la actualidad, nos encontramos en una nueva era de información multimedia en la red, donde se busca mejorar los lazos entre el consumidor y la organización Altamirano et al. (2021)

Además, se destaca que, en la actualidad, la comunicación estratégica debe estar adaptada a los medios digitales y redes sociales. Las empresas deben tener una presencia activa en estas plataformas y utilizarlas para transmitir su mensaje a los diferentes públicos. En este sentido, la comunicación estratégica es una disciplina que busca establecer objetivos claros y definidos, identificar los públicos de interés y diseñar acciones específicas para llegar a ellos. Además, esta disciplina se enfoca en la creación de mensajes claros y coherentes que permitan transmitir la imagen deseada por la empresa u organización.

Altamirano (2019) destaca la importancia de la comunicación estratégica en el contexto actual, donde las redes sociales y otros medios digitales han transformado la forma en que las empresas se relacionan con sus públicos de interés. En este sentido, la

comunicación estratégica debe adaptarse a las nuevas tecnologías y plataformas digitales para lograr una mayor efectividad en su mensaje.

Los conceptos de estrategia aplicado al campo de las comunicaciones empresariales ofrecidos desde una óptica general, por momentos tienden a diluir las explicaciones y discusiones del concepto; la extensión y alcance que se le atribuyen hacen a veces difusas las aplicaciones que se buscan del concepto, para la gestión de la empresa. Algunos autores señalan que la estrategia comunicativa consiste en reforzar e intensificar las actitudes y conductas ya presentes en los objetivos, lo cual adopta la forma de una intensificación de actitudes favorables por medio de sencillas técnicas de refuerzo; esta perspectiva general pone el énfasis en la estrategia como una forma organizada del esfuerzo colectivo, para lo que los autores centraron su atención en el fenómeno del grupo al interior de la empresa.

## **2.6. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que ha evolucionado a lo largo del tiempo. En sus inicios, la RSE se centraba en la filantropía y la caridad, pero con el tiempo se ha expandido para incluir aspectos más amplios de responsabilidad social y ambiental. La historia de la RSE se remonta a principios del siglo XX, cuando algunas empresas comenzaron a preocuparse por el bienestar de sus trabajadores y las comunidades en las que operaban. Sin embargo, no fue hasta la década de 1950 que el término "Responsabilidad Social Empresarial" comenzó a utilizarse con regularidad Correa (2007).

Sin embargo, este enfoque cambió en la década de 1960, cuando surgieron movimientos sociales como el movimiento por los derechos civiles y el movimiento ambientalista. Las empresas comenzaron a darse cuenta de que su responsabilidad social era mucho más amplia que simplemente hacer donaciones. Comenzaron a expandirse para incluir aspectos más amplios de responsabilidad social y ambiental. Las empresas

comenzaron a preocuparse por temas como los derechos humanos, la igualdad de género, el medio ambiente y la sostenibilidad.

En este mismo sentido durante la década de los noventa y el inicio del siglo XXI surgieron nuevos temas de interés, como la ética en los negocios o la teoría de los grupos de interés. De esta forma, las empresas buscan presentar una imagen transparente ante el público, lo que resulta beneficioso. Se trata de una actividad planificada y proactiva, impulsada por la orientación hacia la responsabilidad social y las políticas de mercadeo de las compañías, ya que, de lo contrario, podrían quedarse atrás en términos de competitividad.

Además, es fundamental que las empresas incorporen en su comunicación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una perspectiva a largo plazo, mostrando su compromiso continuo con la sostenibilidad y el bienestar de la sociedad. Esto implica no solo informar sobre las acciones y programas llevados a cabo, sino también involucrar a los diferentes grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y organizaciones no gubernamentales, en un diálogo abierto y transparente.

La comunicación de la RSE no debe limitarse únicamente a la difusión de logros y beneficios, sino que también debe abordar los desafíos y las áreas de mejora. Reconocer los impactos negativos y los riesgos asociados a las operaciones de la empresa es fundamental para generar confianza y construir relaciones sólidas con los *stakeholders*. Asimismo, es importante comunicar los compromisos y metas a futuro, demostrando la voluntad de la empresa de seguir avanzando en su contribución positiva a la sociedad y al medio ambiente.

La comunicación efectiva de la RSE implica utilizar diferentes canales y herramientas de comunicación, adaptados a los diferentes públicos objetivo y teniendo en cuenta sus características y preferencias. Desde informes de sostenibilidad y memorias corporativas hasta el uso de plataformas digitales y redes sociales, las empresas deben buscar la forma más adecuada de transmitir su compromiso y acciones en materia de RSE.

Además, es esencial que la comunicación de la RSE sea coherente con las prácticas y comportamientos reales de la empresa. No basta con comunicar buenas intenciones, es necesario que las acciones y decisiones empresariales reflejen los valores y principios en los que se sustenta la RSE. La coherencia entre lo que se comunica y lo que se hace fortalece la credibilidad y la reputación de la empresa, generando confianza y lealtad por parte de los *stakeholders*.

## **2.7. Normas ISO 26000**

Esta norma pretende que las organizaciones asuman la responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad y el medio ambiente. En abril de 2001, el comité ISO sobre política de los consumidores (COPOLCO) publicó un informe sobre el valor de los estándares de responsabilidad social corporativa (RSC). En él se concluyó que, desde una perspectiva del consumidor, la ISO estaba capacitada para emprender un estándar internacional de responsabilidad social. COPOLCO sugirió entonces la necesidad de que la ISO configurara un grupo consultivo que involucre a las principales partes interesadas con el objeto de investigar el tema en profundidad.

Fruto del informe del SAG y de los alentadores resultados de Estocolmo, el consejo de gestión técnica de la ISO (TMB) propuso la creación de un nuevo grupo de trabajo (ISO/TMB/WG/SR) para elaborar un documento definitivo que brinda las directrices voluntarias sobre responsabilidad social.

La Organización Internacional para la Normalización, ISO, ha desarrollado una Norma Internacional, una guía para la responsabilidad social (RS) por ser una necesidad de las organizaciones, tanto del sector público como del privado. Bajo el contexto anterior se define: “ISO 26000 es una norma internacional que ofrece una guía para integrar la responsabilidad social en todo tipo de organizaciones, con el fin de ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible” (Ardagoña & Isea, 2014).

## **2.8. La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador**

En Ecuador, se han implementado modificaciones en la legislación y requisitos para las empresas, lo que ha generado una creciente preocupación del sector privado por el impacto de sus acciones en diferentes ámbitos. Como nuevas corrientes de pensamiento, se ha adoptado el humanismo contemporáneo y la ética empresarial y ecológica. Villacis et al. (2016).

La corriente de pensamiento denominada humanismo se concentra en resaltar la importancia y mérito de cada individuo, considerándolo un ser inteligente con la habilidad de realizar buenas acciones y descubrir la verdad. Esta concepción se enfoca en elevar a la humanidad a un nivel más alto y nos guía a pensar que todas las acciones de una persona deben tener como objetivo el bienestar colectivo.

En este sentido Villacis et al. (2016) cuando las empresas operan en un determinado entorno, adquieren responsabilidades y compromisos con el mismo. Ahora, no solo se enfocan en obtener ganancias económicas, sino que también se preocupan por su entorno, accionistas, empleados, consumidores y proveedores. La empresa debe seguir principios éticos en su conducta, los cuales no solo se refieren a la ética individual, sino también a la ética de la empresa y de la comunidad en general. Al actuar de esta manera, las empresas logran ganar la confianza de la sociedad y se involucran en un proceso de desarrollo completo tanto interno como externo.

En conclusión, la Responsabilidad Social Empresarial es un tema cada vez más relevante en el Ecuador, tanto a nivel gubernamental como empresarial. La promoción de la RSE puede contribuir a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas, así como a generar valor compartido con la comunidad y el medio ambiente.

## **2.9. Difusión de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial**

La difusión de estas acciones es importante para generar conciencia sobre la importancia de la RSE y fomentar su práctica en otras empresas. Tal como se ha señalado, en Ecuador la interpretación de RSE se ha centrado en la filantropía, la caridad, las donaciones y la ayuda a los necesitados. Por lo tanto, IRSE se propone difundir los verdaderos significados y elementos de RSE con el objetivo de orientar, informar y ser una guía para la sociedad (Instituto de Responsabilidad Social Empresarial, 2012)

Al adoptar criterios de Responsabilidad Social Empresarial, las empresas son conscientes que sus acciones afectan de forma distinta cada uno de sus grupos de interés y actúan en consecuencia. Modificando su forma clásica de administración de las empresas, a una multilateral en la que participan todos los grupos de interés, que incluye accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, administradores, inversores y comunidad.

Se incorporan también preocupaciones sociales, medioambientales de los grupos de interés en el diseño de la estrategia. Modificando así el proceso de toma de decisiones al añadir criterios de eficiencia, eficacia y productividad.

En mercados competitivos, con información perfecta y ausencia de externalidades, el beneficio social se optimiza cuando todas las empresas consiguen maximizar su valor en el mercado Jensen (2001). Desde esta perspectiva, la RSC puede justificarse cuando existen fallos de mercado y se incumple alguno de los supuestos. En ese caso, las prácticas de RSC pueden ser útiles para reducir las asimetrías de información y neutralizar el efecto de las externalidades negativas.

En conclusión, la difusión de las acciones de RSE es fundamental para crear conciencia sobre su importancia y fomentar su práctica en otras empresas. Las empresas utilizan diversos medios como informes anuales, sitios web corporativos, redes sociales y estrategias de marketing para difundir sus acciones de RSE. Además, la creciente demanda por parte de los consumidores y otros grupos de interés ha contribuido a la difusión de la RSE en los últimos años.

### 3. METODOLOGÍA

En el desarrollo de la presente investigación se consideran diferentes tipos de estudio entre los cuales de acuerdo a las características se ajusta mejor a la investigación las de tipo mixta dado que se utilizarán elementos propios de la investigación cualitativa y de la cuantitativa.

Además, esta investigación se considera exploratoria ya que es la primera vez que se realiza este tipo de estudio en el sector agroindustrial de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas organización y por tanto debe permitir establecer una visión general del objeto de investigación. También es descriptiva, debido a que en ella se precisa el detalle de las características y requerimientos que las empresas deben implementar para la comunicación de las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio.

#### 3.1. Enfoque y tipo de investigación.

Se considera que se aplicará la modalidad de campo ya que los datos necesarios para su desarrollo serán obtenidos en las empresas objeto de estudio, con la colaboración de fuentes de investigación y catedráticos que brindarán su aporte a la presente investigación. Método histórico lógico considerando que se investigara la evolución histórica de la Responsabilidad Social Empresarial, para caracterizar las regularidades que se han manifestado en la aplicación de las normas ISO 26000.

El método inductivo, para poder elaborar un diagnóstico de la situación administrativa y operativa de las empresas mediante la observación de hechos o acontecimientos de carácter particular dentro del objeto de estudio.

Método Deductivo, este método parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular para la búsqueda de soluciones teóricas ante el planteamiento del problema expuesto.

Método de análisis y síntesis dado que se aplicará al analizar la información, al realizar las diferentes interpretaciones de los resultados del estudio de campo y en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Método sistémico estructural pues se buscará comprender y analizar cada uno de los elementos que intervienen en el objeto de estudio además de caracterizar los resultados que del funcionamiento del sistema se generan.

De acuerdo con los datos financieros presentados por las empresas del sector agroindustrial a la Superintendencia de Compañías, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hay un total de 43 empresas. Sin embargo, no todas cumplen con los requisitos o se dedican plenamente a estas actividades. A partir de la población ya descrita, se definió una muestra que es una parte o subconjunto del universo que se selecciona para llevar a cabo la investigación. El tamaño de la muestra se definió con base en la siguiente ecuación estadística para proporciones poblacionales (Agencia de Estadística de Mercados SC, 2016).

Dónde:

$n$ = Tamaño de la muestra

$z=1,65$

$p= 0.50$

$q= 0.50$

$e= 0.50$

$N= 43$

Para la aplicación de la muestra se considera como población las empresas dedicadas a la exportación o distribución al por mayor de productos agroindustriales, puesto que las pequeñas empresas realizan una administración empírica careciendo de la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial o Normas de calidad que regulen los procesos respectivamente, por lo cual se considera una población de 43 empresas, mediante la aplicación de la fórmula la encuesta se aplicará a 23 empresas de la zona.

De acuerdo con los resultados alcanzados se diseñará un plan de acción que contemple entre otros aspectos: las acciones de mejora, los responsables, fecha de cumplimiento y recursos necesarios. La pertinencia de este plan de acción será evaluada mediante la consulta a expertos.

## 4. RESULTADOS

Después de realizar el levantamiento de la información a través de los instrumentos de investigación, (encuesta, y matriz), se tabularon los datos y se obtuvieron los siguientes resultados en relación con la comunicación de las acciones de responsabilidad social en el sector agroindustrial de Santo Domingo.

### 4.1. Encuesta Aplicada

En el contexto de la importancia de promover la sostenibilidad y la responsabilidad social, se realizó una encuesta basada en la investigación de Gallardo, (2013) divididas en tres dimensiones: social, la económica y la medioambiental con el objetivo de finalidad de explorar y analizar las prácticas empresariales en estos aspectos cruciales para un desarrollo sostenible.

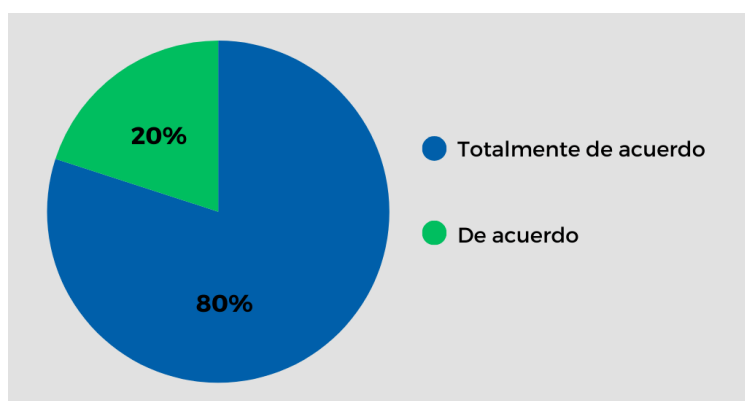
La primera Dimensión Social resalta la importancia para las empresas de mejorar sus conexiones con la sociedad, buscando generar impactos positivos y consolidar una reputación sólida como actores comprometidos con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Esta perspectiva sugiere que, al enfocarse en estas áreas, las empresas pueden no solo contribuir al bienestar social, sino también fortalecer su posición en términos de sostenibilidad y compromiso comunitario.

Con respecto a la primera pregunta de la encuesta aplicada: ¿Su empresa se preocupa por mejorar la calidad de vida de los empleados?, la mayoría de los encuestados expresaron su total acuerdo con la idea de que las empresas deben comprometerse con el bienestar de sus empleados y sus familias. Este enfoque se percibe como un elemento esencial para el crecimiento del sector agroindustrial de la provincia Tsáchilas

**Figura 1**

***Calidad de vida de los empleados en el Sector Agroindustrial. (Dimensión Social).***

¿Su empresa se preocupa por mejorar la calidad de vida de los empleados?



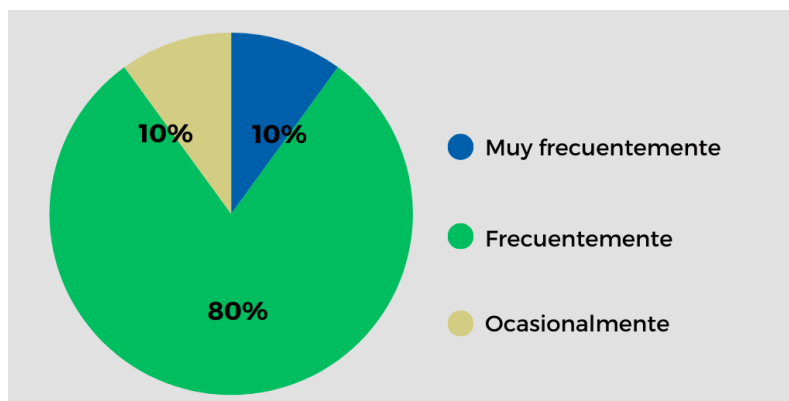
Nota: Elaboración Propia.

En relación a la segunda pregunta: ¿El salario de los empleados está relacionado con las competencias y los rendimientos que ellos obtienen?, los resultados de la encuesta revelan que el 80% de los participantes respaldan esta relación. Este dato sugiere que, según la percepción mayoritaria de los encuestados, existe una conexión sustancial entre el nivel salarial y las aptitudes de los empleados, así como el desempeño en sus roles laborales. Este consenso podría tener implicaciones significativas para comprender la importancia atribuida por los trabajadores a la relación entre sus competencias y la remuneración recibida.

**Figura 2**

***Salario de los empleados en relación con las competencias y rendimientos que ellos obtienen. (Dimensión Social).***

¿El salario de los empleados está relacionado con las competencias y los rendimientos que ellos obtienen?

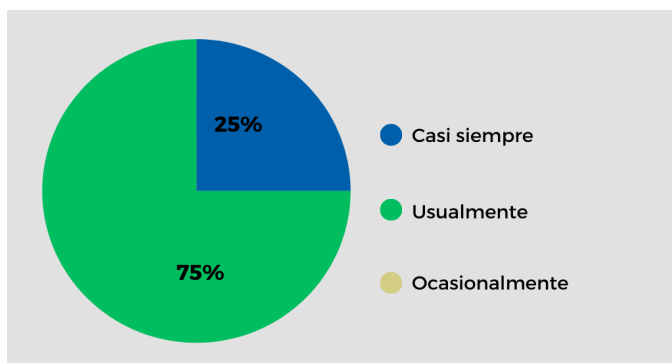


Nota: Elaboración propia.

La tercera interrogante que abordamos se centra en la disposición de la empresa para la creación de empleo. Sorprendentemente, menos de la mitad de las empresas muestran un compromiso genuino con la generación de nuevos puestos de trabajo. Este hallazgo destaca la necesidad crítica de promover políticas y prácticas empresariales que fomenten la creación de empleo como un elemento esencial de su contribución a la comunidad y el desarrollo económico local.

**Figura 3*****Compromiso de la empresa con la creación de nuevos puestos de trabajo.  
(Dimensión Social).***

¿La empresa está comprometida con la creación de nuevos puestos de trabajo?

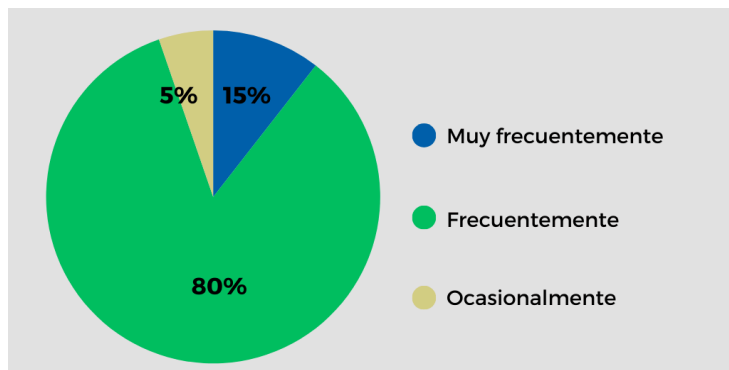


Nota: Elaboración Propia.

La cuarta interrogante que aborda el compromiso de la empresa con la formación y desarrollo profesional de sus empleados. Es destacable observar que, a nivel provincial, las empresas no solo participan activamente en procesos de aprendizaje, sino que también desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento de las habilidades de sus empleados. Este enfoque resalta la importancia de cultivar un entorno laboral que no solo fomente el crecimiento individual, sino que también contribuya al desarrollo sostenible de la fuerza laboral en la comunidad.

**Figura 4****Formación y desarrollo profesional de los empleados. (Dimensión Social).**

¿Su empresa fomenta la formación y el desarrollo profesional de los empleados?



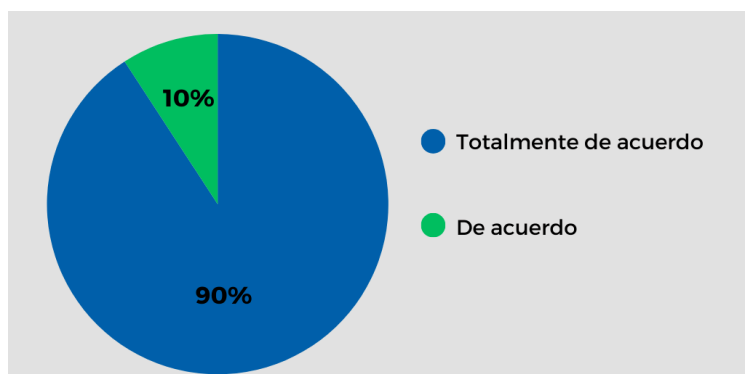
Nota: Elaboración Propia.

Por otra parte, la quinta pregunta es ¿En la empresa existen políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal? La gran mayoría expresa su acuerdo, lo que sugiere que este enfoque puede potenciar la satisfacción y el bienestar de los empleados. Este resultado, a su vez, podría incrementar la retención de talento, disminuir los niveles de estrés y elevar la productividad en el entorno laboral.

**Figura 5**

Flexibilidad laboral. (Dimensión Social).

**¿En la empresa existen políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal?**



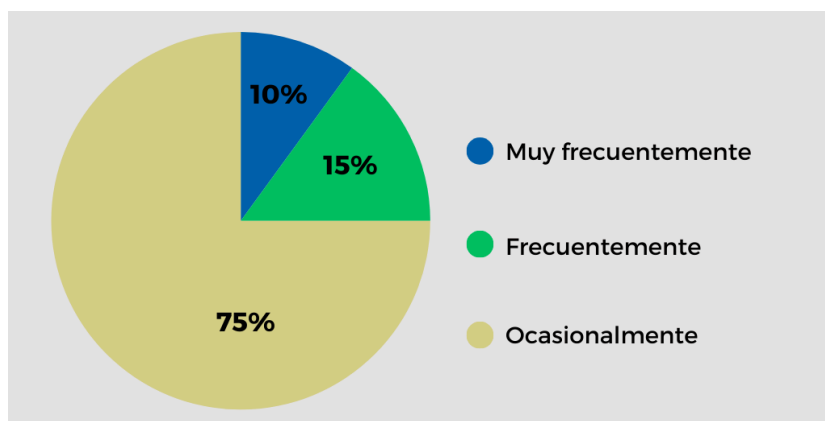
Nota: Elaboración Propia.

La sexta pregunta es: ¿Los directivos tienen en cuenta las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa? Según los resultados, en algunas ocasiones se toman en cuenta las sugerencias de los empleados. La falta de consideración hacia estas propuestas puede impactar negativamente en el compromiso y la motivación del personal, además de posiblemente resultar en decisiones de gestión menos efectivas debido a la ausencia de valiosas contribuciones de aquellos en roles operativos.

Figura 6

***Propuestas de empleados en las decisiones de gestión de la empresa. (Dimensión Social).***

¿Los directivos tienen en cuenta las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa?

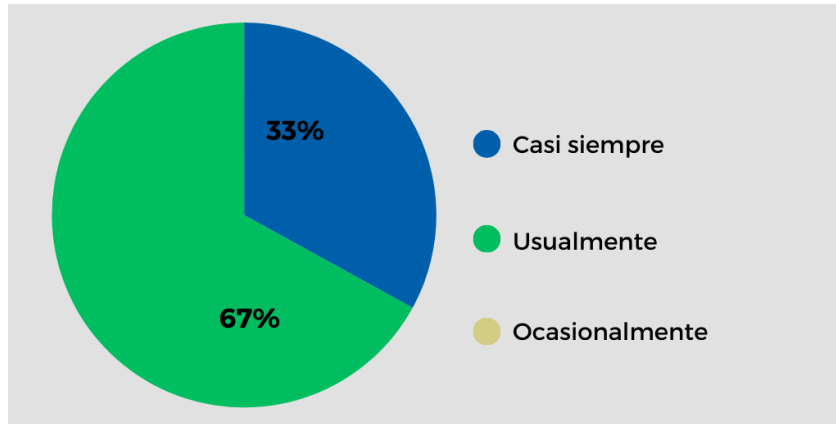


Nota: Elaboración Propia.

La última pregunta de la primera dimensión social de la RSE es: ¿Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados? El beneficio de esta pregunta radica en evaluar si la empresa promueve la igualdad de oportunidades, lo que puede fomentar un entorno de trabajo justo y diverso. Estas cualidades fortalecen la moral de los empleados, impulsan la retención del talento y mejoran la reputación de la empresa en términos de inclusión y diversidad, lo que puede atraer a candidatos de alto calibre.

**Ver Figura 7****Igualdad de oportunidades para todos los empleados. (Dimensión Social).**

¿Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados?



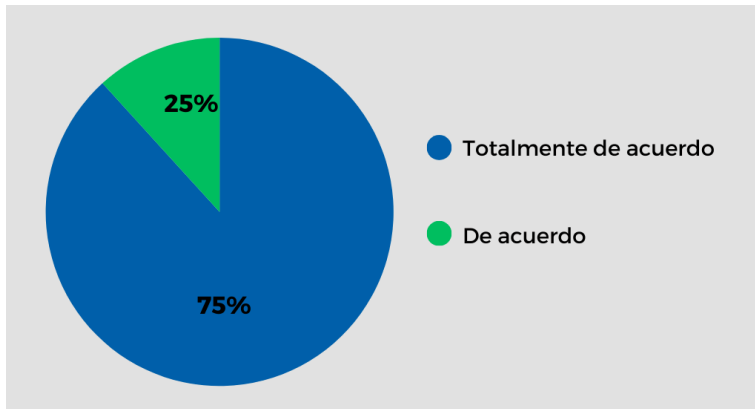
Nota: Elaboración Propia.

A continuación, el apartado de dimensión económica se refiere a uno de los aspectos fundamentales de la vida social y humana relacionado con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. En el ámbito del análisis y la comprensión de las sociedades, la dimensión económica se considera esencial, ya que influye significativamente en diversos aspectos de la vida de las personas y en la organización de las comunidades.

La octava pregunta aborda si la empresa mantiene niveles óptimos de precios en sus productos, en consonancia con la calidad ofrecida. Más del 70% de los encuestados afirmaron que sí, estableciendo así una relación equilibrada entre precios y calidad que influye directamente en la satisfacción del cliente y en la posición en el mercado.

**Figura 8*****Relación de precios con la calidad que ofrecen (Dimensión Económica).***

¿La empresa mantiene los mejores niveles de precios en relación con la calidad que ofrece?



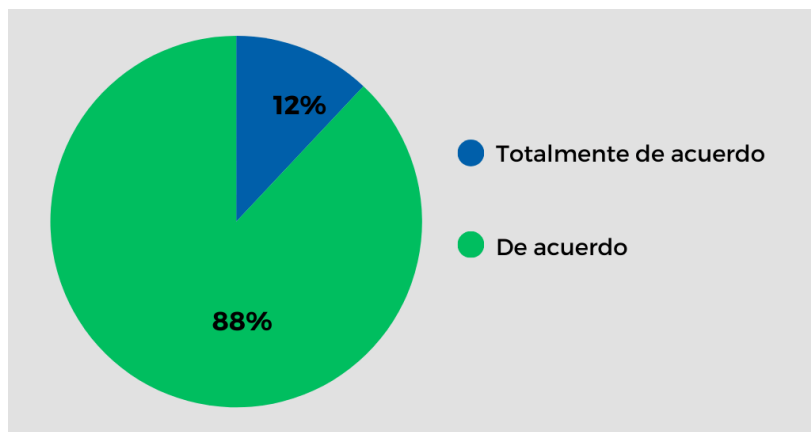
Nota: Elaboración Propia.

A continuación, analizaremos la dimensión económica, abordando cómo las decisiones económicas impactan en la sociedad. Este componente es esencial para entender el papel de las organizaciones en la responsabilidad social, ya que su éxito económico puede traducirse en un impacto positivo en la comunidad y prácticas comerciales sostenibles.

La novena pregunta es: ¿La empresa se preocupa por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a los clientes? La importancia de la pregunta radica en evaluar el compromiso de la empresa con la excelencia, asegurando que se esfuerce por ofrecer productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. En este apartado, la mayoría de los encuestados expresaron su conformidad con el enfoque de la empresa en este aspecto crucial para la satisfacción del cliente.

**Ver Figura 9*****Servicios de alta calidad a los clientes. (Dimensión Económica).***

¿La empresa se preocupa por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a los clientes?

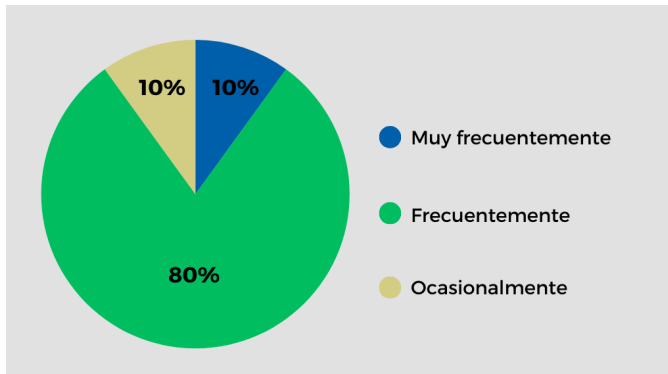


Nota: Elaboración Propia.

La décima pregunta indaga sobre si los productos o servicios de la empresa cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad. Los resultados fueron alentadores, ya que el 80% de los participantes expresaron confianza en que los productos y/o servicios de la empresa cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad. Este cuestionamiento es fundamental para evaluar la conformidad de los productos o servicios, garantizando la satisfacción del cliente y la competitividad en mercados nacionales e internacionales.

**Ver Figura 10*****Estándares nacionales e internaciones de calidad. (Dimensión Económica).***

¿Los productos y/o servicios de la empresa cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad?



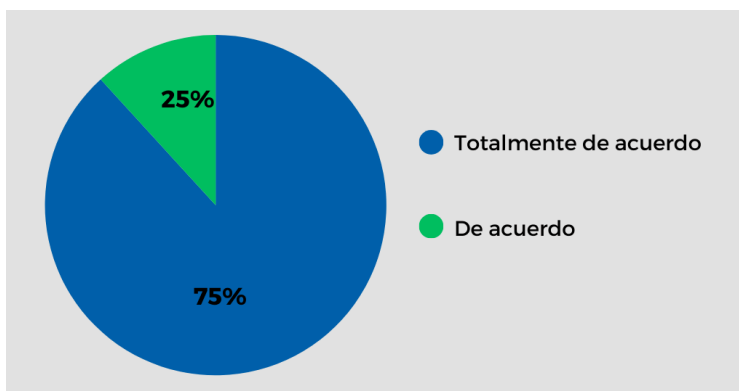
Nota: Elaboración Propia.

La décima primera pregunta es: ¿El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de la gestión de su empresa? Esta interrogante esencial para evaluar el compromiso ético de la empresa. Este respeto no solo consolida la confianza del cliente, sino que también impacta positivamente en la reputación y la fidelidad del mercado. Más del 70% de los encuestados confirmaron este compromiso.

### Figura 11

#### ***Respeto al derecho de los consumidores (Dimensión Económica).***

¿El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de la gestión de su empresa?



Nota: Elaboración Propia

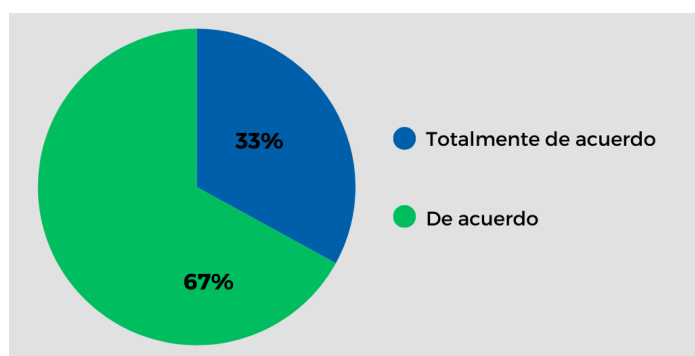
La dimensión Medio Ambiental de la RSE aborda de manera específica cómo las empresas pueden reducir de manera efectiva su impacto ambiental negativo y comprometerse de manera proactiva en la conservación de la naturaleza. Este aspecto crucial destaca la importancia de implementar estrategias y prácticas empresariales sostenibles que no solo minimicen los efectos perjudiciales en el entorno, sino que también fomenten la participación activa en la preservación y restauración de nuestros recursos naturales.

La décima segunda pregunta es la siguiente: ¿Considera usted que las acciones que hacen parte de la operación de la empresa ayudan a minimizar el impacto medioambiental? La mayoría de los encuestados recalcaron que están de acuerdo con esta práctica medioambiental lo que puede ayudar a identificar áreas de mejora en términos de sostenibilidad, lo que es fundamental para cumplir con regulaciones ambientales, mejorar la reputación de la empresa y satisfacer las expectativas de los clientes preocupados por el medio ambiente.

**Figura 12**

***Acciones de la empresa que ayuden a minimizar el impacto medioambiental.  
(Dimensión Medio ambiental).***

¿Considera usted que las acciones que hacen parte de la operación de la empresa ayudan a minimizar el impacto medioambiental?



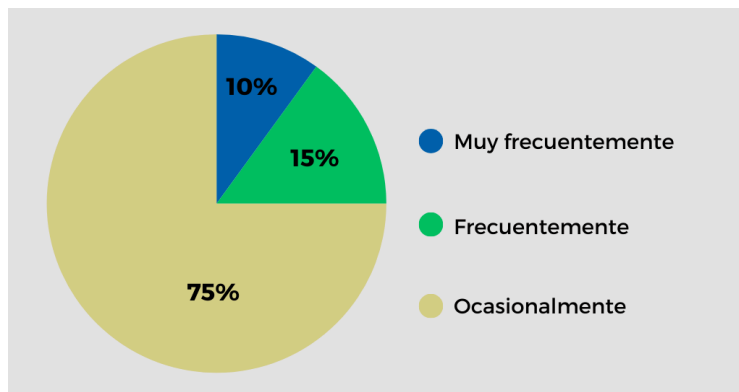
Nota: Elaboración Propia.

La décima tercera pregunta es: ¿La empresa utiliza en su operación productos de bajo impacto ambiental? El beneficio de esta pregunta es evaluar si la empresa utiliza productos con un menor impacto ambiental en sus operaciones. Esto puede contribuir a la reducción de la huella ecológica de la empresa y cumplir con estándares ambientales. Además, promueve la responsabilidad y la sostenibilidad, lo que puede mejorar la imagen de la empresa y atraer a consumidores comprometidos con el medio ambiente

**Figura 13**

***Operación de productos de bajo impacto ambiental (Dimensión Medio ambiental)***

¿La empresa utiliza en su operación productos de bajo impacto ambiental?

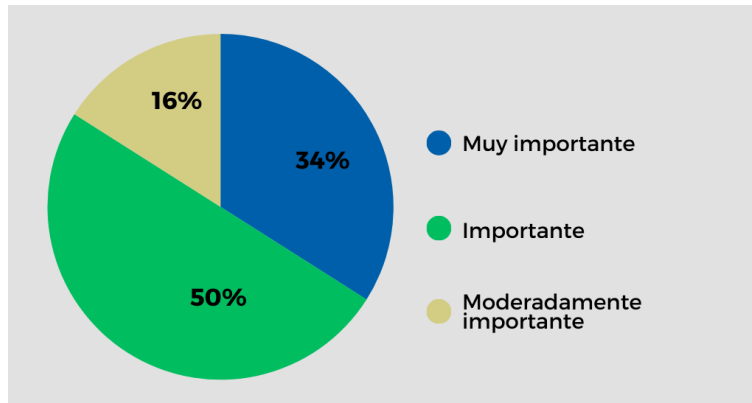


Nota: Elaboración Propia

La décima cuarta pregunta es: ¿Considera el ahorro de energía como parte integral de su operación para alcanzar niveles superiores de eficiencia? Aproximadamente la mitad de los encuestados resaltó la relevancia de esta práctica en sus actividades, lo que conlleva posibles beneficios como la reducción de costos operativos, una disminución en la huella de carbono y la consecución de metas de sostenibilidad. Más allá de sus ventajas financieras, esta medida fomenta la responsabilidad ambiental, posicionando a las empresas en una posición competitiva al satisfacer las expectativas de un mercado cada vez más interesado en la eficiencia energética.

**Figura 14.****Ahorro de energía. (Dimensión Medio ambiental).**

¿En su operación considera el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia?



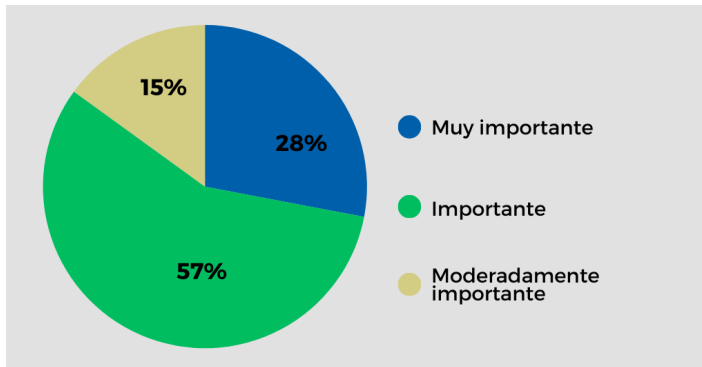
Nota: Elaboración Propia.

La décima quinta pregunta plantea: ¿Aprueba la implementación de fuentes de energía alternativa? Esta indagación tiene como propósito evaluar la percepción positiva hacia la adopción de fuentes de energía alternativa. El juicio de las personas en este aspecto proporciona una información valiosa acerca de su disposición para respaldar prácticas más sostenibles en la empresa, un elemento clave que puede influir en las decisiones de inversión destinadas a mejorar la imagen corporativa. Asimismo, este respaldo puede impulsar la transición hacia fuentes de energía más limpias, con beneficios que abarcan la reducción de costos a largo plazo y la contribución al cuidado del medio ambiente. Los resultados obtenidos en este ámbito arrojaron que el 57% están de acuerdo con implementar esta práctica.

**Figura 15**

***Ahorro de energía alternativa (Dimensión Medio ambiental).***

¿Valora positivamente la introducción de fuentes de energía alternativa?



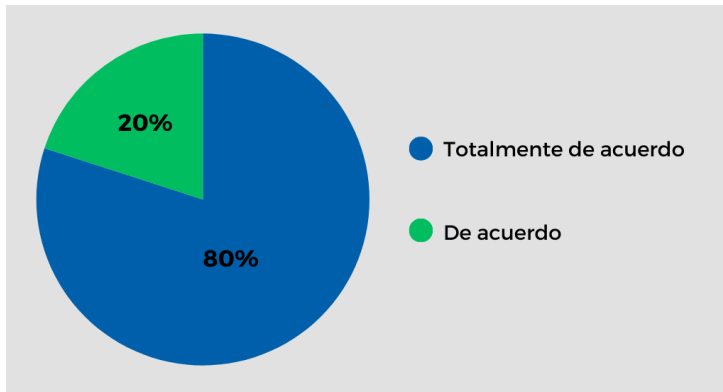
Nota: Elaboración Propia.

La décima sexta pregunta plantea: ¿La empresa reconoce la necesidad de planificar sus inversiones para reducir su impacto medioambiental? Este cuestionamiento tiene como objetivo evaluar la responsabilidad y el compromiso de la empresa con la sostenibilidad. Además, busca asegurar una utilización eficiente de los recursos destinados a la reducción de costos, el cumplimiento de regulaciones ambientales y la mejora de la reputación corporativa, al mismo tiempo que contribuye a la conservación del medio ambiente. Los resultados reflejan que más del 50% de los encuestados respaldan plenamente esta perspectiva.

**Figura 16**

***Inversiones en la reducción de impacto medioambiental. (Dimensión Medio ambiental).***

¿La empresa es consciente de que debe planificar sus inversiones en la reducción del impacto medioambiental que genera?



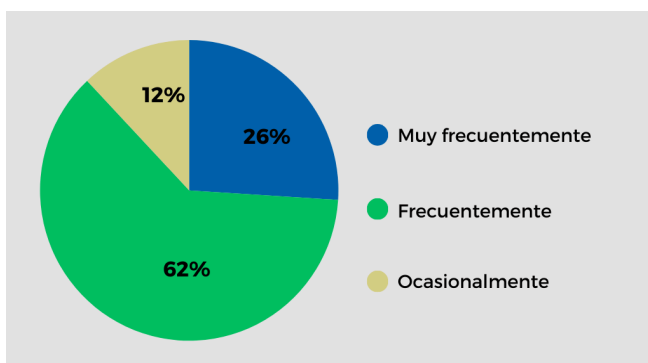
Nota: Elaboración Propia.

La décima séptima pregunta es: ¿La empresa pone en práctica acciones relacionadas con la reducción de emisión de gases, residuos y reciclaje de materiales? Esta interrogante evalúa el compromiso medioambiental de la empresa, contribuyendo así a la sostenibilidad y responsabilidad corporativa. Además, brinda información esencial acerca de sus prácticas eco amigables. Como resultado, se destaca que más de la mitad de los participantes activamente aplican prácticas de responsabilidad social en sus empresas.

**Figura 17**

***Acciones relacionadas con la reducción de emisión de gases, residuos y reciclaje de materiales. (Dimensión Medio ambiental).***

¿La empresa pone en práctica acciones relacionadas con la reducción de emisión de gases, residuos y reciclaje de materiales?



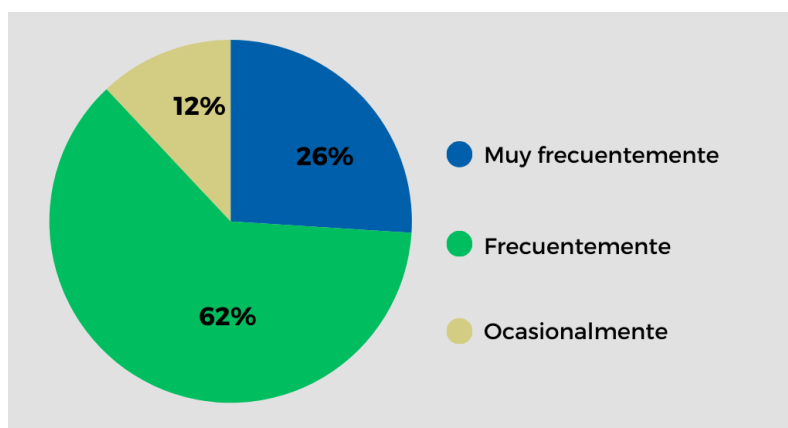
Fuente: Elaboración Propia

La décima octava pregunta trata sobre la predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos, esta impulsa a la adopción de prácticas sostenibles, fomentando la preservación ambiental y satisfaciendo la demanda de consumidores conscientes. El análisis arrojó que el 62% de los encuestados manifiestan una predisposición positiva hacia la utilización, compra o producción de artículos ecológicos. Este respaldo significativo proporciona una base sólida para promover y fomentar prácticas y productos respetuosos con el medio ambiente.

### Figura 18

#### ***Utilización, compra o producción de artículos ecológicos. (Dimensión Medio ambiental).***

¿Hay una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos?



Nota: Elaboración propia.

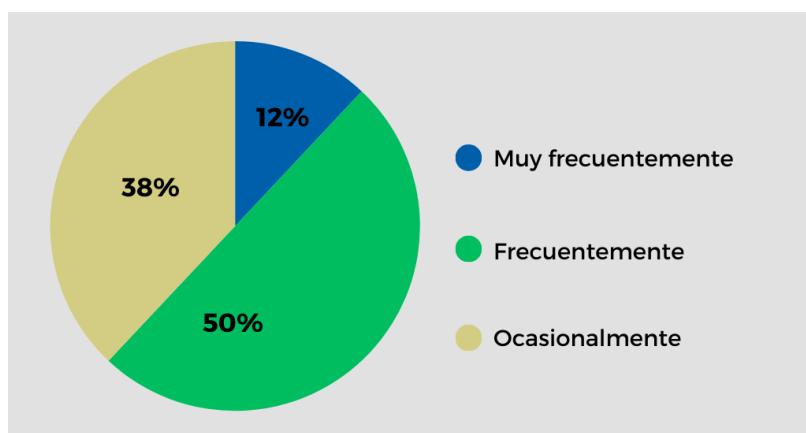
La décima novena pregunta aborda el uso de envases y embalajes reciclables, siendo crucial para mitigar la contaminación, reducir residuos y fomentar la sostenibilidad ambiental. Esta interrogante se integra en una serie de preguntas diseñadas para evaluar diversas prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector agroindustrial de Santo

Domingo de los Tsáchilas. Los resultados de esta pregunta, presentados en la figura adjunta, se suman a un conjunto de datos que revelan la disposición y acciones de las empresas en relación con la adopción de medidas amigables con el medio ambiente, más éticas y eco amigables. La mitad de los encuestados están de acuerdo con esta práctica de sostenibilidad.

**Figura 19**

***Uso de envases y embalajes reciclables. (Dimensión Medio ambiental).***

¿Valora el uso de envases y embalajes reciclables?



Nota: Elaboración propia.

## **4.2. MATRIZ**

A continuación, se presentará la información de las páginas web de las empresas incluidas en la muestra, utilizando la matriz diseñada por Forero (2018). Esto permitió obtener detalles sobre las acciones de Responsabilidad Social en el sector agroindustrial de Santo Domingo.

### **4.2.1. Empresas que poseen en su página web una sección dedicada a la RSC y/o memorias de sostenibilidad**

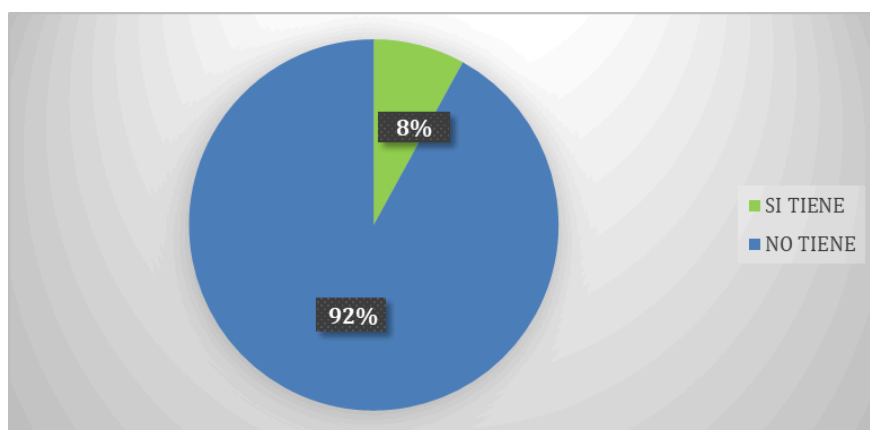
Una vez analizadas las páginas web de las empresas que componen la muestra se evidencia que, en la mayoría, no incorporan en sus sitios web un apartado exclusivo

destinado a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Solamente un 8.70% de las empresas incluyen una sección dedicada a la Responsabilidad Social en sus páginas web.

Las organizaciones en su mayoría optaron por limitarse a proporcionar información básica sobre su empresa y los productos o servicios que comercializan.

**Figura 20**

***Sostenibilidad en sus páginas web***



Nota: Elaboración propia

#### **4.2.2. Información sobre RSC en páginas web ajenas a las empresas**

Durante el proceso de recopilación de datos de este estudio, se registraron siete ocasiones en las que, al realizar búsquedas en Internet con respecto a empresas específicas, se descubrió que no disponían de una página web oficial o perfiles activos en redes sociales. En su lugar, al introducir el nombre de la empresa en el motor de búsqueda de un navegador web, los resultados arrojaron una serie de sitios web de terceros que ofrecían información básica sobre la empresa en cuestión. Uno de los ejemplos destacados de estos sitios de terceros es EMIS, (Sistema de Informes Empresariales) un recurso digital especializado en la recopilación y presentación de datos relacionados con empresas, industrias y economías emergentes.

En lo que respecta a estos casos previamente mencionados, se constató que la información proporcionada por terceros acerca de estas empresas era notoriamente escasa

en detalles. Básicamente, se limitaba a datos esenciales, como la dirección física de la empresa, su principal actividad económica y, en ocasiones, datos sobre su volumen de ventas.

Esta falta de información detallada plantea interrogantes tanto sobre la visibilidad en línea de estas empresas como sobre la utilidad de los datos disponibles para investigadores, analistas y otros actores interesados en conocer más acerca de estas organizaciones. Es evidente que la ausencia de una presencia web sólida podría afectar la capacidad de estas empresas para comunicar sus actividades y atraer la atención de clientes, inversores y partes interesadas en la responsabilidad corporativa.

#### **4.2.3. Cumplimiento de los siete principios de la Norma ISO 26000**

Los materiales identificados fueron sometidos a un minucioso análisis, el cual se llevó a cabo en estricta conformidad con los principios que establece la Norma ISO 26000. Este procedimiento se encuentra descrito detalladamente en el marco teórico del estudio. En relación con los siete principios fundamentales de la Norma ISO 26000, a continuación, se presentan en su totalidad en la Tabla 2 que se muestra a continuación, con el propósito de ofrecer una visión completa y detallada de estos principios y su aplicación en el contexto de esta investigación.

**Tabla 1**

*Porcentaje de cumplimiento siete principios de las Normas ISO 26000*

<b>PRINCIPIOS ISO 26000</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Rendición de cuentas	60,86%
Transparencia	17,40%
Comportamiento ético	30,43%
Respeto principio de legalidad	30,43%
Respeto a grupos de interés	30,43%
Respeto a la normativa internacional de comportamiento ético	26.,10%
Respeto a los derechos humanos	30.43%

Nota: Elaboración propia.

El estudio revela un cumplimiento total del 32.28% en los siete principios establecidos por la Norma ISO. En primer lugar, el apartado de Rendición de cuentas encabeza la lista con un 60.86% de cumplimiento. En segundo lugar, Comportamiento Ético, el Respeto al Principio de Legalidad, el Respeto a los Grupos de Interés y el Respeto a los Derechos Humanos obtuvieron el segundo lugar registrando un 30.43% de cumplimiento. En tercer lugar, lo ocupa el Respeto a las Normativas Internacionales de Comportamiento Ético con un 26.10%, mientras que la Transparencia se posicionó en último lugar con un modesto 17.40%.

A continuación, procederemos a un análisis cualitativo del grado de cumplimiento de los principios de la Norma ISO 26000 en las empresas incluidas en la muestra, destacando aquellas que han demostrado un desempeño superior en cada caso.

#### **4.2.4. Rendición de cuentas**

Se ha confirmado que el 60.86% de las entidades cumple con el principio de la Norma ISO 26000. No obstante, es crucial subrayar que esta información se deriva de EMIS, una plataforma digital especializada en la recopilación y presentación de datos relacionados con empresas, industrias y economías en desarrollo. Esto adquiere importancia debido a que la página web oficial de dicha entidad únicamente proporciona información básica sobre sus actividades, sin incluir informes de rendición de cuentas

Es importante destacar que los informes disponibles en la plataforma EMIS poseen un valor económico. Dentro de los informes proporcionados por la página de EMIS, se incluyen empresas como Neopalma, Furukawa, Agrolua, Siagroec S.A, Fruti Mundo, y muchas otras más. Estos informes representan una valiosa fuente de información para aquellos interesados en el análisis de estas empresas y sus respectivos mercados, lo que puede resultar beneficioso en la toma de decisiones y la planificación estratégica.

#### **4.2.5. Transparencia**

Este principio de la Norma ISO 26000 implica que una empresa debe identificar de manera precisa y transparente las actividades de su gestión que impactan en la sociedad y el medio ambiente. En este aspecto, únicamente el 17.40% de las empresas incluidas en la muestra cumplen plenamente con este requisito. Un destacado ejemplo es la empresa Frugalp, que ha desarrollado un espacio dedicado a la Sostenibilidad, abarcando aspectos relacionados con la Responsabilidad Corporativa en términos laborales, ambientales y comunitarios.

En particular, el plan de reforestación de Frugalp contempla la siembra de más de 30 hectáreas al año con especies forestales que contribuyen a la preservación del entorno ambiental. Además, la empresa destina más de 160 hectáreas como áreas de conservación, incluyendo zonas de alto riesgo ambiental como esteros, taludes y quebradas. Frugalp ha implementado un plan respaldado por recursos destinados a la

protección y conservación de estas áreas, demostrando un compromiso ejemplar con la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental.

#### **4.2.6. Comportamiento ético**

Dentro del marco del principio establecido en la ISO 26000, resulta fundamental que la empresa disponga de un Código de Ética en el cual se destaquen los principios de honestidad, equidad e integridad. Sin embargo, en este aspecto, se observa que solamente el 30.43% de las empresas incluidas en la muestra poseen un código de conducta publicado en sus páginas web y mantienen una presencia moderada en las redes sociales, donde comunican de manera activa su enfoque hacia los empleados y los beneficios que estos pueden obtener al trabajar en la empresa.

#### **4.2.7. Respeto al principio de legalidad**

En este principio de la ISO 26000 lo importante es que las empresas expresen el cumplimiento de la legislación vigente en cuanto a Responsabilidad Social se refiere. Cabe resaltar que el 30,43 % de las empresas incluidas en el estudio manifiestan su cumplimiento con este requisito crucial.

Dentro de este grupo, sobresale Neopalma, en su plataforma web, enfatiza su enfoque en la minimización del impacto ambiental. Esto lo logra a través de la búsqueda de un equilibrio entre las prácticas agronómicas convencionales y modernas, la utilización de métodos químicos y orgánicos, y la explotación del cultivo de manera sostenible. Además, Neopalma se distingue por su compromiso de retribuir al suelo todo lo que el cultivo requiere, lo que representa un ejemplo elocuente de su enfoque hacia la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial.

#### **4.2.8. Respeto a los intereses de las partes interesadas**

Con respecto a este principio la ISO 26000 lo que promulga es que la empresa manifieste que tiene en cuenta a los grupos de interés en sus operaciones y toma de decisiones. El 30,43% de las empresas de la muestra sí lo cumplen.

Dentro de este grupo de empresas, se destaca Furukawa, que subraya la importancia de que la ciudadanía esté al tanto de su compromiso en el estricto cumplimiento de la legislación vigente. La empresa se enorgullece de ofrecer empleos dignos a la comunidad y asegura que los derechos de sus accionistas han sido respetados y protegidos.

Esto se evidencia a través de las publicaciones en su página de Facebook, donde demuestran un compromiso constante con la transparencia y la Responsabilidad Social Empresarial al comunicar activamente sus logros y acciones en consonancia con las normativas legales y los estándares éticos. Furukawa no solo busca el cumplimiento legal, sino también la generación de un entorno laboral justo y respetuoso para sus trabajadores, lo que refleja su firme enfoque en el bienestar de la sociedad en su conjunto.

#### **4.2.9. Respeto a la normativa internacional de comportamiento**

En este principio de la ISO 26000 se hace alusión al cumplimiento de las salvaguardas sociales y ambientales internacionales. El 26.10 % de las empresas expresa en su página web el cumplimiento de este ítem.

Entre ellas destaca Frugulap en tres áreas clave: en el ámbito laboral, cuentan con un equipo de desarrollo humano que garantiza un ambiente de trabajo óptimo y ofrece capacitación constante a su personal; a nivel ambiental, tienen un sólido plan de reforestación y conservación de más de 160 hectáreas de áreas naturales; y en términos de responsabilidad comunitaria, apoyan proyectos de ecoturismo y conservación cultural, como

Sino Pi Bolón y la "ruta de la piña", que promueven el turismo responsable y la sostenibilidad de su producción de piña.

#### **4.2.10. Respeto a los derechos humanos**

Lo importante para la Norma ISO 26000 de este principio es que la empresa expresa su reconocimiento sobre la importancia y universalidad de los Derechos Humanos. El 30,43 % de las empresas de la muestra así lo hacen.

Dentro de este grupo de empresas, destaca Furukawa, que pone un énfasis especial en la promoción y respeto de los Derechos Humanos. La empresa se enorgullece de ofrecer empleos dignos a la comunidad y asegura que los derechos fundamentales de sus accionistas han sido observados y protegidos de manera rigurosa. Este compromiso se manifiesta a través de sus publicaciones en la página de Facebook, donde demuestran su continua dedicación a la transparencia y la Responsabilidad Social Empresarial al comunicar activamente sus logros y acciones alineadas con las normativas legales y los estándares éticos en relación con los Derechos Humanos.

Tabla 2

Comparación de los resultados obtenidos con cada uno de los instrumentos de recolección de datos.

ENCUESTA	MATRIZ 7 PRINCIPIOS NORMAS ISO 26000	CONCLUSIÓN
<p>1. ¿Su empresa se preocupa por mejorar la calidad de vida de los empleados?</p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>80% Totalmente de acuerdo</li> </ul>	<p><i>Respeto a los derechos humanos y Rendición de cuentas están relacionadas con la pregunta 1.</i></p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <p>Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%</p> <p>Cumplimiento del principio Rendición de cuentas 60.86%</p>	<p>Las empresas encuestadas (80%) demuestran un fuerte compromiso con el respeto a los derechos humanos, destacándose por su preocupación constante en mejorar la calidad de vida de sus empleados. Este porcentaje considerable refleja un enfoque consciente hacia la creación de entornos laborales éticos y equitativos, donde se prioriza el bienestar y los derechos fundamentales de los trabajadores .</p>
<p>2. ¿El salario de los empleados está relacionado con las competencias y los rendimientos que ellos obtienen?</p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>80% Frecuentemente</li> </ul>	<p><i>Respeto a los intereses de las partes interesadas están relacionadas con la pregunta 2.</i></p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <p>Cumplimiento del principio Respeto a los intereses de las partes interesadas :30,43%</p>	<p>Las empresas entrevistadas destacan por su firme compromiso con prácticas laborales equitativas. El 80% reconoce la relación directa entre los salarios, competencias y rendimientos de los empleados, reflejando un enfoque positivo en la remuneración. Este vínculo fortalece la motivación y lealtad de los empleados, al tiempo que cumple con el principio "Respeto a los intereses de las partes interesadas" de la norma ISO 26000.</p>
<p>3. ¿La empresa está comprometida con la creación de nuevos puestos de trabajo?</p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>75% Usualmente</li> </ul>	<p><i>Los principios de Rendición de cuentas y Respeto a los derechos humano. Están relacionadas con la pregunta 3.</i></p> <p><b>RESULTADO:</b></p> <p>Cumplimiento del principio Rendición de cuentas: 60.86%</p> <p>Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%</p>	<p>Los resultados sobre el compromiso de la empresa con la creación de nuevos empleos obtuvieron un 75% de respuestas afirmativas. Estos resultados indican un fuerte compromiso con la transparencia y la generación de empleo, con una oportunidad de mejora específica en el cumplimiento de los principios relacionados con los derechos humanos.</p>

4. ¿Su empresa fomenta la formación y el desarrollo profesional de los empleados?

**RESULTADO:**

- 85%  
Frecuentemente

*Respeto a los intereses de las partes interesadas y Comportamiento ético están relacionadas con la pregunta 4*

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio Respeto a los intereses de las partes interesadas :30,43%

Cumplimiento del principio Comportamiento ético :30,43%

Las empresas investigadas demuestran un compromiso destacado con la formación y desarrollo profesional de sus empleados, con un sólido 85% indicando prácticas frecuentes en este ámbito. No obstante, al evaluar los resultados respecto a los principios de Respeto a los intereses de las partes interesadas y Comportamiento ético, se revela un cumplimiento del 30.43% para ambos principios. Este hallazgo subraya la necesidad de fortalecer aún más los aspectos éticos y de consideración hacia las partes interesadas en estas empresas investigadas.

5. ¿En la empresa existen políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal?

**RESULTADO:**

- 95% de acuerdo

*Los principios Respeto a los derechos humanos y Respeto a los intereses de las partes interesadas. están relacionadas con la pregunta 5*

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%

Cumplimiento del principio Respeto a los intereses de las partes interesadas :30,43%

Las empresas entrevistadas sobre la flexibilidad laboral se obtuvo un alto 95% de aprobación, indicando un fuerte respaldo a iniciativas que favorecen el equilibrio entre la vida laboral y personal. Sin embargo, al evaluar el cumplimiento de los principios de Respeto a los derechos humanos y Respeto a los intereses de las partes interesadas, se registra un 30.43% para ambos principios. Esto señala la necesidad de fortalecer la implementación de estos principios en el contexto de las políticas de flexibilidad laboral en las empresas investigadas.

6. ¿Los directivos tienen en cuenta las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa?

**RESULTADO:**

- 75%  
Ocasionalmente

*Respeto a los intereses de las partes interesadas. están relacionadas con la pregunta 6*

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio Respeto a los intereses de las partes interesadas :30,43%

Las empresas encuestadas señalan, en un 75% de los casos, que ocasionalmente consideran las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión empresarial. Este aspecto resalta la importancia de fomentar una participación más activa de los empleados en los procesos de toma de decisiones, fortaleciendo así la dinámica colaborativa y la eficacia organizacional.

7. ¿Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados?
- Respeto a los derechos humanos y Respeto a los intereses de las partes interesadas. Están relacionadas con la pregunta 7*
- En respuesta a la pregunta 7 sobre la igualdad de oportunidades para todos los empleados, el 67% de las empresas indicó que usualmente existe dicha igualdad. Este resultado destaca la relevancia asignada a la equidad laboral y las oportunidades justas dentro de las organizaciones.
- No obstante, al analizar el cumplimiento de los principios de Respeto a los derechos humanos, los datos sugieren áreas de mejora para fortalecer el compromiso con la igualdad de oportunidades en el marco de los derechos humanos y las expectativas de las partes interesadas.
- RESULTADO:**
- 67% Usualmente
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%
- Cumplimiento del principio Respeto a los intereses de las partes interesadas :30,43%
8. ¿La empresa mantiene los mejores niveles de precios en relación con la calidad que ofrece?
- Transparencia. Están relacionadas con la pregunta 8*
- El 75% de las empresas encuestadas afirma estar totalmente de acuerdo con que mantienen los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida. Este resultado indica una percepción positiva de la transparencia en los precios y la calidad de los productos o servicios. Sin embargo, el cumplimiento del principio de Transparencia se encuentra en un 17.40%, señalando la necesidad de mejorar la comunicación sobre la relación entre precios y calidad.
- RESULTADO:**
- 75% Totalmente de acuerdo
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Transparencia: 17,40%
9. ¿El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de la gestión de su empresa?
- Respeto a los derechos humanos y Transparencia están relacionadas con la pregunta 9*
- El 75% de las empresas encuestadas considera el respeto a los derechos de los consumidores como un eje prioritario en su gestión. Sin embargo, el cumplimiento de los principios de Respeto a los derechos humanos y Transparencia es del 30.43% y 17.40%, respectivamente. Estos resultados resaltan la importancia de fortalecer las prácticas que respalden los derechos de los consumidores y promuevan la transparencia, elementos clave para mejorar la confianza y satisfacción del consumidor en la gestión empresarial.
- RESULTADO:**
- 75% Totalmente de Acuerdo
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%
- Cumplimiento del principio Transparencia: 17,40%

10. ¿Los productos y/o servicios de la empresa cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad?
- Respeto al principio de legalidad están relacionadas con la pregunta 10*
- El 80% de las empresas afirmó que sus productos y servicios cumplen frecuentemente con estándares nacionales e internacionales de calidad. Aunque refleja un fuerte compromiso, el cumplimiento del principio de legalidad es del 30.43%, sugiriendo la necesidad de fortalecer la alineación con normativas legales para garantizar la calidad y la confianza del consumidor.
- RESULTADO:**
- 80% Frecuentemente
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio al principio de legalidad: 30,43%
11. ¿La empresa se preocupa por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a los clientes?
- Comportamiento ético y Rendición de cuentas están relacionadas con la pregunta 11*
- El 88% de las empresas se preocupa por proporcionar productos y servicios de alta calidad, reflejando un fuerte compromiso con la excelencia. En relación con el cumplimiento de principios éticos y de rendición de cuentas, se observa un 30.43% y un significativo 60.86%, respectivamente. Estos resultados resaltan la necesidad de fortalecer prácticas éticas para garantizar la calidad y la transparencia en la gestión empresarial.
- RESULTADO:**
- 88% de acuerdo
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Comportamiento ético: 30,43%
- Cumplimiento del principio Rendición de cuentas: 60,86%
12. ¿Considera usted que las acciones que hacen parte de la operación de la empresa ayudan a minimizar el impacto ambiental?
- Rendición de cuentas y Respeto a los derechos humanos están relacionadas con la pregunta 12*
- En cuanto a si las acciones de la empresa minimizan el impacto ambiental, el 67% está de acuerdo, evidenciando una conciencia ambiental. Estos resultados sugieren la importancia de fortalecer acciones responsables para mitigar el impacto ambiental y promover la rendición de cuentas.
- RESULTADO:**
- 67% de acuerdo
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Rendición de cuentas: 60,86%
- Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%

13. ¿La empresa utiliza en su operación productos de bajo impacto ambiental?
- Respeto a la normatividad internacional de comportamiento están relacionadas con la pregunta 13*
- En cuanto al uso de productos de bajo impacto ambiental en la operación de la empresa, el 75% indica que esto ocurre ocasionalmente. Estos resultados resaltan la oportunidad de incrementar la integración de prácticas que reduzcan el impacto ambiental y fortalezcan el respeto a las normativas internacionales de comportamiento en la operación empresarial.
- RESULTADO:**
- 75% Ocasionalmente
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Respeto a la normatividad internacional de comportamiento: 26.10%
14. ¿En su operación considera el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia?
- Rendición de cuentas y Comportamiento ético. Están relacionadas con la pregunta 14*
- En relación con la consideración del ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia en la operación, el 50% lo considera importante. Estos aspectos están vinculados a los principios de Rendición de cuentas y Comportamiento ético, con un cumplimiento del 60.86% y 30.43%, respectivamente. Estos resultados destacan la relevancia de fortalecer prácticas responsables para mejorar la eficiencia energética y promover la rendición de cuentas en la gestión empresarial.
- RESULTADO:**
- 50% importante
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Rendición de cuentas: 60,86 %
- Cumplimiento del principio Comportamiento ético: 30,43%
15. ¿Valora positivamente la introducción de fuentes de energía alternativas?
- Respeto a los derechos humanos y Comportamiento ético. Están relacionadas con la pregunta 15*
- En cuanto a la valoración positiva de la introducción de fuentes de energía alternativas, el 57% la considera importante. Esta perspectiva está vinculada a los principios de Respeto a los derechos humanos y Comportamiento ético, con un cumplimiento del 30.43% para ambos. Estos resultados subrayan la necesidad de fortalecer la adopción de fuentes de energía alternativas, alineándolas con principios éticos y de respeto a los derechos humanos en la gestión empresarial.
- RESULTADO:**
- 57% Importante
- RESULTADO:**
- Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%
- Cumplimiento del principio Comportamiento ético: 30,43%
16. ¿La empresa es consciente de que debe planificar sus inversiones en la reducción del impacto medioambiental que genera?
- Rendición de cuentas y Respeto a los derechos humanos están relacionados. con la pregunta 16*
- La empresa evidencia su conciencia sobre la necesidad de planificar inversiones para reducir su impacto ambiental, respaldado por un 80% de acuerdo. No obstante, se identifica una diferencia en el cumplimiento de los principios de Rendición de cuentas (60,86%) y Respeto a los derechos humanos (30,43%). Este contraste sugiere

**RESULTADO:**

- 80% Totalmente de acuerdo

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio  
Rendición de cuentas: 60,86%

Cumplimiento del principio  
Respeto a los derechos humanos:  
30,43%

que, aunque se aborda la sostenibilidad ambiental, aún hay margen para mejorar las prácticas en derechos humanos. Por ende, la empresa podría beneficiarse al revisar y fortalecer sus acciones en este ámbito.

17. ¿La empresa pone en práctica acciones relacionadas con la reducción de emisión de gases, residuos y reciclaje de materiales?

*Respeto a la normatividad internacional de comportamiento y Rendición de cuentas. están relacionados con la pregunta 17*

En relación con las acciones de la empresa para reducir emisiones de gases, residuos y promover el reciclaje, el 62% lo hace frecuentemente. Estas prácticas están vinculadas a los principios de Respeto a la normatividad internacional de comportamiento y Rendición de cuentas, con un cumplimiento del 30.43% y 60.86%, respectivamente. Estos resultados resaltan la importancia de fortalecer acciones responsables para cumplir con normativas internacionales y rendir cuentas en temas ambientales en la gestión empresarial.

**RESULTADO:**

- 62% Frecuentemente

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio  
Respeto a la normatividad internacional de comportamiento:  
30,43%

Cumplimiento del principio  
Rendición de cuentas: 60,86.

18. ¿Hay una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos?

*Comportamiento ético y Respeto a los derechos humanos. están relacionados con la pregunta 18*

Según los encuestados y en relación con los principios ISO, el 62% de las empresas muestran una predisposición frecuente hacia la utilización, compra o producción de artículos ecológicos. Destaca la importancia de que el 62% de las empresas, según los encuestados y en relación con los principios ISO, muestren una predisposición frecuente hacia la utilización, compra o producción de artículos ecológicos. Este dato subraya el compromiso significativo de estas empresas con prácticas sostenibles, reflejando un reconocimiento activo de la necesidad de adoptar medidas responsables para promover la sostenibilidad.

**RESULTADO:**

- 62% Frecuentemente

**RESULTADO:**

Cumplimiento del principio  
Comportamiento ético: 30,43%

Cumplimiento del principio  
Respeto a los derechos humanos:  
30,43%

19. ¿Valora el uso de envases y embalajes reciclables?

RESULTADO:

- 50%  
Frecuentemente

*Respeto a los derechos humanos y Respeto a la normatividad internacional de comportamiento están relacionados con la pregunta 19*

RESULTADO:

Cumplimiento del principio Respeto a los derechos humanos: 30,43%

Cumplimiento del principio Respeto a la normatividad internacional de comportamiento: 26.10%

Según los encuestados, en relación con los principios ISO, los resultados revelan que el 50% valora frecuentemente el uso de envases y embalajes reciclables. Este indicador subraya el reconocimiento de la importancia de prácticas sostenibles en esta área específica. Estos datos indican áreas de mejora para fortalecer el compromiso con los derechos humanos y la conformidad con normas internacionales en el contexto del uso de envases y embalajes reciclables.

Nota: Elaboración Propia

## 5. DISCUSIÓN

Los hallazgos de la investigación señalan que las prácticas de Responsabilidad Social en el Sector Agroindustrial de Ecuador no han alcanzado un nivel significativo. De manera destacada, el 8.70% de las empresas más prominentes en el país carecen de una sección dedicada a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus sitios web, lo cual puede tener implicaciones significativas en términos de percepción pública y compromiso con la sostenibilidad. Estas omisiones podrían afectar la transparencia y la capacidad de comunicar eficazmente las acciones socialmente responsables, influyendo así en la reputación y la confianza de los stakeholders.

Este vacío en la representación de la RSC en las plataformas web de las empresas analizadas sugiere una falta de compromiso con prácticas socialmente responsables. En este contexto, Villacis et al. (2016) señalan que las empresas, al operar en un entorno específico, asumen responsabilidades y compromisos a dicho entorno. Este planteamiento subraya la necesidad de que las empresas no solo reconozcan, sino que también respondan activamente a sus responsabilidades sociales.

No obstante, es importante resaltar que, al explorar la base de datos de la Superintendencia de Compañías en Ecuador, se identifica una escasa presencia de Memorias de Sostenibilidad entre las empresas dedicadas al sector agroindustrial. De manera específica, tan solo dos compañías, Neopal y Frugalp, han documentado y compartido información detallada sobre sus prácticas y compromisos en materia de sostenibilidad.

Esta limitada disponibilidad de Memorias de Sostenibilidad sugiere que, a nivel general, las empresas agroindustriales en Ecuador pueden no estar otorgando la debida atención a la transparencia y comunicación de sus acciones relacionadas con la sostenibilidad. La elaboración y difusión de Memorias de Sostenibilidad según Altamirano (2019) constituyen una herramienta esencial para informar a los stakeholders sobre los

impactos económicos, sociales y ambientales de las operaciones de una empresa, así como para demostrar su compromiso con prácticas empresariales responsables.

El hecho de que un porcentaje tan significativo de las empresas líderes en Ecuador no aborde la RSE en sus plataformas digitales sugiere una falta de conciencia o acción en este sentido. Para avanzar hacia una mayor incorporación de prácticas socialmente responsables en el sector agroindustrial ecuatoriano, es imperativo que las empresas reconozcan y aborden de manera proactiva estas responsabilidades.

Esto no solo fortalecerá la imagen y reputación de las empresas, sino que también contribuirá positivamente al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad en general. En este sentido, futuras investigaciones y acciones estratégicas podrían enfocarse en sensibilizar a las empresas sobre la importancia de la RSE y fomentar la adopción de medidas concretas para integrar en sus operaciones y comunicaciones corporativas.

En términos generales, al comparar los contenidos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) presentes en las páginas web con los siete principios establecidos por la Norma ISO 26000, se revela un preocupante bajo porcentaje de empresas que efectivamente cumplen con dichos principios, promediando un 32,29 %. Este hallazgo resalta la brecha existente entre lo que se declara en línea y la aplicación real de prácticas socialmente responsables por parte de las empresas.

Aquellas empresas que busquen fortalecer y perfeccionar sus prácticas de RSE deberían considerar adoptar la metodología propuesta por la Norma ISO 26000 o alguna normativa equivalente, ya que esta norma internacional ofrece una guía integral para integrar la responsabilidad social en diversas organizaciones. Su propósito fundamental es auxiliar a las organizaciones en la contribución al desarrollo sostenible, proporcionando directrices y criterios para abordar aspectos clave de la responsabilidad social. En consonancia con esta perspectiva, Ardagoña y Isea (2014) destacan la importancia de esta norma internacional al afirmar que "ofrece una guía para integrar la responsabilidad social en todo tipo de organizaciones, con el fin de ayudar a las organizaciones a contribuir al

desarrollo sostenible". Este enfoque respalda la idea de que las empresas pueden beneficiarse significativamente al seguir pautas sólidas y reconocidas en el ámbito de la responsabilidad social.

La evaluación cualitativa realizada con respecto a cada uno de los principios establecidos en la Norma ISO 26000 pone de manifiesto una diferencia significativa entre las afirmaciones presentadas en las plataformas web y la aplicación efectiva de dichos principios por parte de las empresas. Esto resalta la urgente necesidad de lograr una mayor coherencia y alineación entre las expresiones virtuales y las acciones concretas que respalden de manera auténtica los principios de la responsabilidad social corporativa.

La rendición de cuentas, como primer principio de la Norma ISO 26000, revela que el 60.86% de las entidades estudiadas cumplen con este estándar. Sin embargo, es crucial señalar que esta información proviene de la plataforma EMIS, especializada en recopilar datos relacionados con empresas. La falta de informes de rendición de cuentas en las páginas oficiales de algunas entidades destaca la importancia de fuentes externas para evaluar este principio.

En el contexto del sector agroindustrial, el análisis de la responsabilidad social revela que solo el 17.40% de las empresas cumplen plenamente con el principio de transparencia, destacándose Frugalp como un ejemplo al evidenciar su compromiso a través de un plan concreto de reforestación y conservación. En cuanto al comportamiento ético, sólo el 30.43% de las empresas incluyen un código ético en sus plataformas digitales, siendo Frugalp un caso destacado al demostrar un enfoque proactivo en redes sociales, resaltando principios de honestidad, equidad e integridad.

Además, el respeto a la legalidad muestra un cumplimiento del 30.43%, siendo Neopalma un ejemplo al equilibrar prácticas agronómicas y químicas para minimizar el impacto ambiental. El respeto a los intereses de las partes interesadas es cumplido por el 30.43% de las empresas, donde Furukawa se destaca al comunicar activamente su compromiso con la legislación vigente y la creación de un entorno laboral justo.

Sin embargo, el cumplimiento de la normativa internacional de comportamiento se encuentra en el 26.10%, resaltando la necesidad de una mayor alineación con estándares internacionales para mejorar la reputación del sector agroindustrial a nivel global. En última instancia, el respeto a los derechos humanos se evidencia en el 30.43% de las empresas, con Furukawa destacando su énfasis en la promoción y respeto de los derechos fundamentales, enfocándose en una comunicación activa en plataformas digitales para reforzar su compromiso con la responsabilidad social empresarial. En resumen, aunque hay avances en algunos aspectos de la responsabilidad social, existen áreas críticas que requieren mayor atención y adopción de prácticas ejemplares para impulsar un cambio significativo en el sector agroindustrial.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

En conclusión, el estado actual de la RSE en el sector agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas muestra una evolución limitada. Se hace evidente la necesidad de implementar estrategias renovadas, destacando la importancia de mejorar la formación académica de las nuevas generaciones de líderes empresariales. Estos líderes deben integrar la RSE de manera intrínseca en los modelos de negocio, comprometiéndose activamente con la innovación y el desarrollo sostenible.

Al dirigir la atención específicamente a las acciones de responsabilidad social en el sector agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas, la presente investigación ha revelado ciertas limitaciones al analizar las páginas web de estas empresas. En algunos casos, la información proporcionada puede no reflejar en su totalidad las acciones realizadas, o puede carecer de la actualización rigurosa necesaria, lo que podría resultar en omisiones en las actividades de RSE.

No obstante, se destaca la importancia fundamental de que las empresas asuman la RSE como un modelo de gestión, con la consiguiente necesidad de socializar las acciones que trascienden las obligaciones legales. Las empresas que adoptan este enfoque reconocen los beneficios, ya que las acciones no solo añaden valor a la marca, sino que también fortalecen la reputación y mejoran la competitividad en el entorno empresarial. En última instancia, este estudio subraya la relevancia de una integración más profunda de la RSE en la gestión empresarial para contribuir al desarrollo sostenible y a la mejora continua en el ámbito socioeconómico.

En base a los principios de la norma ISO 26000 y los resultados de la investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector agroindustrial de Santo Domingo de los Tsáchilas, se formulan las siguientes recomendaciones. En primer lugar, se

sugiere fortalecer el compromiso con las partes interesadas mediante un diálogo continuo y transparente, incorporando sus expectativas en la toma de decisiones. La empresa debe integrar la RSE como parte integral de su estrategia, capacitando a los directivos y empleados para que comprendan y apliquen estos principios en su día cotidiano.

En segundo lugar, se propone avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible, abordando aspectos ambientales, sociales y económicos en todas las fases de la cadena de valor. Se insta a implementar prácticas que promuevan la eficiencia energética, la reducción de residuos y la responsabilidad social a lo largo de la cadena de suministro. La transparencia en la comunicación de estas acciones, mediante informes de sostenibilidad y canales de divulgación adecuados, es esencial para construir confianza y credibilidad entre las partes interesadas.

## **6.2 Recomendaciones**

Es esencial recomendar la creación de un apartado específico dedicado a la responsabilidad social o sostenibilidad en las páginas web de las empresas del sector agroindustrial en Santo Domingo de los Tsáchilas. Este espacio debería proporcionar información clara y detallada sobre las acciones concretas que la empresa está llevando a cabo en términos de responsabilidad social, incluyendo iniciativas ambientales, prácticas laborales éticas y contribuciones a la comunidad local.

Además, se sugiere que este apartado sea fácilmente accesible desde la página de inicio, evidenciando así el compromiso transparente de la empresa con la responsabilidad social y permitiendo a los *stakeholders*, como clientes, empleados y la comunidad, acceder rápidamente a información relevante sobre las prácticas sostenibles de la organización. Este enfoque no sólo promoverá la transparencia, sino que también fortalecerá la confianza del público en la empresa y su compromiso con la sostenibilidad.

## 7. REFERENCIAS

Altamirano, V., Puertas-Hidalgo, R., & Yaguache Quichimbo, J. (2021). Innovación en la comunicación estratégica. *Fonseca, Journal of Communication*, (22).

<https://doi.org/10.14201/fjc-v22-26275>

Benencia, L. M. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en las empresas agroindustriales del partido de Rauch, Provincia de Buenos Aires. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires]. Archivo Digital.

<https://www.ridaa.unicen.edu.ar/items/ee33e6f4-ebb1-4cac-a733-11f452d6c4b9>

Blumer, H. (2020). La comunicación y la Responsabilidad Social Empresarial. [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Archivo Digital.

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21726/1/T-UCE-0009-CSO-273.pdf>

Burgos Romero, C. (2018). La Responsabilidad Social o sostenibilidad: Un enfoque desde el entorno y la Comunicación. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 47-60.

<https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04>

Cárdenas Ruales, A. (2021). El uso de la Responsabilidad Social Empresarial para el mejoramiento de la Imagen Corporativa en organizaciones de la industria alimenticia. Caso PRONACA. [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Archivo Digital. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26278>

Cardoso, R, G, G, C. (2019). Estrategias de mejoramiento a partir de la Responsabilidad Social y Ambiental en los procesos de producción en la agroindustria arrocerera del sur oriente de Tolima. *Dialnet*, Vol. 10, N°. 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7383540>

Correa, J (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre económico*. Vol. 10 Núm. 20.

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/682>

Garcia, D., Apolo, N., & Bermeo, J. (2019). Evaluación económica del sector agropecuario e industrial en el Ecuador 1980 -2015 ECA Sinergia, vol. 10, núm. 2. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v10i2.1116](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i2.1116).

Kotler, P., & Lee, N. (2005). Corporate social responsibility. Scientific Research An Academic Publisher.

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3189881>

Peralta, S. L., Aguilar, H. R., Loayza, A. G., & Morejón, L. A. (2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador. Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. *Revista ESPACIOS*, 39(32), 1-11.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>

Planella, I., Mira, J., Gutiérrez, E., Pazmiño, S. (1983). Agroindustria, fundamentos y conceptos básicos. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/16364>

Quevedo, T. (2013). Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54959.pdf>

Velez, W. (2023). Santo Domingo polo de desarrollo. *La Hora*.

<https://www.lahora.com.ec/editorial/columnistas-regionales/columnista-santo-domingo/santo-domingo-polo-de-desarrollo-3/>

Víllacis, C., Suarez, Y., Minshely X., Llanos, G (2016) Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*. 3(8). 2016, 452-466.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5833426.pdf>

## 8. ANEXOS

Lista de las empresas incluidas en la muestra de estudio.

### **NEOPALMA**

Página web: <http://neopalma.com/>

Sector: Cultivo y comercialización de la palma africana.

Descripción:

Neopalma, una empresa dedicada al cultivo y comercialización de la palma africana ubicada en el kilómetro 29 de la vía Santo Domingo-Quinindé, se destaca por su compromiso con la sostenibilidad. La empresa busca minimizar su impacto ambiental mediante la integración equilibrada de prácticas agronómicas convencionales, modernas, químicas y orgánicas.

Con un enfoque responsable, Neopalma se esfuerza por cultivar de manera sostenible, asegurando que la plantación devuelva al suelo todo lo que demanda. La empresa se distingue por su gestión centrada en la sostenibilidad del cultivo de palma africana, atendiendo a las necesidades de sus colaboradores y cuidando el entorno ambiental.

En Neopalma, la visión a largo plazo va más allá del éxito comercial, buscando establecer un estándar de excelencia que armonice el desarrollo económico con la preservación ambiental. La empresa aspira a construir un futuro próspero y equitativo, donde la sostenibilidad sea la piedra angular de todas sus operaciones.

### **FURUKAWA PLANTACIONES C.A DEL ECUADOR**

Página web: <https://www.facebook.com/FurukawaEcuador/>

Sector: Cultivo, producción y exportación de abacá

Descripción:

Furukawa Plantaciones C.A. del Ecuador, una empresa con más de 50 años de experiencia en el cultivo, producción y exportación de abacá, ha establecido su posición como líder en el mercado. Fundada en Santo Domingo, Ecuador, en 1963, la sede principal de la empresa refleja su arraigo en la comunidad y su firme compromiso con el desarrollo sostenible. Furukawa Plantaciones C.A. ha desempeñado un papel crucial en el sector de Producción de Todos los Demás Tipos de Cultivos en Ecuador. A lo largo de las décadas, ha contribuido activamente al crecimiento económico de la región y ha generado empleo para la comunidad local.

En la actualidad, la empresa, que opera con estándares de calidad excepcionales, cuenta con una plantilla de 202 empleados, según datos de 2018. Este equipo altamente capacitado y dedicado es esencial para el éxito continuo de Furukawa Plantaciones C.A., respaldando su capacidad para proporcionar productos de abacá de alta calidad tanto a nivel nacional como internacional. La empresa se enorgullece no solo de su histórico legado, sino también de su enfoque innovador y sostenible en todas las etapas del cultivo y la producción. Furukawa Plantaciones C.A. mantiene un compromiso constante con la excelencia, desde la siembra y cosecha hasta la exportación, asegurando la satisfacción de sus clientes y contribuyendo al desarrollo socioeconómico de Santo Domingo y sus alrededores.

### **AGROLUA S.A**

Página web: <https://agroscopio.com/directorio/agrolua-s-a/>

Sector: Ganadería

Descripción:

Agrolua se especializa en la cría y engorde de ganado Brahman y Brangus, destacándose por la venta constante de vaconas y toros reproductores. Inició sus operaciones comerciales el 6 de octubre de 2017 como sociedades. Aunque sus actividades

son diversas, el grupo se distingue por trabajar de manera cohesionada como un equipo único, comprometido en ofrecer siempre lo mejor en cada tarea. Con una sólida tradición que abarca más de tres décadas, respalda su misión principal. En este compromiso, el grupo trabaja incansablemente para cumplir y preservar su legado, el cual se fundamenta en un valor irremplazable: la confianza. En Empresas Lua, cada miembro contribuye con determinación para asegurar y fortalecer esta herencia de confianza, reflejando así un compromiso inquebrantable con la excelencia y la continuidad de su destacada reputación en el ámbito ganadero. El grupo avanza en unidad, compartiendo una visión común y esforzándose por alcanzar metas colectivas que reflejen su dedicación a la calidad y a mantener altos estándares en la industria.

## **FRUGALP**

Página web: <https://frugalp.com/inicio/>

Sector: Cultivo de Frutales No Cítricos y Nueces

Descripción:

Frugalp Agrícola Exportadora G - P Cía. Ltda es una empresa con sede principal en Santo Domingo, Ecuador, dedicada al Cultivo de Frutales No Cítricos y Nueces.

Beneficiándose de un clima excepcionalmente propicio, los frutos cultivados en esta región adquieren cualidades inigualables. La piña, en particular, alcanza su período de maduración óptimo, resultando en una fruta de notable consistencia y durabilidad una vez recolectada.

La piña de FRUGALP presenta un equilibrio ideal entre sus notas dulces y su toque de acidez, lo que confiere un sabor tropical exclusivo característico de los fértiles suelos andinos. La producción continua a lo largo de todo el año se destaca como una característica distintiva, permitiendo la distribución de estos productos de alta calidad en cualquier rincón del mundo. La empresa se enorgullece de ofrecer frutas que no solo destacan por su frescura, sino también por su autenticidad y singularidad, reflejando la

excelencia que caracteriza a los productos cultivados por Frugalp Agrícola Exportadora G - P Cía. Ltda.

### **GRANITO DE AGROTAC**

Página web: <https://www.agricolaelgranito.com/>

Sector: Distribución de las mejores materias primas de consumo animal

Descripción:

Agrícola El Granito, perteneciente a Agrotac C.A., se destaca como una empresa líder en la distribución de las mejores materias primas de consumo animal y una amplia gama de balanceados a nivel nacional. La empresa ha establecido alianzas estratégicas con las principales compañías del sector, consolidando su posición en el mercado.

Con una logística excepcional, Agrícola El Granito de Agrotac C.A. se distingue por ofrecer servicios de la más alta calidad en el menor tiempo posible. Su ubicación estratégica en la Vía Quito Km. 7, junto a la Gasolinera en Santo Domingo, Ecuador, facilita una distribución eficiente a nivel nacional. La empresa se enorgullece de comercializar productos de consumo animal de alta calidad, reconocidos y apreciados en el mercado. Agrícola El Granito de Agrotac C.A. se esfuerza continuamente por mantener su reputación como proveedor confiable y respetado en la industria de alimentos para animales.

### **LA FORTALEZA**

Página web: No encontrada

Sector: Exportación de verde

Descripción:

Es una distinguida hacienda que se dedica con pasión a la exportación de productos agrícolas verdes. Esta hermosa finca se erige como un ejemplo destacado de responsabilidad social y ambiental en la industria. Sus prácticas sostenibles y su compromiso con la preservación del medio ambiente son ejemplares. La hacienda se

enorgullece de su papel como productora de productos verdes de alta calidad que se envían a mercados internacionales. Desde sus extensos campos hasta sus modernas instalaciones de procesamiento, todo en La Fortaleza está diseñado con precisión para mantener los más altos estándares de calidad.

### **REY TILAPIA**

Página web: <https://www.facebook.com/ReyTilapia/>

Sector: Distribución y venta de tilapia

Descripción:

Rey Tilapia es una empresa líder dedicada a la distribución y venta de tilapia a nivel nacional. Su amplia experiencia y compromiso con la calidad los han posicionado como referentes en el sector. Operan tanto en el mercado mayorista como en el minorista, brindando opciones para satisfacer todas las necesidades de los clientes. La sede central se encuentra estratégicamente ubicada en la ciudad de Santo Domingo, desde donde coordinamos eficazmente nuestra red de distribución a lo largo y ancho del país

### **AMERICAN NATURAL**

Página web: <https://www.instagram.com/americanatural.ec/>

Sector: Distribución y venta de tilapia

Descripción:

American Natural es una compañía que se enfoca en compartir los beneficios de la medicina natural con todos sus clientes. Su principal objetivo es promover la salud y el bienestar de las personas.

### **SIAGROEC S.A**

Página web: <https://www.siaagroec.com/>

Sector: Frutos tropicales

**Descripción:**

La empresa agroexportadora, especializada en frutas tropicales y procesadas, lleva a cabo actividades agrícolas y de valor agregado primario en sus instalaciones. Se centra especialmente en frutos tropicales y exóticos ecuatorianos, destacando el maracuyá, la pitahaya, la piña y la papaya, entre otros. Con un enfoque versátil, la empresa sirve a exportadores y mercados internacionales, además de atender a cadenas de supermercados a nivel nacional. Además, se adapta a nichos más específicos según las necesidades del mercado. La empresa se esfuerza por mantener estándares de calidad excepcionales en sus productos y consolidarse como un actor clave en la cadena de suministro de frutas tropicales de alta calidad a nivel local e internacional.

**FRUTIMUNDO CORPORATION S.A**

Página web: <https://www.frutimundo.com/>

Sector: Procesamiento de Acai

**Descripción:**

Fruitimundo Corporation S.A.S ha implementado inversiones estratégicas en ubicaciones clave para asegurar una logística de abastecimiento de materia prima eficiente. En la región de la costa norte, la empresa ha seleccionado la parroquia La Unión, perteneciente al cantón Quinindé en la provincia de Esmeraldas. La elección se fundamenta en la cercanía a los principales puntos de producción de la región, lo que posibilitará una reducción significativa de los costos de transporte para los productores locales. La compañía sostiene con convicción que el auténtico éxito a largo plazo se alcanza cuando cada actor en la cadena de valor experimenta beneficios con sus esfuerzos. Proporcionar un pago justo a los agricultores les permite invertir en la mejora de sus procesos de producción y elevar la calidad de sus productos. Esta mejora, a su vez, contribuye a elevar los estándares de calidad en la industria en general, generando un mayor bienestar para toda la sociedad. Fruitimundo Corporation S.A.S está comprometida con una cadena de

suministro sostenible que beneficie a todos sus participantes y promueva el desarrollo a largo plazo en las comunidades agrícolas.

### **FAVAYE**

Página web: <https://favaye.biz/empresa/>

Sector: Comercialización de frutas y verduras exóticas.

Descripción:

FAVAYE S.A. inició sus operaciones en el año 2016, destacándose en la comercialización de frutas y verduras exóticas. Su enfoque comercial abarca tanto las ventas al por mayor como al por menor, operando a nivel nacional e internacional. FAVAYE S.A. ha logrado expandir su presencia global exportando a destinos como Hong Kong, Malasia, Singapur, España, Holanda, Francia, Estados Unidos, Chile y Perú. Además de sus actividades de exportación, la empresa importa productos de la más alta calidad desde Sudamérica, Centroamérica y Estados Unidos. Las oficinas centrales de FAVAYE S.A. se encuentran estratégicamente ubicadas en Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador, en el corazón del país. Con un compromiso constante con la excelencia y la calidad, FAVAYE S.A. se ha convertido en un referente en el sector, destacando por su amplio alcance tanto en la distribución nacional como en el comercio internacional de frutas y verduras exóticas.

### **CARDAMOMO & ESPECIAS S.A.**

Página web <https://www.facebook.com/cardamomoecuador>

Sector: Comercialización de frutas y verduras exóticas.

Descripción:

La empresa CARDAMOMO Y ESPECIAS S.A se presenta como una oportunidad única para involucrarse en el apasionante mundo del cultivo de cardamomo. Al unirse a nuestro proyecto, no solo estará participando en la siembra de esta preciada especia, sino que también estará contribuyendo activamente a la construcción de un futuro sostenible y

socioeconómico para las comunidades locales. Esta iniciativa no solo se trata de cultivar cardamomo; es un compromiso con el crecimiento económico, la generación de empleo y la mejora significativa de la calidad de vida de aquellos que nos rodean. Su cultivo no solo brinda beneficios económicos considerables, sino que también aporta de manera positiva al medio ambiente a lo largo de toda la cadena productiva.

### **SERVICIOS AGRÍCOLAS RELEV S.A**

Página web: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064134276275>

Sector: Explotación mixta de cultivos y animales

Descripción:

Con sede principal en Luz de América, Ecuador, Servicios Agrícolas Relev S.A. es una empresa dedicada al sector de Ganadería y Acuicultura. Su enfoque económico principal radica en la explotación mixta de cultivos y animales, sin una especialización marcada en ninguna de las actividades mencionadas. Es destacable que, en este contexto, el tamaño de la explotación agrícola no actúa como un factor determinante. Lo crucial reside en que tanto el cultivo de productos agrícolas como la cría de animales representen, en una unidad específica, una proporción igual o superior en términos de contribución económica. Esta característica refleja la flexibilidad y la adaptabilidad de la entidad para optimizar sus recursos, manteniendo un equilibrio eficiente entre ambas actividades. Servicios Agrícolas Relev S.A. se destaca por su capacidad para gestionar de manera equitativa la explotación agrícola y ganadera, evidenciando una estrategia empresarial que maximiza la contribución económica de ambas vertientes de su operación.

### **EXPORTADORA MLOPEZ CIA LTDA**

Página web <https://ppfam.com/EXPORTADORAMLOPEZCIALTDA/3258/>

Sector: Explotación mixta de cultivos y animales

Descripción:

Es una empresa en Ecuador, con sede principal en Santo Domingo. Opera en Actividades de Poscosecha (excepto Desmotado de Algodón) sector. La empresa fue fundada en 15 de noviembre de 2012. Actualmente emplea a 5 (2021) personas. Su Activo Total registró crecimiento negativo of 85,35%.

#### **AGROSANBYL EXPORTADORA AGRICOLA CIA.LTDA.**

Página web: No encontrada

Actividad: Exportadora de cacao

Descripción:

Es una empresa ecuatoriana comercializadora y exportadora de cacao en grano seco y productos derivados como pasta/licor y manteca. Es una empresa en Ecuador, con sede principal en Santo Domingo. Opera en Actividades de Poscosecha (excepto Desmotado de Algodón) sector. La empresa fue fundada en 15 de noviembre de 2012. Actualmente emplea a 5 (2021) personas. Su Activo Total registró crecimiento negativo of 85,35%.

#### **PUNTO FIT EC**

Página web: <https://puntofit.ola.click/>

Actividad: Alimentos de alta calidad

Descripción:

Punto Fit Ec, iniciativa liderada por dos mujeres profesionales comprometidas con la mejora de las condiciones comerciales para pequeños productores, busca generar un comercio justo que contribuya a una economía sostenible. Inspiradas por el deseo de promover un estilo de vida saludable y la conciencia ecológica, buscan marcar la diferencia.

Punto Fit Ec se enorgullece de impulsar el crecimiento comercial de los agricultores locales al facilitar una conexión directa con los consumidores y difunde información valiosa sobre salud y cuidado del medio ambiente. Ofrecen alimentos de alta calidad, mínimamente

procesados, para garantizar que los clientes disfruten de productos que contribuyan a su bienestar y respalden prácticas sostenibles.

### **HACIENDA SAN NICOLÁS**

Página web: Página no encontrada

Actividad: Exportación de Achiote

Descripción:

La Hacienda San Nicolás, situada estratégicamente en la región ecuatoriana, se ha destacado como líder en la producción y exportación de achiote. Con una arraigada tradición agrícola y un compromiso inquebrantable con la calidad y la sostenibilidad, San Nicolás ha perfeccionado el cultivo de esta especia única, reconocida por su distintivo sabor y propiedades naturales de coloración. Siguiendo prácticas agrícolas de vanguardia, la hacienda se ha posicionado como un proveedor confiable en el mercado internacional, entregando productos de alta calidad que reflejan la autenticidad y excelencia de la tierra ecuatoriana. Su compromiso con la sostenibilidad se refleja en cada cosecha, evidenciando una dedicación constante a prácticas agrícolas responsables y respetuosas con el medio ambiente, consolidando así su reputación global en la producción de achiote de primera categoría.

### **TILAPIAS ORGÁNICAS VALLADARES TILORVA S.A.**

Página web: No encontrada

Actividad Cría y explotación de criaderos de peces,

Descripción:

TILORVA S.A., empresa especializada en la cría y explotación de criaderos de peces, incluyendo peces ornamentales, truchas, tilapias, entre otros, opera bajo el código A032201. Fundada como sociedad comercial el 19 de diciembre de 2019, se destaca en el sector acuícola.

**AGROFREIVAL CIA.LTDA**

Página web: No encontrada

Actividad: Cultivo de Árboles Frutales y Nueces sector

Descripción:

Es una empresa en Ecuador, con sede principal en Santo Domingo. Opera en Cultivo de Árboles Frutales y Nueces sector. La empresa fue fundada en 13 de abril de 2017. Actualmente emplea a 3 (2021) personas. Su Activo Total registró crecimiento of 150%

**FINCA SAN EDUARDO**

Página web: <https://fincasaneduardo.com/>

Actividad: Cultivo y producción de cannabis medicinal

Descripción:

La empresa, única en Ecuador con licencia para el cultivo y producción de cannabis medicinal, destaca por sus flores premium procesadas según estándares internacionales. Se especializa en la creación de productos cannábicos aplicados en tratamientos para diversas enfermedades crónicas, degenerativas, oncológicas, de salud mental, lesiones deportivas y terapias para el manejo del dolor. Además, su servicio de asesoramiento técnico y gestión agrícola de cannabis se concentra en apoyar a los empresarios agrícolas en la elección de la semilla más adecuada para las condiciones climáticas y de humedad de la región.

**AGROSANBYL EXPORTADORA AGRICOLA CIA. LTDA.**

Página web: Página no encontrada

Actividad: Comercialización y exportación de cacao en grano seco

Descripción:

AGROSANBYL CIA. LTDA., una empresa ecuatoriana, se especializa en la comercialización y exportación de cacao en grano seco, así como en productos derivados como pasta/licor y manteca de cacao. Su misión es consolidarse como una empresa líder en la comercialización y exportación de cacao y derivados, manteniendo altos estándares de calidad certificada y promoviendo valores económicos, sociales y ambientales en todas sus operaciones. Su visión es posicionarse como una empresa productora y comercializadora líder en el mercado nacional e internacional de cacao y sus derivados.

### **CEIBCORP CIA.LTDA**

Página web: <https://www.facebook.com/CEIBOcorp/>

Actividad: Producción Agrícola

Descripción:

Ceibocorp, una destacada comercializadora en el sector agrícola, ha logrado un significativo impacto al encontrar mercados tanto a nivel nacional como internacional para una amplia variedad de productos, abarcando tanto la sierra como la costa.

Con el objetivo principal de restaurar la dignidad del agricultor, Ceibocorp reconoce la labor fundamental y a menudo subestimada en el campo. La empresa se compromete a respaldar de manera integral al agricultor, trabajando incansablemente para que su contribución a la sociedad sea reconocida y valorada como merece. Ceibocorp se destaca por dedicarse con compromiso a salvaguardar la dignidad del agricultor, ofreciendo un respaldo sólido y dedicado a quienes trabajan arduamente en la producción agrícola.

### **KAÑAMU S.A.**

Página web: <https://kanamu593.com/kanamustore/kanamu/inicio>

Actividad: Elaboración de flores cultivadas.

Descripción:

La empresa se distingue por la elaboración de flores cultivadas en macetas con un sustrato de la más alta calidad y consistencia. Este proceso se lleva a cabo bajo los rigurosos estándares de Buenas Prácticas Agrícolas y de Cultivo (GACP), demostrando un compromiso constante con el respeto al suelo, al agua y al ecosistema.

La prioridad de la empresa es proporcionar a los clientes flores con un contenido óptimo de CBD y THC, ajustado a sus requerimientos específicos. Siempre comprometida con la calidad, la empresa garantiza la producción de un producto orgánico y de grado farmacéutico para satisfacer las expectativas más exigentes de sus clientes.