



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR GANADERO. CASO HACIENDA
BIGALABRANA**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en
Administración de Empresas**

Línea de Investigación:

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA
LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL**

Autor:

Henry Esteban De Mora Becerra

Directora:

Mg. Elva Aidee Llerena Barreno

Ambato – Ecuador

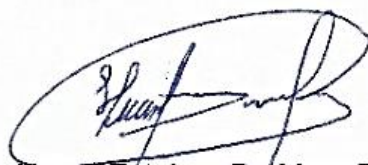
Enero -2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **HENRY ESTEBAN DE MORA BECERRA**, con cédula de ciudadanía **1850255298**, autor del trabajo de graduación intitulado: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR GANADERO. CASO HACIENDA BIGALABRANA", previa a la obtención del título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, enero 2024



Henry Esteban De Mora Becerra

CC. 1850255298

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR GANADERO. CASO HACIENDA
BIGALABRANA**

Línea de Investigación:

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA
LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL**

Autor:

Henry Esteban De Mora Becerra

Elva Aidee Llerena Barreno, Ing. Mg.

CALIFICADOR

f. 

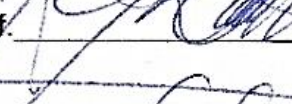
Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg.

CALIFICADOR

f. 

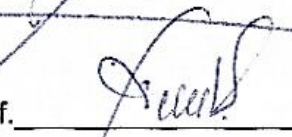
Eduardo Javier Gutiérrez Zambrano, Ing. Mg.

CALIFICADOR

f. 

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg.

DIRECTOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

f. 

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. 

Ambato – Ecuador

Enero 2024

DEDICATORIA

A mi familia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi querida familia, profesores y amigos

RESUMEN

A escala mundial, los sistemas agrícolas, y en particular la explotación ganadera, son importantes fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero y están dentro de las principales causas de la pérdida de biodiversidad y la contaminación hídrica, por lo que se resulta imprescindible buscar una nueva ruta que permita la conversión mundial de los sistemas ganaderos en sistemas ganaderos de bajos insumos y de gestión orgánica. Consciente de esta realidad se pretende crear un modelo de responsabilidad social para el sector ganadero, específicamente para la hacienda Bigalabrana, mismo que permita reforzar la sinergia entre disponibilidad de alimentos y la adopción de las mejores prácticas del sector a través de la reducción del impacto ambiental y mediante un uso eficiente de los recursos.

Para realizar este estudio se utiliza un enfoque cualitativo y cuantitativo, con una metodología descriptiva - explicativa, que permita solventar la necesidad planteada. Al finalizar el trabajo se espera contar con un modelo de responsabilidad social empresarial que le permita al sector ganadero y específicamente a la Hacienda Bigalabrana mejorar el desempeño en la crianza de ganado a través de una gestión sostenible de los recursos.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, implementar, sector primario, ganado bovino.

ABSTRACT

On a global scale, agricultural systems, and in particular livestock operations, are important sources of greenhouse gas emissions and are among the leading causes of biodiversity loss and water pollution, so it is essential to seek a new route that allows the global conversion of livestock systems into low-input and organically managed livestock systems. Aware of this reality, the aim is to create a social responsibility model for the livestock sector, specifically for the Bigalabrana ranch, which will reinforce the synergy between food availability and the adoption of the industry's best practices through the reduction of environmental impact and efficient use of resources.

A qualitative and quantitative approach is used to carry out this study, with a descriptive-explanatory methodology, which allows for solving the proposed need. At the end of the work, it is expected to have a model of corporate social responsibility that will enable the livestock sector, specifically Hacienda Bigalabrana, to improve its performance in cattle raising through sustainable management of resources.

Keywords: *Corporate social responsibility, implement, primary sector, beef cattle.*

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial	9
1.2. Responsabilidad social empresarial y el sector ganadero	16
1.3. Modelos, herramientas y dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial	22
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	34
2.1. Definición de tipo y enfoque de investigación	34
2.2. Interpretación de resultados.....	36
2.3. Diagnóstico de la situación actual.....	38
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS	45
3.1. Identificación de los componentes de modelos del Triple Bottom Line para la Hacienda Ganadera	45
CONCLUSIONES.....	56
RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFIA	58
ANEXOS	64

INTRODUCCIÓN

La gestión en haciendas ganaderas bovinas se remonta a la década de 1970 en Estados Unidos, donde las compañías implementan prácticas de sostenibilidad en sus operaciones ganaderas, como es la conservación de la biodiversidad y la mejora en la gestión del uso del agua y los recursos naturales; por lo tanto, estas prácticas no solo mejoran la imagen de la compañía, sino además, contribuyen a la mejora de la productividad y la rentabilidad de sus operaciones ganaderas ;es así como, las organizaciones del sector continua en desarrollo de iniciativas y programas para mejorar su desempeño económico, social y ambiental, y para responder a las expectativas y demandas de la sociedad (Martínez, 2021).

Por otra parte, es importante señalar que la ganadería es una fuente de ingresos para muchas familias y comunidades en todo el mundo, incluida América Latina. Además, la producción de carne y leche es una de las ramas más importantes de la economía de la región, la cual, tiene una gran demanda, tanto en el mercado interno como externo. Sin embargo, la industria ganadera enfrenta desafíos económicos como precios y costos de producción variables, como precios y costos de producción variables, así como competencia con otros productores a nivel nacional e internacional por lo cual la capacidad para competir con otras empresas es un desafío de sobresalir (Murgueitio, 2021).

Además, en los últimos años, la forma tradicional de gestión de operaciones ha cambiado en todo tipo de empresas que toman decisiones importantes sobre las acciones que emprenden las empresas para garantizar que sus operaciones sean sostenibles y éticas, en todos los aspectos, incluida la protección del medio ambiente, el bienestar animal, la seguridad alimentaria y el cumplimiento de leyes y reglamentos, esto incluye, adoptar prácticas responsables que aseguren el bienestar animal y la sostenibilidad ambiental, y la transparencia de la cadena de suministro.

En añadir a esto, la transparencia de las prácticas de producción y la comunicación, abierta, con los consumidores, son aspectos importantes de la ganadería actual. Los consumidores están cada vez más preocupados por la sostenibilidad de la producción de carne. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto de la globalización y una necesidad universal para lograr la producción y la competitividad, con respeto al medio ambiente y las condiciones sociales. Es un compromiso público, que las empresas deban gestionar sus impactos sociales, ambientales y económicos, de forma responsable y acorde con las expectativas de la sociedad.

A su vez, RSE tiene orientación a las organizaciones, hacia el reconocimiento social de la gobernanza, el cuidado y la gestión ambiental, el apoyo a la comunidad, la igualdad de género y de los trabajadores, la participación de los empleados. Trabajadores dedicados a actividades empresariales socialmente responsables. Es una dirección enfocada en traer beneficios tanto a las empresas como a la sociedad, al mejorar la vida de los empleados a través del uso de la tecnología, que se beneficia con la adopción de prácticas responsables.

Por lo tanto, la eficacia y la eficiencia de la ciencia, las empresas ahorran dinero a largo plazo, centrándose en la protección y la sostenibilidad del medio ambiente.

La adopción de políticas y prácticas que promuevan la igualdad de género y el empleo también mejora la satisfacción de los trabajadores y reducir la rotación. Esto de manera a involucrar a los empleados en actividades para aumentar su sentido de pertenencia y motivación, dentro de la empresa. En pocas palabras, se trata de un enfoque beneficioso para las empresas y la sociedad, en su conjunto.

La responsabilidad social es esencial para cualquier empresa; hoy en día, las organizaciones desean tomar decisiones que beneficien a la sociedad y el entorno que ellos están. Las organizaciones, con un enfoque en la mejora continua, y el objetivo de permanecer en el mercado, necesitan aprender a administrar su entorno. Cuando una organización es socialmente responsable, tiene un mayor

impacto en sus *stakeholders* y grupos de interés. Esto, se debe a que las decisiones de compra de los consumidores cambian cuando las organizaciones se enfocan, no solo, en el crecimiento económico, sino también, en abordar y resolver problemas sociales y ambientales. Su empresa será más rentable y más creíble (Valencia-Rodríguez, 2019).

La RSE es fundamental en la industria ganadera bovina, permite mejorar la rentabilidad y el crecimiento económico de las haciendas ganaderas. A través de prácticas sostenibles y eficientes en la gestión de los recursos naturales y la biodiversidad, es posible mejorar la productividad de las actividades ganaderas.

La implementación de estas prácticas no solo contribuye a mejorar la imagen de la empresa, sino que también responde a las demandas y expectativas de la sociedad. En consecuencia, invertir en prácticas de RSE en las haciendas ganaderas representa una oportunidad para mejorar el desempeño empresarial y contribuir al desarrollo sostenible de la industria (Lainez, 2018).

La Responsabilidad Social Corporativa brinda a las empresas varios beneficios: Mejorar su reputación y credibilidad, aumentar la satisfacción y el compromiso de los empleados, reducir costos y riesgos, mejorar las relaciones con los clientes y la comunidad, son algunos de los beneficios. Ayudar a las empresas a construir una imagen positiva y atractiva para los consumidores, preocupados por los valores éticos y morales. La medición de la RSE es beneficiosa para las empresas, construye su reputación, facilita el acceso a oportunidades de financiación, garantizar un uso eficiente y eficaz de los recursos y motivar a los empleados.

En las haciendas ganaderas tienen un impacto significativo en la reducción de costos. Por ejemplo, la implementación de prácticas de gestión ambiental y eficiencia energética reduce los costos asociados con el consumo de energía y agua. Por esta razón, la implementación de prácticas de seguridad y salud ocupacional reduce los costos asociados con lesiones y enfermedades de los colaboradores, o también, disminuir los costos asociados con la gestión de

proveedores y materiales, también mejorar la eficiencia en el uso de recursos (Ramirez A., 2020).

Por ejemplo, en la Finca "La Llanerita" implementa un sistema de gestión ambiental y social para proteger la biodiversidad y los recursos naturales, en su entorno, mediante la adopción de prácticas sostenibles. Se comunica que, los resultados económicos de estas prácticas sostenibles mejoran su eficiencia energética, reducido sus costos de producción, lo que, atribuya una mejor rentabilidad. La implementación de prácticas sostenibles para la mejora la calidad de sus productos y su reputación en el mercado, lo que, tiene un aumento en la demanda y un incremento en sus ingresos (Carrasco, 2020).

Otro ejemplo es la Hacienda Colca, en el cantón de Gonzanamá, de la provincia de Loja. Implementa el sistema de modelo de sostenibilidad, con participación activa del propietario, y capacitan a los productores ganadero acerca de las nuevas tecnologías de producción sostenibles, y con un costo menor. Con estas estrategias, mejora los sistemas productivos ganaderos y contribuir a la sostenibilidad y productividad de la región. Para mejorar la sostenibilidad y la productividad, realiza un mejoramiento que con tecnologías de uso del suelo en los cuales las especies leñosas perennes se implementan, bajo una función de sinergismo con cultivos que, en su conjunto, contribuyan a mejorar la productividad y sostenibilidad, así como también diversos beneficios ambientales y comerciales (Samaniego, 2018).

Las estrategias comerciales efectivas son esenciales para promover la implementación de prácticas silvopastoreo, como prácticas sostenibles en la ganadería. El silvopastoreo combina árboles, pastos y ganado en un sistema de producción integrado, lo que resulta en una mejor utilización de los recursos con beneficios económicos y ambientales. Con los sistemas de producción tradicionales, los costos de alimentación, se reduce hasta en un 80%, y los costos generales de producción control veterinario, se reduce entre un 20% y un 70%, que se demostró que el uso del silvopastoreo reduce los costos de producción

ganadera, al reducir la necesidad de insumos externos como fertilizantes, mejorar la eficiencia en la utilización de los recursos naturales (Rivera P. C., 2019).

La RSE del sector ganadero, destaca la importancia de aplicar la sostenibilidad a las explotaciones, como condición previa para mejorar la imagen corporativa, crear valor empresarial. El estudio, se centra en el desarrollo del sector ganadero y la implementación de buenas prácticas empresariales, en términos de mitigación de impactos ambientales, relaciones laborales y comportamiento social. Además, se enfatiza la importancia de los sectores económicos, que se deja en claro que el tema está plenamente institucionalizado en el país. En este sentido, los programas estructurados están diseñados para el mediano y largo plazo, y las fincas ganaderas ecuatorianas crean valor y contribuyen al desarrollo sostenible (Campo, 2019).

La introducción de silvopastoreo en la ganadería bovina, se ha basado tradicionalmente en una dieta equilibrada, salvado, para conseguir un rápido engorde y crecimiento, que se considera económicamente más viable. Sin embargo, el uso excesivo de esta práctica tiene efectos adversos en la salud de las vacas, que incluyen: enfermedades y mortalidad animal. La pérdida de ganado tiene un impacto económico en la empresa. Además, la alimentación insuficiente de las vacas afecta la calidad del producto final. Por lo cual se observa que esta práctica conduce a la contaminación de las fuentes de agua dulce, los excrementos del ganado son arrastrados a los ríos y pueblos aledaños, que causa daños a la salud de las personas (Ciuffolo, 2021).

La implementación de prácticas de producción animal sostenible reduce el impacto ambiental de la cría de animales (Bai, 2018). Por ejemplo, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, se logra, al implementar la gestión de fertilizantes, al reducir el uso de fertilizantes e introducir en sistemas de producción más eficientes. La eliminación adecuada de los desechos animales reduce la contaminación del agua y del suelo. Promover el uso eficiente del agua y la energía, reduce el consumo de recursos naturales y los costos de producción. Al

implementar medidas, para conservar la biodiversidad, proteger los hábitats naturales y promover la biodiversidad.

Dentro de las organizaciones ganaderas, la responsabilidad social es una herramienta útil para la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios. Adoptar prácticas sostenibles y considerar las necesidades de la sociedad para ayudar a las empresas a identificar oportunidades de mercado y desarrollar soluciones innovadoras a las necesidades de los consumidores, aumentan así la lealtad de los clientes y aumentan la diversidad, y fortalece la competitividad de las empresas que son inteligentes (Martínez, 2021).

Además, la sostenibilidad en la ganadería, no solo mejora la eficiencia de la producción y la calidad del producto, sino que, también, trae otros beneficios como no depender del exterior en productos químicos. La gestión adecuada de los recursos naturales reduce los costos y aumenta la resiliencia, ante condiciones climáticas extremas. Esto, es especialmente importante en sectores vulnerables al cambio climático. Además, un compromiso con la responsabilidad social corporativa ayuda a construir relaciones más sólidas con los consumidores y otras partes interesadas. Esto es muy importante en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad y la responsabilidad social. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles se convierten en líderes de la industria, ser más confiables y ser percibidas como comprometidas con el bienestar social y ambiental.

A pesar de los esfuerzos promovidos por organizaciones como: La Corporación Favorita, tiene que seguir pasos más detenidamente para fomentar la responsabilidad social empresarial por lo quedan desafíos importantes en la producción animal sostenible en Ecuador. Por ejemplo, la falta de acceso a crédito y tecnología limita la adopción de prácticas sostenibles de producción animal. Además, la falta de capacitación y conocimiento de los productores, sobre prácticas sostenibles, también, representa un obstáculo para implementar prácticas sostenibles en la producción ganadera. Por otro lado, la competencia desleal y la

falta de incentivos económicos de la producción ganadera, no sostenible, desalientan a los productores.

Adoptar prácticas responsables y sostenibles en el sector ganadero es un desafío para Hacienda Bigalabrana, debido a muchos factores. Uno de los mayores desafíos es la importante inversión inicial de tiempo y recursos, necesarios para implementar estas prácticas, lo que se dificultara. Además, la falta de conciencia y capacitación sobre prácticas sostenibles y responsables es una barrera importante. Además, los administradores de fincas se enfocan en maximizar las ganancias a corto plazo, lo que dificulta la adopción de prácticas responsables a largo plazo.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se evidencia como problema la falta de un direccionamiento o una guía de responsabilidad social empresarial para mejorar la calidad, de modo que, existe desconocimiento sobre sostenibilidad en el sector ganadero, los costos a llevar a cabo, que son los involucrados a poner en marcha el proyecto. Por lo tanto, la idea a defender de la presente investigación es: El contar con un modelo de responsabilidad social empresarial, permite al sector ganadero, específicamente a la Hacienda Bigalabrana, mejorara el desempeño en la crianza a través de una gestión sostenible de los recursos.

A partir de lo mencionado anteriormente, se plantea como objetivo general: Diseñar un modelo de responsabilidad social para la Hacienda Bigalabrana. Los objetivos específicos de la investigación son:

- Fundamentar teóricamente la variable de estudio.
- Diagnosticar la situación actual de la Hacienda Bigalabrana en la Responsabilidad Social Empresarial.
- Identificar los componentes del modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la Hacienda Bigalabrana.

Dentro de la metodología, se considera un análisis cualitativo y cuantitativo una recopilación detallada de datos y una comprensión más completa de los factores

sociales y ambientales que influyen en las prácticas empresariales en el sector ganadero.

La empresa no muestra un modelo de RSE en el sector ganadero, es crucial para garantizar ganancias sostenibles, preservar el medio ambiente y fomentar el desarrollo económico de las comunidades. Es importante tener en cuenta que, la producción ganadera tiene un impacto significativo en el medio ambiente y las comunidades que lo rodean, por lo cual, se desea hacer sustentable. Esto implica la eliminación de balanceados y productos químicos que puedan tener repercusiones negativas en la salud del ganado y en la calidad del producto final. Además, la contaminación de fuentes de agua dulce tiene efectos perjudiciales tanto en la salud humana como en la biodiversidad de la zona. La investigación en este ámbito permitirá identificar las mejores prácticas y objetivos estratégicos.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial

La (RSE), anteriormente, en el siglo XIX, cuando algunos empresarios comenzaron a preocuparse por el bienestar de sus trabajadores y las comunidades en las que operaban. Sin embargo, fue en la década de 1950 cuando el término "responsabilidad social" comenzó a utilizarse más ampliamente en el contexto empresarial, gracias a la obra del economista estadounidense Howard R. Bowen, quien escribió el libro *Social Responsibilities of the Businessman* en 1953. Por lo tanto, destaca la importancia de que las empresas consideren no solo sus objetivos financieros, sino también, sus impactos sociales y ambientales, lo cual, es crucial para las empresas competitivas (Vidales, 2020).

El concepto de responsabilidad social empresarial ya ha evolucionado y se ha ampliado para incluir, no solo la responsabilidad social, sino, la sostenibilidad ambiental y económica. Muchas empresas de todo el mundo adoptan políticas y prácticas de responsabilidad social corporativa y consideran que, la responsabilidad social y ambiental es una parte integral de sus operaciones.

También el desarrollo sostenible y la creciente conciencia pública sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental y social. Esto también, se debe a la creciente presión de los consumidores e inversores sobre las empresas para que adopten prácticas, más sostenibles y socialmente responsables (Redondo, 2019).

La RSE ha sido un tema, cada vez, más relevante en el mundo empresarial y ha evolucionado significativamente en los últimos años. La RSE, se define como el compromiso voluntario de las empresas, de adoptar prácticas socialmente responsables y contribuir al desarrollo sostenible. De lo que comienza como una práctica de generosidad, el concepto evoluciona hacia un enfoque más integrado, que involucra a todas las partes interesadas de una empresa, no solo, tiene un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, sino que, también, adopta

prácticas socialmente responsables con un acercamiento estratégico. Sin embargo, también, afecta la rentabilidad y la reputación de unas empresas (Acosta, 2018).

En los últimos años, ha habido un cambio en la percepción del papel y la responsabilidad de las empresas en la sociedad. Esto ha hecho que la RSE sea más aceptada e integrada en la estrategia empresarial. Para las empresas, la responsabilidad social corporativa es fundamental para su éxito a largo plazo. Y no solo mejora la reputación y la rentabilidad de la empresa, sino que también tiene un impacto positivo en la sociedad. Muchas empresas adoptan prácticas más sostenibles, como la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y la promoción de prácticas laborales justas y éticas (Daza, Viloriay, & Miranada, 2018)

El *Triple Bottom Line* es un concepto, que se originó en la década de 1990 y fue popularizado por John Elkington, fundador de la firma consultora *Sustainability*. Este concepto está relacionado con la idea de que las empresas deben medir su éxito, en términos de aspectos económicos, sociales y ambientales. Esto, significa que las empresas deben ser responsables, no solo con sus accionistas, sino, también, con sus empleados, las comunidades en las que operan y el medio ambiente. Es un enfoque holístico que ayuda a las empresas a considerar el impacto de sus decisiones, en todas las áreas relevantes y la creación de valor, a largo plazo, para todas las partes interesadas (Gamboa, 2022).

A nivel internacional, se ha incrementado la adopción de normas y estándares internacionales, como resultado un marco común para la RSE. Uno de los estándares es ISO 26000 publicado en 2010. Esta norma establece una guía para la RSE, en organizaciones de todo tipo y fortalece el marco internacional para el respeto empresarial a los derechos humanos. Estos estándares ayudan a las empresas a alinear sus prácticas con los valores, principios internacionales, proporcionan un marco coherente para el seguimiento y la evaluación del desempeño (Ulloa, 2022).

La RSE es un tema de gran relevancia para las empresas, especialmente en Latinoamérica. En esta región, las pequeñas y medianas empresas (PYME), enfrentan varios desafíos en la implementación de prácticas sostenibles y responsables, debido a la falta de recursos y conocimiento especializado. Además, las PYME suelen tener una menor capacidad para adaptarse a los cambios en el entorno y las expectativas de los consumidores, lo que, dificulta aún más la incorporación a sus estrategias empresariales, teniendo beneficios significativos para las *Pymes*, como la mejora de su reputación y la lealtad de los clientes, la reducción de costos y el acceso a nuevos mercados y oportunidad de negocio. (Mendoza.A, 2018)

La crisis sanitaria de la COVID-19 tiene un gran impacto en la economía y la sociedad a nivel mundial, afecto a empresas de todos los sectores y tamaño. Las empresas tienen que adaptarse rápidamente a los cambios en las demandas del mercado y las restricciones de salud pública, lo que ha destacado la importancia de la (RSE) en la gestión de crisis y en la construcción de la resiliencia empresarial. De hecho, el 60% de los consumidores considera que la RSE es más importante ahora, que antes, de la pandemia (Colombia., 2020).

Cuadro 1. Conceptos RSE de acuerdo a varios autores

Autor	Concepto
Davis (1960)	En un entorno de administración, la RSE implica la adopción de decisiones y la implementación de acciones por parte de los gerentes, que pueden ser contrarias, en cierta medida, a los intereses puramente económicos o técnicos de la empresa.
Walton (1967)	El enfoque actual de la RSE reconoce la relevancia de las interacciones entre las corporaciones y la sociedad; y subraya que los directivos de las empresas deben tomar en cuenta dichas relaciones y los intereses de los diferentes grupos que conforman la sociedad.
Elibert y Parker (1976)	La mejor manera de comprender la RSE podría ser comparada con ser un buen vecino. Este concepto, abarca dos aspectos principales, por un lado, implica no realizar acciones que puedan perjudicar al vecino, por otro lado, puede definirse como la asunción voluntaria de la responsabilidad, de contribuir a la solución de problemas en la comunidad.
Fitch (1976)	Este enfoque busca abordar problemas sociales que son causados en parte, o en su totalidad, por una empresa, y se considera un esfuerzo
Caroll (1979)	La RSE incluye las demandas de la sociedad, en cuanto a aspectos económicos, legales, éticos y discrecionales de una empresa en un momento específico.
Jones (1980)	Este concepto, se refiere a la responsabilidad de las organizaciones hacia los diferentes grupos que conforman la sociedad y va más allá de lo que establecen las leyes y los acuerdos contractuales.
Druker (1984)	El verdadero sentido de la responsabilidad social radica en transformar los problemas sociales en oportunidades de negocio y de beneficio económico, así como, en generar capacidades productivas, competencias humanas, remuneraciones equitativas y riqueza.
Castillo (1988)	La empresa, como institución, puede voluntariamente aceptar una obligación ética o moral, hacia la sociedad en su conjunto. Esta obligación implica reconocer y satisfacer las demandas de la sociedad, así como, reparar los daños que la actividad de la empresa haya podido causar a la sociedad, sus personas o su patrimonio común.
Fredrick et al. (1999)	La RSE es la contribución voluntaria y activa de las empresas al desarrollo sostenible y al bienestar social, económico y ambiental de la comunidad en la que se insertan. Lo que lleva, a una implicación de la gestión ética y transparente de la empresa, el respeto de los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y la promoción de la

	diversidad y la inclusión.
Allen White (1999)	La RSE, se fundamenta en la noción de que las empresas tienen una responsabilidad con la sociedad y deben contribuir al bienestar de ésta, en agradecimiento a lo que reciben de ella. Es una especie de autorización social para llevar a cabo su actividad.
Caroll (1999)	Se refiere a las responsabilidades que las empresas tienen de implementar políticas, tomar decisiones y llevar a cabo acciones que estén alineadas con los objetivos y valores de la sociedad.
Kim, (2018)	La RSE es un enfoque de gestión empresarial que busca integrar la sostenibilidad en la estrategia y la operación de la empresa, y considera, no solo, los impactos ambientales y sociales, sino también, las oportunidades de negocio y la creación de valor compartido. La RSE implica la adopción de prácticas éticas y responsables, la colaboración con los <i>stakeholders</i> y la transparencia en la comunicación de la gestión empresarial.
Porter & Kramer, (2019)	La RSE es un enfoque integral para la gestión empresarial que implica la consideración de los impactos sociales y ambientales de las operaciones de la empresa, así como la adopción de prácticas éticas y responsables. La RSE es una forma de crear valor compartido para la empresa y la sociedad, y de contribuir al desarrollo sostenible.

Fuente: modificado a partir de Villafán (2020).

La RSE se ha convertido en una práctica común en muchas empresas alrededor del mundo para mejorar su desempeño económico, social y ambiental, se adapta esta estrategia integral. En este sentido, la sostenibilidad empresarial tiene varios significados. En particular, fomenta que las empresas edifiquen una imagen positiva en la sociedad, actuar de manera responsable con el medio ambiente y la sociedad conduce a una mejor imagen entre los consumidores y las comunidades en general. Esta imagen positiva conduce a una mayor lealtad y reputación de marca, lo que genera una ventaja competitiva en el mercado. Además, una buena imagen de marca facilita el acceso a nuevos mercados y la expansión del negocio.

Las relaciones entre las empresas y las partes interesadas mejorarían, al facilitar una comunicación y una colaboración más eficaces, entre las dos partes. Al

considerar los intereses y necesidades de las partes interesadas, las empresas mejoran las relaciones, con las partes interesadas y promover una mayor confianza y lealtad. Del mismo modo, las buenas relaciones con las partes interesadas ayudan a identificar oportunidades de mejora y mitigar riesgos, aumenta así, la eficiencia y eficacia del gobierno corporativo. Al cumplir con responsabilidades sociales, no solo mejorar el medio ambiente, sino también, contribuir al desarrollo regional y al alivio de la pobreza (Briones, 2018).

La RSE en el sector ganadero implica la implementación de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, como la gestión eficiente de los recursos naturales, la reducción de la huella de carbono y la protección de la biodiversidad.

Según un artículo publicado en la revista científica *Sustainability*, estas prácticas mejor la eficiencia productiva y la rentabilidad de la ganadería al tiempo que reducen el impacto ambiental. Además de los beneficios ambientales, la responsabilidad en la cría de animales también tiene un impacto positivo en la calidad de vida de los trabajadores y las comunidades (Cho, 2019).

La RSE construye industrias sostenibles que abarcan todos los aspectos de la producción, incluida la promoción de la salud y el bienestar animal sostenibles, la protección del medio ambiente y la seguridad de los trabajadores y la comunidad. Por lo tanto, es indispensable en el sector ganadero. Esto incluye la gestión responsable de los desechos y la contaminación, la reducción de la huella de carbono, la adopción de prácticas comerciales éticas y la mejora de las condiciones de trabajo y de vida de los trabajadores y las comunidades. Además, la colaboración con las partes interesadas es fundamental para identificar oportunidades de innovación y crecimiento sostenible (Frohmann, 2020).

Por un lado, la RSE ayuda a mejorar la calidad de vida de las comunidades y combatir la exclusión social. Un estudio de la Universidad de Wageningen en los Países Bajos encontró que la implementación de prácticas de RSE en el sector

ganadero podría mejorar el acceso a los servicios básicos y la educación en las comunidades, aumenta las oportunidades de empleo y el desarrollo económico.

Por otro lado, en la ganadería es fundamental velar por el bienestar de los animales. Por ejemplo, se promueve prácticas de producción más sostenibles, mejora las prácticas de *marketing* y promueve la transparencia en toda la cadena de suministro (Raufflet, 2018).

La implementación de la responsabilidad social corporativa tiene un impacto positivo, en los aspectos económicos y operativos de una empresa. Por otro lado, al reducir costos, identificar nuevas oportunidades comerciales, mejorar la gestión de riesgos, establecer prácticas sólidas de gobierno corporativo, comunicar de manera efectiva las políticas y prácticas, establecer mecanismos de rendición de cuentas y comprometerse sus partes interesadas y construcción de marcas diferenciadas.

La implementación de la sostenibilidad requiere un compromiso a largo plazo y debe ser un proceso, gradual. Igualmente, en operaciones, es importante identificar áreas en las que tienen el mayor impacto y establecer metas claras y medibles para ese programa. La implementación de la RSE, puede ser, un proceso difícil, pero, conduce a mejoras significativas en la sostenibilidad según las percepciones del cliente (Chacón, 2018).

Por ende, las percepciones de los clientes, sobre una empresa, tiene un impacto significativo. Los clientes están, cada vez, más preocupados por los valores éticos y morales de las empresas, detrás de los productos y servicios que compran. Los clientes se sienten cómodos al apoyar a una empresa, que se preocupa por el medio ambiente y la comunidad. La RSE ayuda a las empresas a comprender las necesidades y preocupaciones de sus clientes y mejorar su capacidad para proporcionar productos y servicios, que satisfagan sus necesidades. En términos, simple adquirir reputación, fidelización de clientes, rentabilidad y competitividad (Mejías, 2018).

1.2. Responsabilidad social empresarial y el sector ganadero

En Brasil, la sostenibilidad de la ganadería ha recibido mucha atención, desde la década de 1990, cuando surgió el concepto de ganadería baja en carbono. En 2010, se lanzó el programa Agricultura Baja en Carbono (ABC), para fomentar la adopción de prácticas agrícolas y ganaderas sostenibles, que financia la implementación de prácticas, como mejora sostenible, restauración de pastos degradados, sistemas de cría de animales, integración de suelos y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (Melvin, 2021).

Por consiguiente, si un sistema produce más de un producto o servicio, la presión ambiental generada por el sistema en su conjunto debe asignarse a los diferentes productos o servicios. Existen varios criterios para la asignación de tarifas a cada producto y coproductor, recibido en el proceso de producción. Los más habituales son el económico, que categoriza el impacto ambiental en función del valor económico del producto (los productos con mayor valor de mercado tienen un mayor impacto que los productos con menor valor), y el basado en la masa. Aquí está el desglose. Se produce en función de la cantidad de producción de cada producto (Lainez, 2018).

Además, practicar el proceso de reestructuración mejora la imagen de la empresa ante la sociedad y los consumidores. Las empresas que están comprometidas con el bienestar de sus empleados y de la comunidad en general durante. Un estudio de la Universidad de Chile encontró que la introducción de prácticas de RSE en el proceso de reestructuración es percibida positivamente por los consumidores a conducir a un mayor valor de mercado y rentabilidad a largo plazo (Rojas, 2021).

Asimismo, adaptarse al cambio es un aspecto importante en cualquier proceso de creación de empresas. La responsabilidad social empresarial también se desempeña un papel importante en este contexto. Según un estudio de la Universidad de Almería en cuanto se incorpora la práctica en el proceso de

reestructuración tiene un impacto positivo en la satisfacción y el compromiso de los empleados. La introducción de prácticas de RSE en el proceso de reestructuración mantiene la moral y motivación de los empleados, equilibra y considera los intereses y preocupaciones de todos los afectados por el cambio, e informa y consulta a las partes afectadas, promueve y proporciona cursos de reciclaje profesional a los empleados (Boza, 2019).

Por otro lado, la RSE se ha desarrollado significativamente en el Ecuador en los últimos años. El gobierno ecuatoriano ha promovido la RSE como parte de su agenda de desarrollo sostenible y ha introducido políticas públicas para fomentar la adopción de prácticas socialmente responsables por parte de las empresas. Además, el gobierno ecuatoriano estableció el Consejo Nacional de Responsabilidad Social (CNRS) como órgano consultivo encargado de promover la RSE en el país. El CNRS ha desarrollado una estrategia nacional de RSE y ha puesto en marcha programas para animar a las empresas a adoptar prácticas sostenibles (Ormaza, 2020).

Por ejemplo, el código de producción establece obligaciones para las empresas de implementar prácticas sustentables y de responsabilidad social en sus operaciones comerciales. El Código también reconoce el papel de las empresas en el desarrollo sostenible de un país y fomenta la cooperación público-privada en la implementación de prácticas sostenibles. gobierno ecuatoriano. Las empresas deben tomar medidas para minimizar su impacto ambiental, promover la igualdad de género y la inclusión social en el lugar de trabajo y divulgar públicamente información sobre sus prácticas de responsabilidad social corporativa (Rodríguez, 2020).

En Ecuador, las empresas se adaptan a la RSE en áreas como el medio ambiente, la inclusión social y la transparencia empresarial. Muchas empresas como Amazon han adoptado prácticas de gestión ambiental para reducir su impacto ambiental y han adoptado políticas de inclusión social como: Emplear a personas con discapacidad y promover la igualdad de género en el lugar de trabajo. Además, la

compañía ha sido pionera en la adopción de prácticas de transparencia empresariales y divulgar información sobre sus operaciones comerciales y prácticas de RSE (Juárez, 2023)

Si bien la RSE está ganando importancia en Ecuador, su implementación es un desafío, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que carecen de las capacidades necesarias para implementar de manera efectiva prácticas socialmente responsables. Entendida esta realidad, el gobierno ecuatoriano ha establecido programas y alianzas público-privadas para ayudar a las pequeñas empresas a implementar prácticas sostenibles. Además, se fomenta la colaboración entre empresas para compartir las mejores prácticas, con el objetivo de aumentar la transparencia y la rendición de cuentas en el sector empresarial. En este contexto, la RSE se ha convertido en parte integral del desarrollo sostenible de un país (Tello, 2018).

La adopción de prácticas sostenibles de cría de animales no solo beneficia el medio ambiente y el bienestar animal, sino que también se tiene efectos económicos positivos a largo plazo. La adopción de prácticas sostenibles de cría de animales mejora la rentabilidad a largo plazo, reducir los costos y hacer que las explotaciones ganaderas sean más resistentes a las condiciones climáticas extremas, según un informe de las Naciones Unidas (FAO). Esto se debe a que la adopción de prácticas sostenibles reduce los costos de producción y hace que el uso de los recursos sea más eficiente, lo que a su vez hace que las explotaciones ganaderas sean más rentables y competitivas (Padmakumar Varijakshapanicker, 2019)

Las iniciativas de RSE en el sector ganadero tiene un impacto positivo en la reputación de la empresa y en las relaciones con los consumidores y otras partes interesadas, además de aumentar la rentabilidad y el crecimiento económico. Las haciendas que adoptan prácticas sostenibles se diferencian en un mercado cada vez más competitivo y convertirse en líderes reconocidos en su industria. De esta manera, se atraerá consumidores que estén dispuestos a pagar más por productos

producidos de manera sostenible y socialmente responsable, y así a largo plazo se aumenta la rentabilidad (Montúfar, 2023).

Desde una perspectiva regulatoria, algunos países han comenzado a desarrollar políticas y programas para fomentar la adopción de prácticas sostenibles de producción animal. En Brasil, por ejemplo, el gobierno introdujo una política ganadera nacional baja en carbono para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero del ganado. En los Estados Unidos, el Departamento de Agricultura ha establecido un programa de certificación para certificar ranchos que emplean prácticas sustentables (iLibrary, 2020).

Por lo tanto, la introducción de prácticas sostenibles en el sector ganadero es esencial para abordar los desafíos ambientales y sociales asociados con la producción ganadera. A medida que crece la demanda de productos sostenibles y socialmente responsables, se espera que más granjas adopten prácticas sostenibles en el futuro. La implementación de prácticas sostenibles en el sector ganadero, con el apoyo de regulaciones y programas gubernamentales, es un paso importante hacia un futuro más sostenible y responsable.

En general, la RSE en el sector ganadero se enfoca en adoptar prácticas productivas sostenibles y socialmente responsables, como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la conservación de los recursos naturales y la promoción del bienestar animal. Estas prácticas también tienen un impacto positivo en la economía de las haciendas ganaderas, se potencia la rentabilidad a largo plazo, disminuir los costos y aumentar su resiliencia ante condiciones climáticas extremas en mayor medida (Jumbo-Ordoñez, 2023).

El impacto de la sostenibilidad ganadera en el gobierno corporativo es importante, la ganadería es una actividad económica que tiene impactos sociales y ambientales significativos. La gestión ganadera sostenible debe tener en cuenta y equilibrar no solo los aspectos económicos, sino también los aspectos sociales y ecológicos. La gestión sostenible del ganado comienza con la consideración de los impactos ambientales de sus actividades, como las emisiones de gases de efecto

invernadero, la contaminación del agua y la tierra, la deforestación y la pérdida de biodiversidad. Abordar adecuadamente estos impactos requiere la adopción de prácticas de gestión ambientalmente racionales, como la gestión de residuos, la conservación de los recursos naturales y la reducción de la huella de carbono (Bravo M. , 2019).

Además, la gestión sostenible del ganado también incluye la consideración de los impactos sociales de sus actividades, como la seguridad alimentaria, la justicia social y el bienestar animal. El respeto de los derechos de los trabajadores, la promoción de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la adopción de prácticas de gestión socialmente responsables, como el bienestar animal, son esenciales para un gobierno corporativo sostenible. Como punto final, la gestión sostenible de la ganadería también debe considerar los aspectos económicos de las actividades como la rentabilidad y la eficiencia. La adopción de prácticas de gobierno corporativo responsable, como la gestión financiera, la planificación estratégica y la innovación, es esencial para un gobierno corporativo sostenible y rentable (Jiménez, 2020).

Igualmente, la introducción de prácticas de gestión ambiental y socialmente responsables y un gobierno corporativo responsable son componentes clave de la ganadería sostenible. La gestión sostenible del ganado significa tener en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los aspectos sociales y ecológicos, y luchar por un equilibrio entre ellos. Para reducir el impacto ambiental de las actividades, es fundamental adoptar prácticas de gestión ambientalmente responsables, como la gestión de residuos, la conservación de los recursos naturales y la reducción de la huella de carbono. Además, es fundamental la introducción de prácticas de gestión socialmente responsables, como el respeto a los derechos de los trabajadores (Domínguez.R, 2019)

A nivel macro, la sostenibilidad de ganadería mejora la economía global, especialmente el comercio internacional. La creciente demanda de carne y productos lácteos sostenibles podría cambiar la dinámica del mercado y crear

nuevas oportunidades para los productores de los países en desarrollo. Pero también pone en peligro a los productores de los países desarrollados que no han adoptado prácticas sostenibles. Por lo tanto, es importante que los gobiernos nacionales y las organizaciones internacionales trabajen juntos para establecer estándares claros y justos para la producción sostenible de carne y productos lácteos (García, 2019).

A nivel micro, la sostenibilidad ganadera tendrá una mejora para las empresas individuales involucradas en la producción de carne y lácteos. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles son más atractivas para los consumidores que buscan productos animales de origen responsable y ético. Esto conduce a una ventaja competitiva para las empresas que adoptan prácticas sostenibles. Sin embargo, la adopción de prácticas sostenibles requiere inversiones significativas en infraestructura y tecnología, lo que es un desafío para las pymes (Bravo G. , 2019).

En un contexto nacional, la sostenibilidad ganadera tiene un impacto significativo en las economías locales. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles crean puestos de trabajo y contribuyen a las economías locales. Sin embargo, también enfrentan desafíos regulatorios y de cumplimiento relacionados con el bienestar animal y los estándares ambientales. Por lo tanto, es importante que las empresas trabajen con los gobiernos nacionales para garantizar que las políticas y regulaciones sean equitativas y efectivas para promover la producción sostenible de carne y lácteos (Alesio, 2019).

En resumen, la gestión sostenible de la ganadería es fundamental para lograr una industria sostenible en todos los aspectos, incluidos los ambientales, sociales y económicos. La introducción de prácticas de gestión ambiental y socialmente responsables y un gobierno corporativo responsable son componentes clave de la ganadería sostenible. La sostenibilidad del ganado tiene impactos tanto a nivel macro como micro, desde la economía global hasta las empresas individuales y las

economías locales. Políticas y regulaciones para que los gobiernos y las organizaciones internacionales trabajen juntos para establecer estándares claros y justos para la producción sostenible de carne y lácteos, y para que las empresas trabajen con los gobiernos para promover la producción sostenible. Es importante garantizar que el proceso sea justo y eficaz.

1.3. Modelos, herramientas y dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

El modelo de RSE es una herramienta que ayuda a las empresas a implementar prácticas sostenibles y responsables en su negocio. Estos modelos que se explicara a continuación en las siguientes páginas es para que las empresas cumplan con sus responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas y promover la cooperación entre los sectores público y privado en la implementación de prácticas sostenibles. Implementar prácticas sostenibles contribuye al desarrollo sostenible de un país y mejorar los indicadores sociales de las comunidades. Además, la RSE ayuda a las empresas a generar confianza, mejorar la reputación comercial, aumentar las ventas y la retención de clientes, y ahorrar costos operativos (Lizcano, 2018).

La RSE es la obligación de las empresas de gestionar los impactos sociales, ambientales y económicos de sus operaciones de manera responsable y acorde con las expectativas de la sociedad. Un modelo de RSE ayuda a las empresas a formular una estrategia que tenga beneficios potenciales para su negocio. Por ejemplo: mejor reconocimiento de marca, mejor reputación corporativa, mayores ventas y retención de clientes, menores costos operativos, ayudar a la sociedad (Valencia, 2018)

Pirámide Responsabilidad Social Empresarial de Carroll

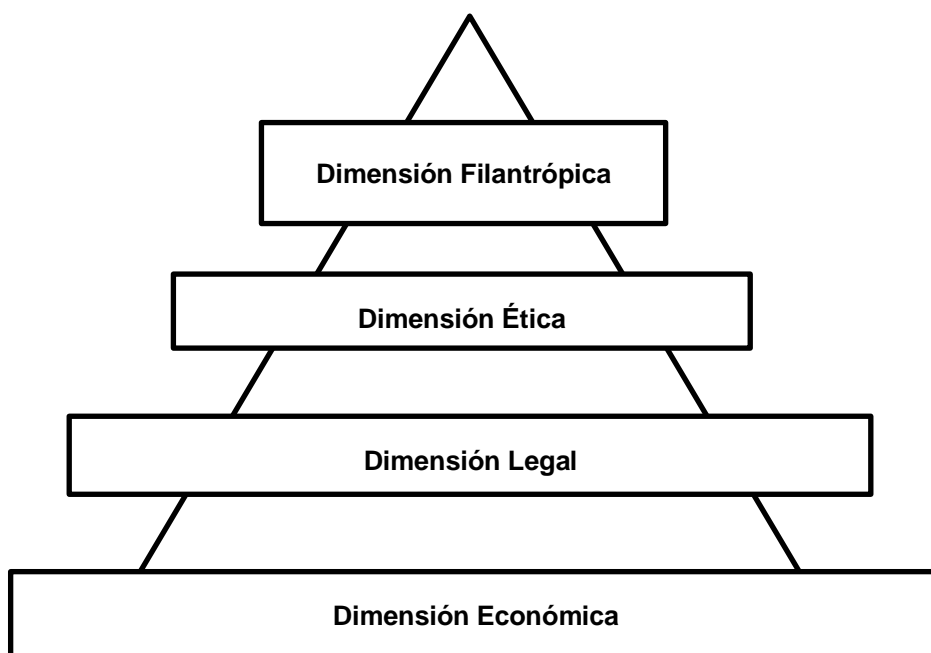
Pirámide de Carroll es un modelo para RSE que se divide en económica, legal, ética y filantrópica forman parte del modelo de RSE. Este modelo fue desarrollado

por Archie B. Carroll en 1991 y se ha convertido en uno de los modelos más conocidos de RSE. Los cuatro tipos de responsabilidades son acumulativos porque una empresa debe cumplir con sus responsabilidades económicas y legales antes de poder cumplir con sus responsabilidades éticas y filantrópicas.

La responsabilidad financiera se encuentra en la base de la pirámide, seguida de la responsabilidad legal, la responsabilidad ética y la responsabilidad filantrópica.

El modelo es útil para que las empresas entiendan cómo es cumplir sus responsabilidades sociales Daza, Corredor y Miranda (2018).

Figura 1. Modelo de Pirámide Responsabilidad Social Empresarial de Carroll



Fuente: modificado a partir de Daza, Corredor y Miranda (2018).

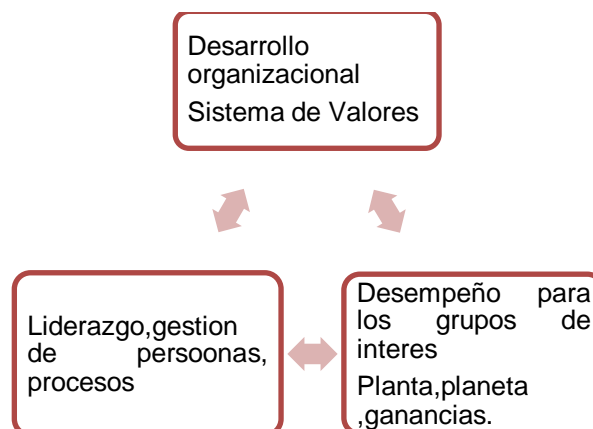
En relación a esto, la económica se refiere a la obligación de la empresa de generar ganancias y ser rentable. Para cumplir con esta responsabilidad, la empresa debe centrarse en maximizar sus beneficios a largo plazo y mantener la inversión. La legal se refiere al cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. La ética se

refiere a la obligación de la empresa de actuar de manera ética y responsable en todas sus operaciones y decisiones. Para cumplir con esta responsabilidad, la empresa debe considerar el impacto de sus decisiones y acciones en sus grupos de interés y en la sociedad en general. La filantrópica se refiere a la contribución voluntaria de la empresa a la sociedad y a la comunidad en general. Para cumplir con esta responsabilidad, la empresa considera la realización de donaciones a organizaciones benéficas (Orozco, 2020).

Modelo de Cubrix

El modelo Cubrix presta atención a la gestión del talento y la diversidad en la empresa, la eficiencia e innovación en los procesos y productos de la compañía, y el impacto social y ambiental de la compañía a través de su enfoque de responsabilidad ambiental y social. El modelo Cubrix ayuda a las empresas a medir su impacto financiero, social y ambiental. Le ayuda a identificar áreas en las que se mejora su impacto social y ambiental, lo que mejorará su imagen comercial y aumentará la lealtad de los clientes. Cubrix se utiliza para cumplir con los requisitos sociales y medioambientales (Plasencia, 2018).

Figura 2. Modelo de Cubrix



Fuente: tomada a partir de Plasencia (2018).

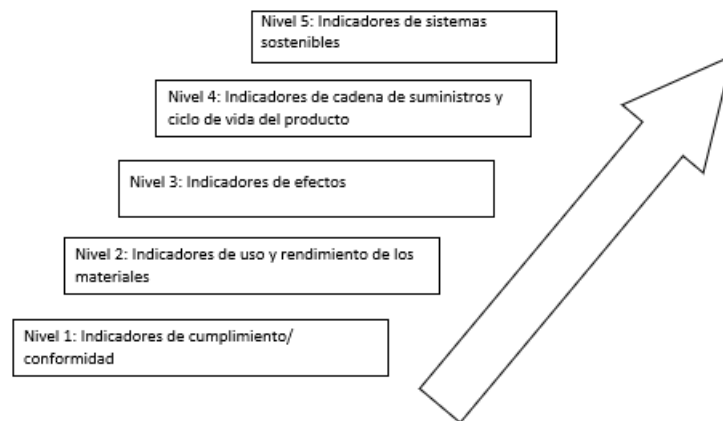
A continuación, se detallan los indicadores del modelo Cubrix:

- Integridad y liderazgo: se refiere a la ética y los valores de la empresa, y la capacidad de liderazgo para implementar prácticas sostenibles.
- Recursos humanos: se enfoca en la gestión del talento y la diversidad en la empresa.
- Procesos y productos: se enfoca en la eficiencia y la innovación en los procesos y productos de la empresa.
- Responsabilidad social y ambiental: se enfoca en el impacto social y ambiental de la empresa.

Modelo del Centro *Lowell* para el desarrollo sostenible

El modelo de Centro *Lowell* para el desarrollo sostenible (LCSP) de la Universidad de Massachusetts es un modelo que ayuda a evaluar la sostenibilidad de la producción. El modelo se enfoca en aspectos ambientales, de seguridad y salud de la producción y está desarrollado bajo tres supuestos básicos. Estos supuestos incluyen que el desarrollo de sistemas sostenibles de producción es un proceso continuo y evolutivo de fijación de objetivos y evaluación del desempeño; diferentes empresas y diferentes industrias están en inicios diversos en el proceso evolutivo; y el desarrollo de sistemas verdaderamente sostenibles de producción no son alcanzados por las empresas de manera independiente. el modelo LCSP propone cinco niveles para el desarrollo sostenible de la producción (Plasencia, 2018).

Figura 3 . Modelo de LCSP



Fuente: tomada a partir de Plasencia (2018)

A continuación, se detalla el modelo Modelo LCSP con sus indicadores:

- **Indicadores de cumplimiento:** Estos indicadores evalúan en qué medida una organización cumple con los estándares, normativas, políticas internas y externas, así como con los requisitos legales y éticos. Miden la conformidad de la empresa con los principios y regulaciones que rigen sus operaciones.
- **Indicadores de uso y rendimiento de materiales:** Se centra en evaluar cómo se utilizan y desempeñan los materiales a lo largo del ciclo de vida del producto. Esto incluye la eficiencia en el uso de recursos, la minimización de residuos y la optimización de los materiales para reducir el impacto ambiental.
- **Indicadores de efectos:** Estos indicadores miden los resultados e impactos reales de las actividades de la empresa en términos de sostenibilidad. Incluye aspectos ambientales, sociales y económicos, evaluando el impacto positivo o negativo generado por las acciones de la organización.
- **Indicadores de cadena de suministro y vida del producto:** Evalúa la sostenibilidad en toda la cadena de suministro, desde la adquisición de materias primas hasta la disposición final del producto. Esto implica medir la

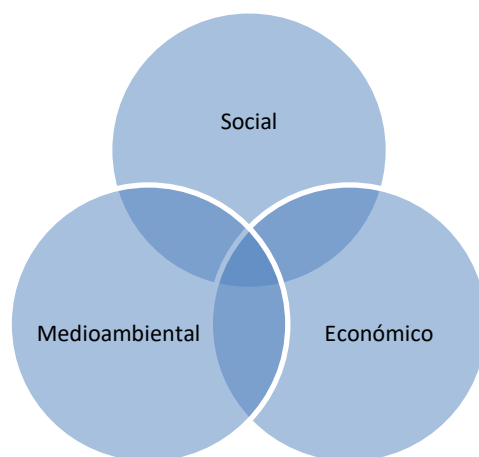
eficiencia, la transparencia y el impacto sostenible en todas las etapas del ciclo de vida del producto.

- **Indicadores de sistemas sostenibles:** Este indicador se enfoca en evaluar la sostenibilidad general de los sistemas y procesos implementados por una organización. Incluyen aspectos como la eficiencia energética, la gestión responsable de recursos, y la integración de prácticas sostenibles en la cultura organizacional.

Modelo del *Triple Bottom Line*

El modelo *Triple Bottom Line*, se centra en la evaluación del rendimiento empresarial en tres áreas clave: económica, social y ambiental. La premisa ,detrás del término Triple Bottom Line, es que una empresa debe medir su éxito, no solo en términos de beneficios financieros, sino también se considera su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Promueve la idea de que las empresas no son verdaderamente exitosas, si sólo, se enfocan en sus ganancias financieras, sin considerar su impacto social y ambiental. En cambio, deben trabajar para lograr un equilibrio entre estas tres dimensiones y ser responsables en todas sus operaciones. Este enfoque, también, ayuda a las empresas a mejorar su reputación y relaciones con los *stakeholders*, lo que tiene un impacto positivo en su rentabilidad a largo plazo. Este modelo refleja una comprensión integral del éxito empresarial, más allá de los aspectos financieros, fomentando la sostenibilidad.

Figura 4. Modelo del Triple Bottom Line



Fuente: modificado a partir de Quezada (2018).

A continuación, se va detallar los aspectos con son los económicos, ambientales y sociales en los siguientes párrafos:

- **Aspecto económico:** se refiere a la rentabilidad financiera de la empresa, es decir, su capacidad para generar ingresos y obtener beneficios. La innovación es una de ellas porque permite a una empresa desarrollar nuevos productos, procesos o servicios, otorgándole una ventaja competitiva y permitiéndole crear valor agregado. La eficiencia operativa también es importante, se enfoca en la reducción de costos y la optimización de recursos, aumenta la productividad y la rentabilidad. La responsabilidad fiscal es otro aspecto importante en lo que se refiere al cumplimiento de las obligaciones tributarias y la transparencia de la gestión financiera. Finalmente, la gestión de riesgos es fundamental para la viabilidad a largo plazo de una organización, es responsable de identificar y mitigar los riesgos financieros, operativos y estratégicos que afectan la estabilidad de la organización (Geoinnova, 2023).
- **Aspecto social:** se enfoca en las relaciones de la empresa con sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general, así como en su compromiso con el desarrollo social y la equidad. el bienestar de los trabajadores agrícolas, introducir prácticas éticas en las relaciones laborales y promover el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Para lograrlo, se realiza capacitaciones en seguridad laboral, derechos humanos y medio ambiente; se establece programas de bienestar para los trabajadores; se comunica con los proveedores para asegurar el cumplimiento de los estándares de responsabilidad social y ambiental; se implementarán medidas como la participación. Fortalecer las relaciones y contribuir al desarrollo económico y social de la región (Geoinnova, 2023)
- **Aspecto ambiental:** se centra en el impacto de la empresa en el medio ambiente y su compromiso con la sostenibilidad. Área ambiental se enfoca

en el manejo responsable y sustentable de los recursos naturales y se esfuerza por minimizar el impacto ambiental de las actividades ganaderas. Para lograrlo, se identificará las áreas de la finca con mayor impacto ambiental, establecen metas para reducir el uso de energía y agua, se implementará buenas prácticas ambientales, introducción de tecnologías limpias en la ganadería, monitorea. Se han tomado diversas medidas, como establecer un sistema para controlarlo. Impacto medioambiental. Estas medidas están dirigidas a promover la gestión ambiental responsable y sostenible en las organizaciones, se minimizan los impactos ambientales y promueve el uso eficiente de los recursos naturales (Geoinnova, 2023).

Dimensiones de la RSE

Las dimensiones de la RSE son cruciales para ayudar a las empresas a equilibrar sus responsabilidades con las partes interesadas. Incluye aspectos económicos, sociales, culturales y ecológicos internos y externos. Esto incluye crear valor de manera honesta, invertir en las comunidades y nutrir a los empleados, mientras se promueve la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Además, la inversión socialmente responsable incorpora estándares éticos en las decisiones de inversión. Estas dimensiones proporcionan una guía sólida para las empresas que buscan un enfoque más ético y sostenible en un mundo donde la responsabilidad social corporativa es cada vez más importante.

Dimensiones integrales de la Responsabilidad Social Empresarial conllevan a un análisis o definiciones por un mejor alcance que la organización obtendrá como beneficios a sus *stakeholders* , y sus niveles de sostenibilidad tendrá una mejora de imagen por los consumidores, se obtiene prácticas justas en la relación con sus empleados, a lo que conllevaría una lealtad y un compromiso , ayudaría a no estar estática con las mismas ideas sino poder innovar y tener diferenciación del mercado por lo que en su entorno empresarial se tiene más exigencias, en lado económico ayuda a una reducir costos mediante mejoras de los residuos correctamente y no afectado a la áreas de las comunidades cercanas

Por otro lado, en la dimensión económica interna de la RSE, las empresas deben generar y distribuir el valor agregado de manera justa entre sus colaboradores y accionistas. Esto implica que las empresas deben realizar gestiones de salarios justos y equitativos para cada uno de sus colaboradores, lo que a su vez disminuye los costos y mejorar la eficiencia sin comprometer la calidad operativa de los productos ofrecidos. La implementación de estrategias sostenibles en los procesos y productos de la empresa también contribuye a una mejor sostenibilidad a largo plazo, lo que revela así mayores utilidades y manteniendo competitivas en comparación con otras empresas del mercado. Además, al implementar prácticas sostenibles se contribuye al desarrollo económico y se reduce el impacto ambiental (Cajig, 2022).

Adicionalmente, la dimensión económica externa de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se enfoca en la generación y distribución de bienes y servicios rentables y útiles para la comunidad en general. Para ello, la empresa debe contribuir a la causa pública a través de su aportación impositiva y participar en la definición e implementación de los planes económicos de su región y país. Esto implica que la empresa debe estar comprometida con el desarrollo económico de su entorno, se considera no solo sus intereses particulares sino también el bienestar social. Al asumir un rol activo en la definición de políticas públicas, la empresa contribuye a la creación de un entorno más propicio para su crecimiento y el de la comunidad (Cajig, 2022).

Además de eso, la dimensión social interna de la RSE se enfoca en la importancia de cuidar y fomentar la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral de los colaboradores, directivos y proveedores. Para lograr esto, se debe fomentar la participación y el trabajo en equipo, brindar oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional y personal, ofrecer un ambiente de trabajo seguro y saludable, y promover la diversidad e inclusión en la empresa. Además, se debe considerar la responsabilidad subsidiaria de todos los actores involucrados en el cuidado del bienestar y la salud mental de los colaboradores, así como en la

prevención y solución de conflictos laborales. De esta manera, se genera un clima organizacional positivo que contribuya al éxito de la empresa (Cajig, 2022).

Con respecto a, la dimensión sociocultural y política externa, las empresas tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operan y que promueven un entorno favorable para el desarrollo de su negocio. Esto implica la realización de acciones y aportaciones que favorezcan la expansión empresarial, el apoyo a la formación y capacitación de trabajadores, así como a la creación de empleo y la promoción de valores culturales. Además, deben tomar en cuenta las necesidades de la sociedad en cuanto a temas de responsabilidad social, tales como la protección del medio ambiente y la promoción de la igualdad de oportunidades. La dimensión sociocultural y política es importante para las empresas porque contribuye al fortalecimiento (Cajig, 2022).

En este sentido, la dimensión ecológica interna ha cobrado mayor relevancia en la RSEI. La responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de los procesos, productos y subproductos implica la implementación de medidas para minimizar la emisión de contaminantes, reducir la huella de carbono y fomentar el uso de fuentes de energía renovable. De esta manera, las empresas mejoran su reputación y contribuyen al desarrollo sostenible del planeta (Cajig, 2022).

Por otro lado, la dimensión ecológica externa implica una mayor conciencia sobre los efectos ambientales de las actividades empresariales. Las empresas tienen una responsabilidad ética de proteger el medio ambiente y contribuir a la conservación de los recursos naturales. Para ello, las empresas deben adoptar medidas proactivas y efectivas para minimizar su impacto ambiental y contribuir a la debilitación del medio ambiente. Estas medidas incluyen la implementación de tecnologías limpias, la reducción de emisiones contaminantes y la promoción del reciclaje y la gestión de residuos. Al asumir un papel activo en la protección del medio ambiente, las empresas contribuyen al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad en su conjunto (Cajig, 2022).

De manera esta manera, la inversión socialmente responsable (ISR) se enfoca en la integración de criterios ambientales, sociales y de gobernanza, esto en la toma de decisiones de inversión. Esta forma de inversión tiene en cuenta no solo los aspectos financieros, sino también los impactos sociales y ambientales de las empresas en las que se invierte. Al integrar criterios ESG, los inversores evalúan mejor el desempeño de las empresas en términos de sostenibilidad y responsabilidad social.

La ISR se aplica tanto a fondos de inversión como a carteras individuales y se personaliza por inversores institucionales, como fondos de pensiones y empresas de seguros, así como por inversores privados. Además, la ISR no solo tiene un enfoque en el desempeño financiero también de las empresas, sino en su impacto en la sociedad y el medio ambiente (Alonso, 2022).

Por otro lado, los indicadores de resultados ambientales se utilizan para medir el impacto ambiental de una empresa en su entorno. Estos indicadores son una herramienta útil para evaluar la eficacia de las políticas y estrategias ambientales de la empresa y su capacidad para reducir el impacto ambiental en la cadena de suministro y en la sociedad en general. Algunos de los indicadores más comunes incluyen el consumo de energía, la emisión de gases de efecto invernadero, la cantidad de residuos producidos, la cantidad de agua utilizada y la cantidad de materiales reciclados. Los indicadores de resultados ambientales también incluyen la evaluación de los productos y servicios de la empresa en términos de su impacto ambiental. Además, estos indicadores son utilizados por los inversores y clientes para evaluar el desempeño ambiental de una empresa y tomar decisiones de inversión y compra responsables. En general, la medición de los resultados ambientales es esencial para asegurar la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental de una empresa. Forbes, (2022)

Además, los indicadores de resultados sociales se refieren a la medición de la responsabilidad social de una empresa en lo que respecta a sus prácticas laborales y la responsabilidad integral sobre el producto. En cuanto a las prácticas laborales,

se evalúa el impacto de la empresa en el bienestar de sus empleados, incluyen la igualdad de género, la diversidad, el desarrollo profesional y la seguridad en el lugar de trabajo. En lo que respecta a la responsabilidad integral sobre el producto, se evalúa aspectos como la calidad y la seguridad del producto, la información proporcionada al consumidor y los impactos sociales de su uso. Estos indicadores son importantes para medir el compromiso de una empresa con la responsabilidad social y para identificar áreas de mejora en la gestión de su impacto social.

De igual manera, son herramientas fundamentales para que las empresas implementan las prácticas de RSE y avanzar hacia un enfoque más sostenible y ético. Estas guías toman diferentes formas, como códigos de conducta, políticas internas o declaraciones públicas de compromiso. En general, buscan orientar a la empresa en la toma de decisiones y en la gestión de sus impactos sociales, ambientales y económicos. Algunas de las guías o principios más reconocidos en el ámbito de la RSE son los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y Derechos Humanos de la ONU, las Normas ISO 26000 de Responsabilidad Social, la Guía G4 de *Global Reporting Initiative* (GRI) para la elaboración de informes de sostenibilidad

A modo de ejemplo, las prácticas justas de operación son un conjunto de prácticas éticas y responsables que las empresas deben seguir para garantizar un impacto positivo en su entorno y en la sociedad en general. Estas prácticas incluyen la transparencia, la no discriminación, el respeto a los derechos humanos y laborales, el cuidado del medio ambiente y la promoción de la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo. En el año 2018, se enfatizó en la importancia de seguir estas prácticas justas de operación, la sociedad y los consumidores están cada vez más conscientes de la responsabilidad social de las empresas. Las empresas que no siguen estas prácticas enfrentan efectos negativos, como la pérdida de confianza y credibilidad en su marca, la pérdida de ventas y clientes y, en casos extremos, multas y sanciones legales (Bravo G. , 2019).

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Definición de tipo y enfoque de investigación

El enfoque de la investigación utilizada es mixto, combinación de enfoque cualitativo y cuantitativo. Este enfoque permite obtener una comprensión integral del entorno en el que se trabaja en la Hacienda y manejar la situación de manera efectiva. El primer enfoque es cualitativo, que ayuda a comprender y analizar el comportamiento de los grupos de interés. Mediante métodos como la entrevista, la observación participante o el análisis de contenido, se obtiene información detallada sobre sus percepciones, necesidades y expectativas. Por otro lado, el enfoque es cuantitativo para evaluar la viabilidad financiera de la empresa desde una perspectiva de responsabilidad social. A través de encuestas, análisis estadísticos y mediciones cuantitativas, se determina si, una organización logra beneficios financieros mientras, mejora la satisfacción del cliente, protege el medio ambiente y promueve el bienestar social.

Por otra parte, este estudio tiene un alcance descriptivo que ayuda a buscar características de persona, grupos o cualquier fenómeno para poder obtener el análisis, esta información ayuda a identificar en qué estado se encuentra la empresa.

La teoría fundamentada tiene como objetivo comprender un fenómeno social a través de la observación y el análisis sistemático de los datos. En el caso de la RSE en el sector ganadero, la aplicación de la teoría fundamentada permitiría identificar y comprender los procesos, acciones y prácticas que lleva a cabo la Hacienda Bigalabrana en relación con la responsabilidad social, y cómo estos procesos, se relacionan con las características y necesidades del contexto en el que se desenvuelve la empresa. Asimismo, permitirá analizar los datos de manera rigurosa y sistemática para identificar patrones y conceptos claves, que ayuda a construir una teoría o modelo explicativo del fenómeno en cuestión.

La investigación no experimental, se refiere a estudios en los que no se manipulan intencionalmente variables independientes para observar su efecto en otras variables. En contraste con los experimentos, donde se crea una situación, en los estudios no experimentales se observan situaciones existentes sin influir en ellas. Este enfoque es común en encuestas, estudios retrospectivos y prospectivos. Los diseños de investigación transeccional o transversal, por otro lado, recopilan datos en un solo momento para describir variables y analizar su incidencia e interrelación.

De acuerdo al segundo objetivo del proyecto, se trabaja con los consumidores de la Hacienda Bigalabrana dedicados a las actividades del ganado. Por lo cual se obtiene información de 20 clientes que pertenecen a una muestra no probabilística por conveniencia. El punto de tratar con este grupo de consumidores no negociantes, sino también productores que necesitan diferentes productos para elevar su nivel de imagen. Esto ayuda a recopilar información precisa y útil para el modelo.

El método de observación utilizado para la hacienda ganadera consiste en la recolección de datos a través de la observación directa de las actividades y procesos relacionados con el sistema ganadero que utilizan. Durante el período de observación, se registra de manera detallada todas las actividades relevantes. Se utilizan técnicas de observación participante, que permite a los observadores interactuar en el entorno. El método de observación resulta ser una herramienta invaluable para obtener información en tiempo real sobre el funcionamiento de la hacienda ganadera, identificar áreas de mejora, evaluar el desempeño del personal.

Dada la necesidad de comprender el contexto, el comportamiento y la perspectiva, se decidió que el enfoque adecuado es examinar la situación, permite recopilar toda la información valiosa que se necesita. En este estudio, también se utiliza el diagnóstico de matriz FODA para comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que influyen en la empresa. Además, se evalúa si la responsabilidad social de la empresa será apreciada por los clientes. Para lograr esto, se utiliza una plantilla específica en el cuestionario para garantizar que las

preguntas estuvieran bien estructuradas y fueran relevantes.

2.2. Interpretación de resultados

Para recopilar datos, se realiza una encuesta entre los clientes de Hacienda Bigalabrana en diferentes partes del país. Como se menciona en las secciones anteriores, el estudio se limita previamente a 20 personas.

Con base en los resultados de la encuesta a los clientes, la empresa ganadera observó una distribución geográfica donde el 65% de los clientes eran de la sierra, el 10% de la zona costera y el 25% del oriente. El análisis muestra que la mayoría de los clientes están ubicados en zonas montañosas, lo que significa consideraciones especiales en cuanto a deseos y necesidades específicas. Para adaptar adecuadamente los productos y servicios de la empresa, es importante tener en cuenta las características geográficas, culturales y climáticas de la región. Aunque la parte costera representa un porcentaje menor de clientes, esto no debe pasarse por alto, el área tiene potencial para expandirse y atraer a más clientes. Implementan estrategias de *marketing* específicas y adaptar productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes extranjeros. Asimismo, el 25% de los clientes de Oriente indica una proporción importante que debe tener en cuenta sus circunstancias y características especiales, como sus preferencias alimentarias, prácticas agrícolas y requerimientos específicos.

Las encuestas son una herramienta útil para recopilar información sobre las opiniones de grupos de personas sobre un tema en particular. Esto se hace para clientes corporativos, por lo que se centrare en las encuestas en línea, se realizan a través de Internet. Este cuestionario de investigación constaba de diez preguntas cerradas y de opción mixta y escalas de Likert, incluida unas preguntas sobre si la RSE les agregaría valor en las secciones de ventas y procesos.

Los resultados de una encuesta a clientes relacionados con la ganadería muestran que es atractivo. Todos tienen una opinión diferente sobre las preguntas

formuladas. Se comprueba que cerca del 75% de los encuestados mostró interés por la RSE, mientras que el restante cerca del 25% se centró únicamente en la rentabilidad. Se estima que la mayoría de los encuestados pertenecen a la región de Sierra, lo que contribuye a la adopción y aplicación del modelo de RSE.

Con base en los datos de la encuesta, se observa una mayor apertura en la región de Sierra a favor de los animales criados sin productos químicos o con productos orgánicos. Esta preferencia es menos pronunciada en las regiones de Oriente y Costa. Sin embargo, adoptar un modelo de RSE es beneficioso para las empresas. El 75% de los clientes encuestados está de acuerdo con esta implementación, mientras que el 25% restante no está de acuerdo. Esto demuestra que la empresa al debe implementar productos orgánicos como químicos para no perder al consumidor.

La industria ganadera tiene problemas con el uso de químicos y hormonas para obtener ganancias inmediatas. Sin embargo, se sabe que afecta negativamente al ganado, lo que resulta en pérdidas y posiblemente enfermedades en los consumidores. Por lo tanto, es urgente tomar medidas para capacitar y promover el uso de productos orgánicos en la ganadería.

Los consumidores y socios comerciales muestran crecientes preocupaciones ambientales, sociales y económicas. Se tiene que adoptar prácticas sostenibles no solo ayuda a mejorar la imagen y también mantiene a los clientes existentes y atrae a otros nuevos. También permitirá ganar una buena reputación en el mercado. Los resultados hasta ahora muestran que la iniciativa es rentable y prometedora.

No solo se trata de cumplir con las normativas medioambientales, sino de ir más allá y liderar, impulsando innovaciones que promuevan la RSE. Esto fortalece la posición de la empresa en el mercado, de igual manera contribuye al desarrollo sostenible a nivel global. En última instancia, la transparencia en estas acciones refuerza la confianza tanto de los clientes como de los socios comerciales,

generando un impacto positivo a largo plazo y estrategias de crecimiento continuo con resultados prometedores.

2.3. Diagnóstico de la situación actual

Después de identificar a los clientes de la hacienda dedicada a la industria ganadera en la parroquia de Cotaló, es importante verificar las necesidades de la empresa. Para este propósito, se utilizará la matriz FODA para el diagnóstico para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis cubre tres dimensiones principales: económica, social y ambiental. De esta forma, es posible conocer a fondo el estado actual de la hacienda y mejorar estrategias.

Cuadro 2. Matriz de diagnóstico de la Hacienda Bigalabrana

	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas • Conocimiento del sector ganadero 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos mercados potenciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de un cliente • Falta de instrumentos digitales • Dependencia de los proveedores de productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran competencia en el mercado y desleal
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación con la sociedad-generación de empleo • Una buena imagen de la empresa. • Mejorar la satisfacción de los empleados 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer las relaciones con la sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de compromiso con la diversidad y la inclusión 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la opinión gustos y preferencias del consumidor
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Uso efectivo de los recursos naturales • Conocimiento sobre la sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación por productos orgánicos en tratamiento de los animales • Fortalecimiento de la relación con la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos de implementación en materia prima de productos orgánicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales

Fuente: Elaboración propia

Cómo se observa en la matriz de diagnóstico FODA la hacienda no tiene un modelo de responsabilidad social empresarial y no participa de forma activa las amenazas y debilidades se convierten en fortalezas y oportunidades lo cual ayuda a un crecimiento económico y tener beneficios para el ambiente y la sociedad que son los tres pilares fundamentales que se desean implementar

Posteriormente se realiza la matriz de impactos cruzados o también MicMac cuya matriz es creada por Godet en el 2000 está ayuda a identificar los inconvenientes que tiene la empresa como se analizó en el cuadro anterior, para saber si tiene una relación estrecha o no.

Cuadro 3 Problemas de la Hacienda Bigalabrana

	Nombre	Descripción
V1	Gran competencia en el mercado y desleal	Disminución en las ventas y la rentabilidad de una empresa.
V2	Falta de instrumentos digitales	Limitar la capacidad de una empresa para llegar a su objetivo público
V3	Altos costos de implementación en materia prima de productos orgánicos	Para implementación de productos orgánicos tiene costos elevados
V4	Cambios en la opinión gustos y preferencias del consumidor	Hacer que los productos de una empresa se vuelvan obsoletos
V5	Nuevos mercados potenciales	Aprovechamiento a nuevas oportunidades de crecimiento.

Fuente: elaboración propia

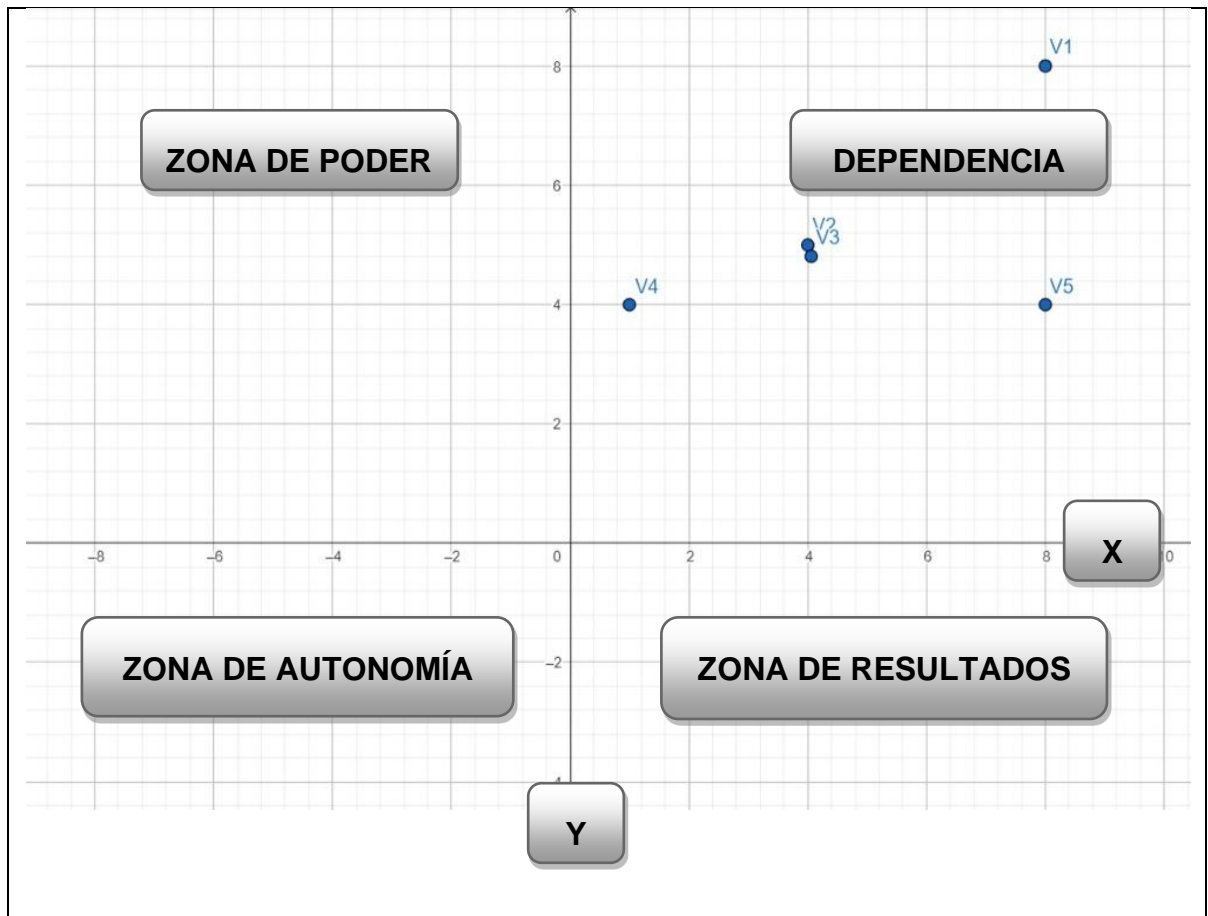
Figura 4. Matriz Cruzada

X		X1	X2	X3	X4	X5	
		Gran competencia en el mercado y desleal	Falta de instrumentos digitales	Altos costos de implementación en materia prima de productos orgánicos	Cambios en la opinión gustos y preferencias del consumidor	Nuevos mercados potenciales expansión	
Y							
Y1	Gran competencia en el mercado y desleal		3	2	2	1	8
Y2	Falta de instrumentos digitales	3		0	0	1	4
Y3	Altos costos de implementación en materia prima de productos orgánicos	0	1		1	2	4
Y4	Cambios en la opinión gustos y preferencias del consumidor	0	0	1		0	1
Y5	Nuevos mercados potenciales expansión	2	2	3	1		8
	TOTAL	8	5	5	4	4	

Fuente: elaboración propia

Figura 5. Plano cartesiano de la matriz cruzada

	V1	V2	V3	V4	V5
Dependencia X	8	4	4	1	8
Dependencia Y	8	5	5	4	4



Fuente: elaboración propia

Las diversas variables que representan el efecto de la matriz cruzada se muestran en el plano cartesiano. Se observa que están en la zona de conflicto, lo que indica una alta correlación con las variables relacionadas de los problemas de la Hacienda. Son necesarias mejoras en diversas áreas de la compañía, como la adaptación a las nuevas normativas y la reducción del consumo de producto. Estas acciones ayudan a lograr una sostenibilidad rentable.

En un negocio es importante considerar al *stakeholders*, son los que consumen, apoyan, proveen e interactúan con el negocio. La sección identifica nueve grupos de partes interesadas que brindan apoyo y facilitan la implementación efectiva de la responsabilidad social empresarial. La aplicación de prácticas responsables en las empresas mejora al considerar las necesidades y expectativas de estos colectivos.

Cuadro 4. Identificación de Grupos de interés

<i>Stakeholders</i>		
Propietarios	Empleados	Comunidad
Instituciones financieras	Proveedores	Clientes
Gobierno	Organizaciones ambientales	Consumidores

Fuente: elaboración propia

Los grupos de interés se procede hacer una priorización la cual ayudaría a ver los aspectos más relevantes y los que se van a trabajar. Con la tabla realizada se tiene en cuenta de la manera más sencilla las partes interesadas que tiene una interacción mayor con la empresa y si no se tiene, causa afectaciones negativas en la Hacienda Bigalabrana, se realiza el diagnostico actual de la empresa como se indica en el siguiente cuadro.

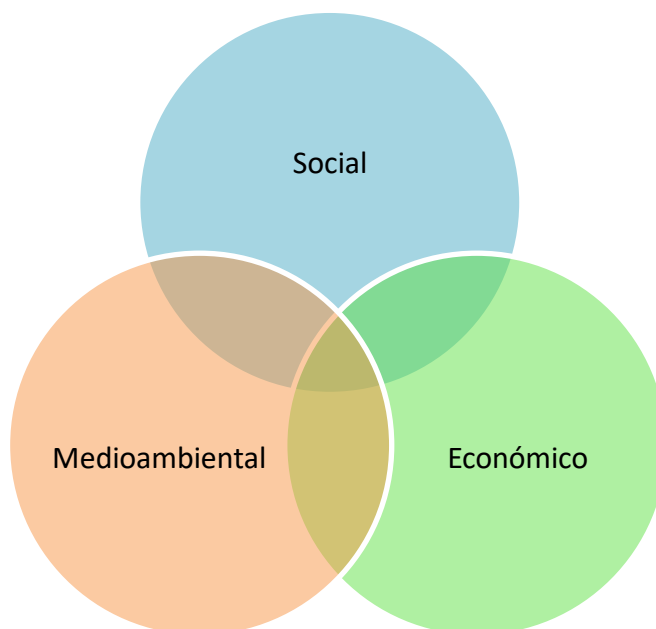
Cuadro 5 .Prioridad de grupos de interés

<i>Stakeholders</i>	
Clientes	Cubrir las necesidades del cliente y mejorar las expectativas
Colaboradores	Pueden influir en un comportamiento ético, respeto y seguridad
Propietario	Mejorar su rendimiento con técnicas sostenibles y su reputación
Comunidad	Abordar preocupaciones, necesidades y promover la sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1. Identificación de los componentes de modelos del *Triple Bottom Line* para la Hacienda Ganadera



Fuente: modificado a partir de Quezada (2018).

Acorde a los tres pilares de la RSE que se explicara, a continuación, sobre lo que cada uno este compuesto esto para lograr el tercer objetivo específico,

Pilar económico

Se examina que las empresas toman decisiones estratégicas que les permitan lograr un crecimiento económico sostenible y una mayor rentabilidad a largo plazo. Con acceso a nuevas oportunidades comerciales y un acceso ético y sostenible a mercados donde los productos y servicios son valorados y demandados. Riesgo financiero reducido: al considerar los aspectos ambientales y sociales, las empresas identifican y gestionan mejor los riesgos relacionados con cuestiones como el aumento de las regulaciones ambientales, los requisitos legales que causa denuncias y que significa un gasto, el daño a la reputación y las preferencias cambiantes de los consumidores

Pilar social:

En este pilar ayuda a que la empresa fortalezca su reputación y construyan una imagen de marca positiva, aumentando así la confianza y la lealtad de los consumidores y otras partes interesadas. Se necesita atraer y retener talento de los colaboradores, las empresas que están comprometidas con el bienestar de los empleados, la diversidad, la inclusión y las prácticas laborales éticas tienen más probabilidades de atraer y retener a los mejores talentos, lo que lleva a una mayor participación, productividad y satisfacción de los empleados. Participar activamente en actividades comunitarias y abordar las necesidades sociales, las empresas construyan relaciones más sólidas y mutuamente beneficiosas con las comunidades locales, se obtiene así la aceptación y el respaldo de múltiples partes interesadas.

Pilar medioambiental:

Dentro de este pilar se complementarían que tenga una eficiencia energética, la gestión de desechos y el uso responsable de los recursos, las empresas reducen los costos operativos a largo plazo y aumentan la eficiencia de manera que tiene una imagen positiva. Tener un cumplimiento ambiental para adaptar a las prácticas sostenibles y responsables ayuda a las empresas a cumplir con las regulaciones ambientales cada vez más estrictas y evitar sanciones legales y daños a la reputación. Estimula la innovación en productos, procesos y tecnologías, lo que da a las empresas una ventaja competitiva al proporcionar soluciones más eficientes y respetuosos con el medio ambiente.

3.2 Identificar los componentes del *modelo de RSE* para la Hacienda Ganadera de acuerdo a un plan de acción

Se ha desarrollado un modelo para la Hacienda Bigalabrana que se dedica a la producción de ganado, por lo cual se escogió el modelo que se alineaba más a la empresa que es el *Triple Bottom Line* está compuesta de tres pilares que son económicos, sociales y ambientales como se muestra en el epígrafe 3.1, de tal manera que establece objetivos estratégicos y estrategias con sus respectivos planes de acción al implementar a la empresa.

Objetivo económico: Mejorar la eficiencia económica en el sector ganadero de la Hacienda
Estrategias
1. Desarrollo de una estrategia comercial efectiva para la Hacienda Bigalabrana.
2. Prácticas de producción sostenible y bienestar animal
3. Rentabilidad y crecimiento económico

Tabla 1. Plan de acción estrategia 1: Desarrollo de una estrategia comercial efectiva para la Hacienda Bigalabrana

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Investigar sobre el mercado objetivo	Administrador 1	Mes 1	Definir la descripción general de su mercado objetivo	\$500 (costo de investigación)
Participar en ferias agropecuarias y actividades afines	Administrador 1	Meses 4-6	Número de eventos de membrecía, generación de clientes nuevos	\$2,000 (costo de participación)
Implementar venta online de ganado orgánico.	Administrador 1	Meses 7-9	Aumente las ventas en línea por la capacidad informar los productos	\$1,500 (costo de implementación)
Supervisar la eficacia de las actividades realizadas.	Administrador 2	Meses 10-12	Informes de ventas	\$300

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Plan de acción estrategia 2: Practicas de producción sostenible y bienestar animal.

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Uso de técnicas de crianza regenerativa (diversidad de especies)	Administrador 2	Meses 1	Siembra de pastos de cobertura para mejorar la estructura del suelo y aumentar la materia orgánica	\$500
Uso de buenas prácticas para la crianza de la res	Veterinario	Meses 2	Condiciones adecuadas de vida de los animales con el veterinario Manejo de estrés Adquisición de cepillos masajeador /cuantas veces usan al día	\$1000
Uso de alimentación balanceada	Administrador 2	Meses 6	Compra de alimentos concentrados/compra de alimentos orgánicos * 25 reses semestral	\$2800
Compostar los residuos orgánicos	Administrador 1	Cada 2 meses	Implementar sistemas de gestión de estiércol y desechos de alimentos para su uso como fertilizante orgánico o producción de biogás. Kilos de fertilizante procesado /No de hectáreas abonadas	\$1000
Incorporación de chips para ver en tiempo real el estado de la res	Administrador 1	Continuo	Implementación de sistema de monitoreo bajo chips para verificar el estado de la res Número de reses con chip /25 Total de reses	\$3000

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Plan de acción estrategia 3: Rentabilidad y crecimiento económico

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Identificar y eliminar procesos ineficientes o innecesarios	Administrador 1	Meses 1-3	Informes de procesos que ayudan a disminuir tiempo Total, de procesos mejorados/total de procesos identificados reducción de costes operativos	\$500 (costo de evaluación)
Implementar un sistema de gestión de inventario digital	Administrador 1	Meses 4-6	Sistema de gestión digital (Excel)	\$2,000 (costo de implementación)
Evaluación periódica de la rentabilidad	Administrador 1	Meses 11-12	Precio de adquisición del producto / margen de utilización por cada producto en reses	\$500 (costos de generación de informes)
Explorar oportunidades de diversificación de razas de ganado	Administrador 1	Meses 10-12	Número de oportunidades exploradas, incremento de ingresos (diferentes razas de ganado)	\$1,000 (costo de investigación)

Fuente: elaboración propia

En los cuadros 6, 7, 8, se muestran de manera sencilla las actividades a implementar y que están adaptadas para el pilar económico. Por lo cual muestra un vínculo directo con el objetivo estratégico y las estrategias establecidas, que garanticen la eficiencia del plan de acción para la Hacienda Bigalabrana. Por lo cual estas actividades se incorporan para la empresa tenga mayores beneficios económicos.

Pilar Ambiental

Se implementa una estrategia ambiental y se ha elaborado un plan de acción detallado. Donde se detallan las actividades, se asigna a los responsables, tiene tiempos, indicadores y presupuestos para promover prácticas sostenibles. La estrategia demuestra el compromiso de la industria ganadera con la mejora y responsabilidad ambiental.

Objetivo ambiental: Promover la sostenibilidad ambiental en la Hacienda Bigalabrana
Estrategias
Consumos sostenibles
Uso de sistemas silvopastoreo para la reducción de la presión sobre el suelo y promover la biodiversidad.
Comercio justo con proveedores locales comprometido las practicas sostenibles

Tabla 4. Plan de acción estrategia 1: Consumos sostenibles

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Identificar proveedores de alimentos orgánicos para el ganado	Administrador 2	Mes 1	Lista de proveedores identificados	\$500 (costo de investigación)
Establecer acuerdos comerciales con proveedores seleccionados	Administrador 2	Meses 2-3	Número de acuerdos comerciales establecidos	\$0 (costo de implementación)
Formación del personal en la valoración de alimentos orgánicos	Encargado de capacitación	Mes 1	Informes de capacitación realizada	\$500 (costos de capacitación)

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Plan de acción estrategia 2: Uso de sistemas silvopastoreo para reducir la presión sobre el suelo y promover la biodiversidad.

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Diseño de un plan para la implementación de sistemas silvopastoreo	Administrador 1	2 meses	Investigación de resultados para identificar la efectividad	\$2,000
Capacitación de trabajadores agrícolas en prácticas silvopastoreo	Administrador 2	2 semanas	Número de colaboradores capacitados y nivel de conocimiento adquirido	\$500
Preparación del terreno y establecimiento de cierres para la incorporación de árboles a los pastizales	Administrador 2	1 mes	Áreas del terreno preparadas y cercas instaladas	\$3,000
Selección y plantación de especies arbóreas apropiadas para silvopastoreo (Aliso, cedro, acacia)	Administrador 2	2 semanas	Número de árboles plantados, tasa de supervivencia de plantas	\$1,500
Monitoreo y seguimiento del progreso del sistema de silvopastoreo	Administrador 2	Permanente	Evaluación del crecimiento de los arbusto o árboles, impacto en la biodiversidad	\$500 anuales
Evaluación de resultados y ajustes necesarios en el sistema de silvopastoreo	Administrador 2	Semestral	Informe de evaluación, ajustes a realizar	\$1,000 anual

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Plan de acción estrategia 3: Comercio justo con proveedores locales comprometido las practicas sostenibles

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Seleccionar proveedores de la localidad que estén comprometidos con prácticas sostenibles	Administrador 1	Mes 1	Lista de proveedores locales	\$500 (costo de investigación)
Celebrar acuerdos comerciales con proveedores seleccionados	Administrador 2	Meses 2-3	Número de contratos comerciales concluidos	\$0 (costo de implementación)
Formar a los empleados, proveedores sobre la importancia de la sostenibilidad en la cadena de suministro	Administrador 1	Meses 4-6	Evaluación de capacitación y mejoras que se tiene	\$100 (costos de capacitación)

Fuente: elaboración propia

En los cuadros 9, 10,11, se muestran las actividades alineadas a realizar con el objetivo y estrategias. Por lo cual ayuda a tener una estructura organizada de las actividades que se realizaran para el aspecto ambiental que beneficiarían a los grupos de interés como son los clientes, empleados y comunidad y se obtendría una buena imagen hacia los mismos.

Pilar social

En el sector ganadero de la Hacienda, se establece un objetivo estratégico para implementar el pilar social. Por lo cual se identifica las partes interesadas como son los empleados, clientes y comunidad, desempeñan un papel vital en este pilar. Los empleados son primordiales, su participación y salud influyen en la productividad y

éxito del proyecto. Asimismo, la comunidad y clientes también es un parte importante que se necesita cubrir sus necesidades y expectativas para que la empresa tenga su crecimiento.

Objetivo social: Mejorar el bienestar social en la Hacienda Bigalabrana
Estrategias
1. Calidad de vida para los empleados
2. Compromiso con la comunidad
3. Ética empresarial y transparencia

Tabla 7. Plan de acción estrategia 1: Calidad de vida para los empleados

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Evaluación de riesgos e implementos necesarios	Administrador 1	Meses 1-3	Riesgos identificados hacia los colaboradores/ prevención de riesgos a los colaboradores	\$1,000 (costos de implementación)
Ofrecer oportunidades de crecimiento y de emprendimiento a los colaboradores	Administrador 1	Meses 4-6	Capacitación de creación de productos y ventas (creación de quesos maduros)	\$2,000 (costos de desarrollo)
Promover un ambiente de trabajo flexible y respetuoso.	Administrador 1	Meses 7-9	Tener horarios flexibles	\$200 (costos de implementación)

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Plan de acción estrategia 2: Compromiso con la comunidad

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Proporcionar agua potable para una parte de la comunidad que necesita	Administrador 2	Meses 1-3	Compra de implementos para suministro(manguera)	\$300(costo de manguera)
Participar en proyectos y eventos de desarrollo comunitario.	Administrador 2	Meses 4-6	Número de proyectos involucrados, impacto en la sociedad (reforestación, donación de libros)	\$1,000 (costos de participación)
Apoyar las iniciativas locales con donaciones y asociaciones	Administrador 2	Meses 7-9	Cantidad de donaciones, informe de cooperación.	\$1,000 (costos de donaciones)

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Plan de acción estrategia 3: Ética empresarial y transparencia

Actividad	Responsable	Tiempo	Indicadores	Presupuesto
Implementar el código de ética	Administrador 2	Mes 1	Código de ética implementado	\$500 (costo de implementación)
Capacitar a los colaboradores en el código de conducta	Capacitador	Meses 2-3	Informes de capacitación realizada	\$500 (costos de capacitación)
Fomentar una buena comunicación abierta y honesta	Administrador 2	Meses 4-6	Informes de comunicación transparente	\$500 (costos de comunicación)

Fuente: elaboración propia

En los cuadros 12, 13,14 se presentan de forma clara y concisa las actividades alineadas con el objetivo y las estrategias realizadas. Por lo cual estas actividades ayudan a proporcionar una estructura organizada para la implementación del pilar social en la Hacienda Bigalabrana y esto permite una gestión más efectiva y eficiente de las actividades relacionadas con la comunidad y colaboradores para obtener su confianza.

CONCLUSIONES

- Al analizar los múltiples modelos RSE, se identifica cuál es el más adecuado para Hacienda Bigalabrana, por lo cual es el más apropiado y adecuado para implementar. El modelo, también conocido como el enfoque de las "Triple Botton" (personas, planeta y beneficios), tiene en cuenta no solo los aspectos financieros de una empresa, sino también su impacto social y medioambiental.
- Un análisis de la situación ganadera de responsabilidad social empresarial se identifica que los clientes están muy interesados en implementar prácticas sostenibles. Se ajusta el modelo de RSE para adecuarlo a esta realidad y satisfacer las necesidades de los clientes, la de los colaboradores y comunidad, mejorando así la respuesta a sus demandas de cada uno de los stakeholders.
- Se evalúa el desempeño económico, social y ambiental de la empresa. Al implementar el modelo de responsabilidad social empresarial de Triple Botton Line se realiza objetivos que estén relacionados con las estrategias para la creación de planes de acción que ayuden a tener prácticas sostenibles, promover el bienestar social y reducir el impacto ambiental; por lo cual, se mejora su reputación, aumentar la competitividad y satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda ampliar el alcance geográfico del estudio, permitirá una comprensión más integral y representativa de las necesidades de las personas para acceder a la ganadería orgánica. Sería útil considerar realizar investigaciones en otras regiones o ciudades cercanas a Ambato para recopilar datos comparativos y analizar posibles cambios en la demanda según el contexto geográfico. Al expandir el alcance geográfico, se logra resultados más sólidos y comparaciones más completas, lo que aumenta la validez y relevancia del estudio en el contexto regional más amplio.
- Se recomienda estudiar detenidamente los certificados y marcas de calidad existentes para los animales de la hacienda orgánica. Esto incluye investigar diferentes sistemas de certificación, evaluar sus requisitos, beneficios y costos asociados. Esta encuesta proporcionará a los fabricantes la información relevante más reciente sobre los estándares requeridos para obtener estas certificaciones. Además, les permitirá comprender cómo estas marcas de calidad diferencian sus productos en el mercado, agregan valor y fortalecen sus posiciones.
- Se recomienda explorar nuevas oportunidades de comercialización para analizar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con supermercados, tiendas de especialidades orgánicas o restaurantes interesados en adquirir productos ganaderos orgánicos. Esta investigación permitirá identificar oportunidades de mercado y evaluar la demanda existente en estos canales alternativos. Mediante el establecimiento de estas alianzas, se promoverá el acceso de los consumidores a la carne orgánica, aumentando el reconocimiento y popularización de los productos ganaderos orgánicos. Además, se promoverá la formación de relaciones comerciales de largo plazo en beneficio de los productores y canales de comercialización, lo que resultará en un aumento a la sostenibilidad de la ganadería orgánica.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, M. L. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN, 13.
- Alesio, C. R. (2019). Analisis de sustentabilidad en un sistema de produccion agropecuaria. Estudio de caso: Establecimiento Guardalavaca Periodo 2018/2019, Armstrong-Santa Fe. Agroproducción Sustentable , 22.
- Alonso, M. S. (2022). Explorando las dimesniones de la responsabilidad social empresarial y la innivación sostenible. Dialnet, 16.
- Bai, Z. L. (2018). Global environmental costs of China's thirst for milk.
- Boza, R. ,. (2019). Gestión humana y responsabilidad social empresarial: un enfoque estratégico para la vinculación de prácticas responsables a las organizaciones.
- Bravo, G. (2019). Gestión ganadera sostenible: un enfoque integral para gestionar los impactos sociales, ambientales y económicos.
- Bravo, M. (2019). Cadenas sostenibles ante un clima cambiante. La ganadeía en colombia. Colombia.
- Briones, K. (2018). Análisis de la responsabilidad social empresarial del sector de confecciones pymes de Guayaquil análisis de la responsabilidad social empresarial del sector de confecciones pymes de Guayaquil . REVISTA, 38.
- Cajig, F. (11 de 23 de 2022). LinkedIn Creator. Obtenido de LinkedIn Creator: <https://www.linkedin.com/pulse/rse-3d-dimensiones-de-la-responsabilidad-j-felipe/?originalSubdomain=es>

- Campo, S. V. (2019). La Responsabilidad Social Corporativa en el sector ganadero: Caso San Miguel, municipio de Villa Purificación, Jalisco. Guadalajara.
- Carrasco, M. (2020). FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA REALIZAR GANADERÍA SOSTENIBLE.
- Chacón, J. R. (2018). Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad . Espacio, 12.
- Cho, S.-H. L.-T.-H.-H. (2019). Procesamiento de imágenes para remodelaciones sustentables: Introducción al sistema de inspección de calidad en tiempo real de trabajos de aislamiento de paredes externas. Sostenibilidad.
- Ciuffolo, M. B. (2021). Fronteras en Sistemas Alimentarios Sostenibles. Obtenido de <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fsufs.2021.639840/full>
- Colombia., O. (2020). Análisis de impacto socioeconómico en la crisis COVID-19.
- Daza, A., Viloriay, J., & Miranada, L. (2018). De la Responsabilidad Social Empresarial(RSE) a la creacion de valor compartido(CVC): Una reflexión crítica sobre los dos conceptos.
- Deloitte. (2019). Encuesta Global Millennial de Deloitte.
- Domínguez.R, L. (2019). Recursos naturales,medio ambiente y sostenibilidad. Cepal.
- Ecuador, G. d. (20 de 12 de 2018). Codigo organico de la producción.

- Estrella, P. (2022). "La Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación en el desarrollo de actividades de Cultura Deportes y Recreación en zonas rurales. Ambato.
- Frohmann, A. M. (2020). Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional . Cepal, 176.
- Gamboa, J. S. (2022). El Triple Bottom Line en las acciones de responsabilidad social Universitaria: Caso Universidad Técnica de Machala. . Machala.
- García, R. &. (2019). Sostenibilidad de los sistemas de producción ganadera: una revisión. España.
- Geoinnova. (24 de 09 de 2023). Geoinnova. Obtenido de Qué es la Triple Bottom Line? Sostenibilidad en empresas.: <https://geoinnova.org/blog-territorio/que-es-la-triple-bottom-line-sostenibilidad-en-empresas/>
- iLibrary, O. (2020). Brasil. OEDC iLibrary.
- invest, B. (2020). Manual de Implementación de la Política de Sostenibilidad Ambiental y Social de BID Invest.
- Jiménez, V. (2020). Planeación estratégica en la responsabilidad social.
- Juárez, C. (27 de 07 de 2023). The logistics World. Obtenido de The logistics World: <https://thelogisticsworld.com/planeacion-estrategica/9-acciones-de-amazon-a-favor-de-la-sustentabilidad/>
- Jumbo-Ordoñez, D. E.-C.-G.-Q. (2023). Análisis social, económico y ambiental de la productividad ganadera: uso óptimo de recursos. Digital Publisher, 12.

Lainez, M. (2018). Sostenibilidad en la producción ganadera.

Lizcano, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC):reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 119-134.

Martínez, K. &. (2021). Agro Productividad. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/agrop/article/view/32481/30112>

Mejías, A. G. (2018). Mejías,A. Godoy,E.Piña,R. Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Carabobo.

Melvin, L. (2021). Brasil impulsará la sostenibilidad del sector agropecuario con apoyo del BID.

Mendoza.A, A. (2018). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LAS PYMES EN E LECUADOR. En A. Mendoza.A, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LAS PYMES EN EL ECUADOR (pág. 207).

Montúfar, V. R. (2023). Gestión Ambiental y Responsabilidad Social: un Estudio Exploratorio en la Industria de Tejas y ladrillos de Cusco, Perú.

Murgueitio, E. C. (2021). *Revista Ciencia y Agricultura*. Obtenido de <https://doi.org/10.19053/01228420.v18.n3.2021.12314>

Omar.C, R. (2020). Las buenas prácticas administrativas conducentes a la explotación económicamente óptima de los animales de granja en condiciones de sanidad e higiene para la salud de los consumidores. *Polo del conocimiento*, 13.

Ormaza, O. R. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador:Abordaje desde la Agenda 2023.

- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas?
- Padmakumar Varijakshapanicker, S. M. (2019). Sistemas ganaderos sostenibles para mejorar la salud humana, la nutrición y la situación económica. *Animal Frontiers*, 39-50.
- Plasencia, J. M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones.
- Quezada Barrera, O. O. (2018). Modelo de desarrollo empresarial sostenible en las pequeñas y medianas. *LOJA*.
- Ramirez A., P. E. (2020). Freshwater research in Latin America: Current research topics, challenges, and opportunities. *Biologia Tropical* , 10.
- Raufflet, E. F. (2018). Responsabilidad social empresarial .
- Redondo, H. (2019). Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2018. Indra, 78.
- Rivera, J. A. (2016). "La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del sector ganadero.
- Rivera, P. C. (2019). CIPAV. Obtenido de https://cipav.org.co/wp-content/uploads/2021/09/X_Congreso_Internacional_Silvopastoril.pdf
- Rodriguez. (2020). Resporte de sostenibilidad en las empresas grandes.
- Rojas, I. R. (2021). GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN AGRONEGOCIOS CASO: HERMOSILLO, SONORA.

- Samaniego, M. (2018). PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA FINCA GANADERA COLCA UBICADA EN EL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA. Loja.
- Tello, G. A. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. . *Revisa Universida y sociedad* .
- Ulloa. (2022). MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA EMPRESAS. PUCESA, AMBATO.
- USMEF. (2020). Survey Shows Growing Importance of Sustainability in Consumer Meat Purchases. Obtenido de <https://www.usmef.org/news-statistics/press-releases/survey-shows-growing-importance-of-sustainability-in-consumer-meat-purchases/>
- Valencia, L. (2018). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL. Universidad Santo Tomás, Nariño.
- Valencia-Rodríguez, E. &.G. (2019). *Revista Ingeniería Solidaria*.
- Vidales, K. B. (2020). Evolución conceptual de la Responsabilidad social. Mexico.
- Villafán, B. (2020). Evolución conceptual de la responsabilidad social .

ANEXOS



ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA HACIENDA BIGALABRANA

Estimado Señor(a). A aplicación de esta encuesta forma parte de un proyecto de investigación académico que tiene como objetivo. Diagnosticar la situación actual de la Hacienda Bigalabrana en la Responsabilidad social empresarial

Se aclara que los datos que se recojan mediante este cuestionario son confidenciales y exclusivos para el estudio.

Marque con una "X" la respuesta a los enunciados a continuación:

1. Sexo:

Femenino

Masculino

2. Edad:

De 18-30 años

De 31-50 años

De 51-65años

3. Región de procedencia:

Costa

Sierra

Oriente

4. ¿Le gustaría tener acceso a información detallada sobre el tratamiento de la res que compra?

Sí, definitivamente

Probablemente sí

No me importa

Probablemente no

No, definitivamente no

5. ¿Qué tan importante es para usted que las empresas ganaderas tengan un enfoque en la protección del medio ambiente?

Muy importante

Importante

No es importante

6. ¿Preferiría comprar animales que hayan sido criados sin hormonas ni antibióticos por cual la calidad mejoraría y el precio de la misma? ¿Por qué?

7. ¿Qué tanto estaría dispuesto a comprar una res que cuentan con certificaciones de sostenibilidad reconocidas?

Definitivamente compraría

Probablemente compraría

No me importa

Probablemente no compraría

Definitivamente no compraría

8.- ¿Considera usted importante que la empresa trate a los animales con productos orgánico reemplazando a los químicos?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Considera usted que la Hacienda Biga abrana ha implementado prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?

Sí, definitivamente.

Sí, en cierta medida.

No estoy seguro.

No, definitivamente no.

10.- ¿Está de acuerdo con que Hacienda Biga abrana debería implementar prácticas sostenibles en sus procesos productivos?

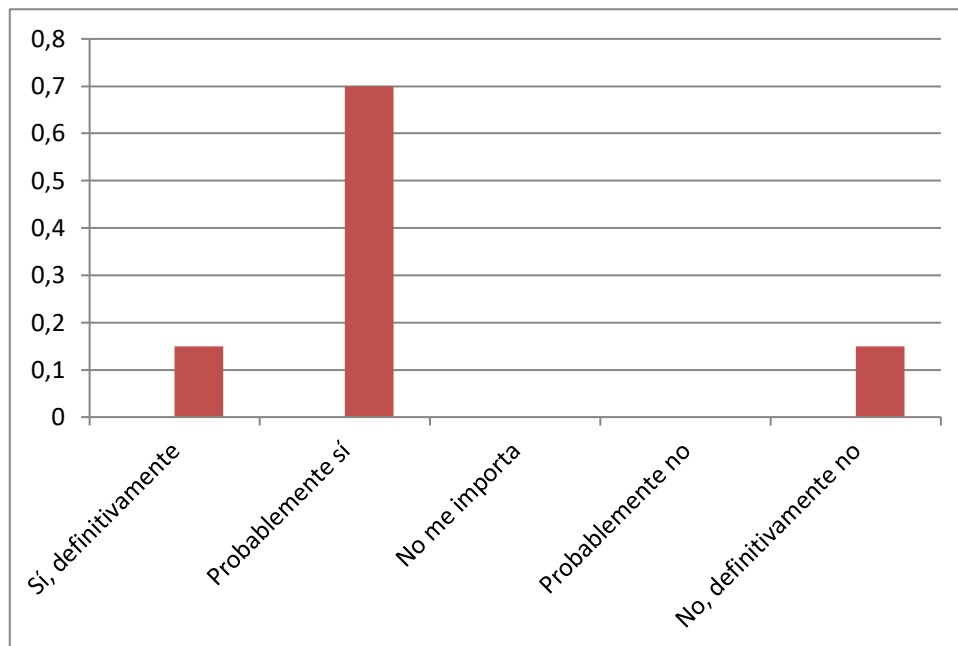
Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

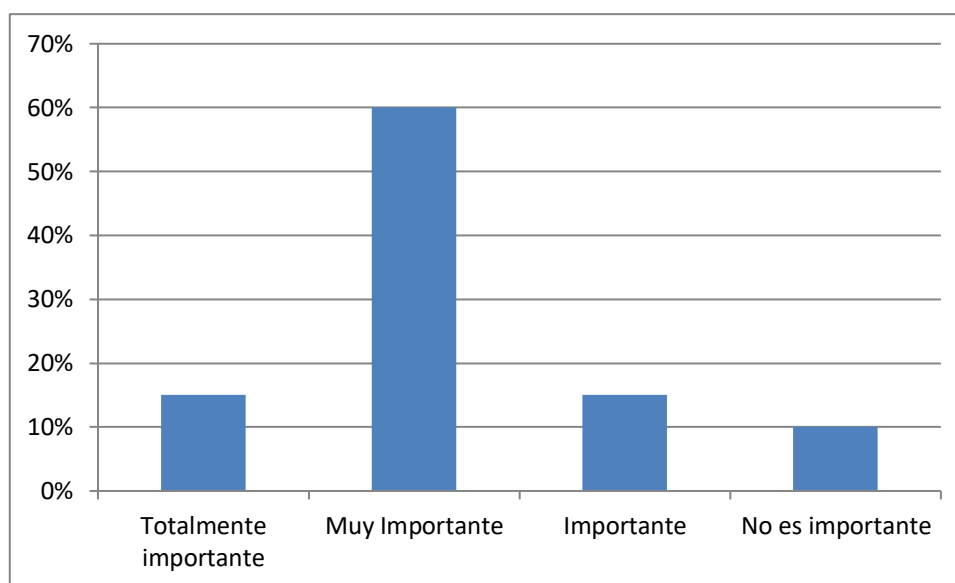
Figura 6 ¿Le gustaría tener acceso a información detallada sobre el tratamiento de la res que compran?



Elaboración propia

Con base en las respuestas de la encuesta, se determinó que a las personas les gustaría tener acceso a la información sobre el tratamiento del ganado dentro de la empresa. Por lo tanto, se crea un documento que especifique el tratamiento, lo que daría más énfasis a la información proporcionada y ayudaría a los clientes a comprender mejor el producto.

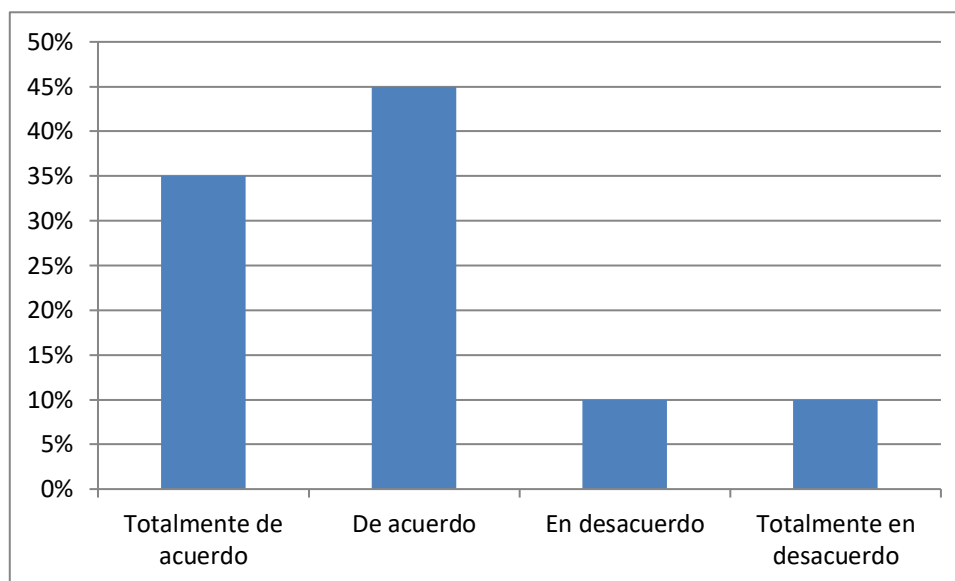
Figura 7 ¿Qué tan importante es para usted que las empresas ganaderas tengan un enfoque en la protección del medio ambiente?



Elaboración propia

Con base en las respuestas de la encuesta, se observó que el 60% de los encuestados considera muy importante que las empresas ganaderas tengan un enfoque en la protección del medio ambiente. Sin embargo, también se identificó que el 10% de los encuestados no se preocupan por el medio ambiente, lo que plantea algunos desafíos en la implementación de la responsabilidad social empresarial.

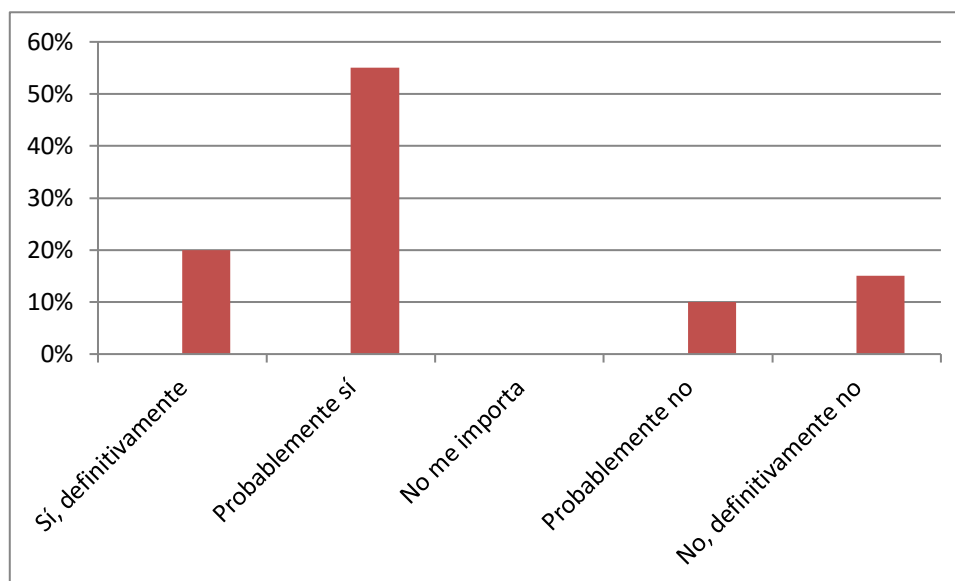
Figura 8 ¿Está de acuerdo con que Hacienda Bigalabrana debería implementar prácticas sostenibles en sus procesos productivos?



Elaboración propia

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta se identifica, que hay más apertura con el 80% en acuerdo que a los consumidores si les gustaría que la empresa implemente practicas sostenibles en los procesos productivos por lo cual sería una respuesta positiva, la implementación sería un gasto innecesario, por lo cual el 20 % no les gustaría

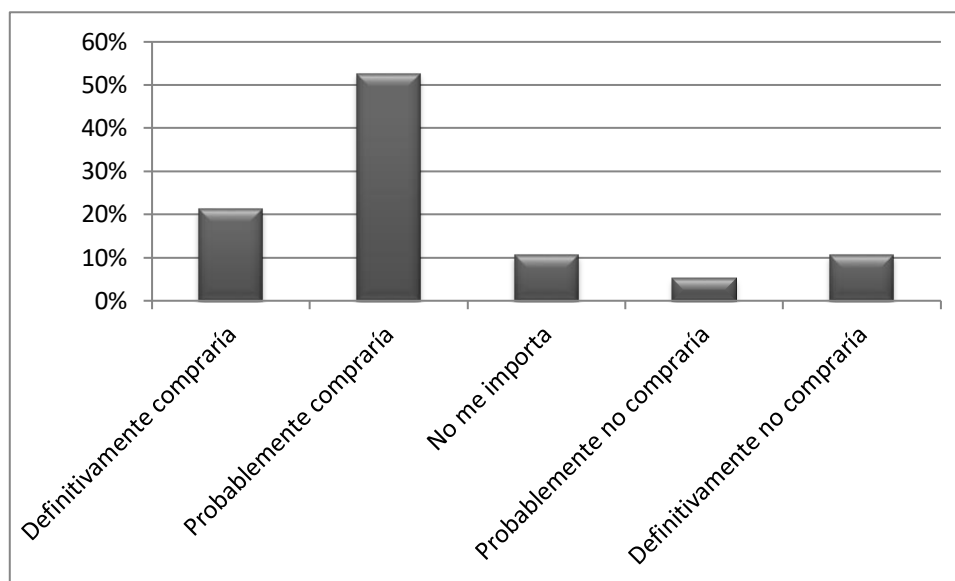
Figura 9 ¿Preferiría comprar animales que hayan sido criados sin hormonas ni antibióticos por cual la calidad mejoraría y el precio de la misma? y si compraría o no ¿Por qué?



Elaboración propia

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta se observa que el 55% de las personas les interesa que los animales que adquieren sean creados de manera orgánica que les ayudaría a tener un valor mayor en la venta de la res de por lo cual se podría tener unas buenas acogidas con la implementación, pero por otro lado no el 15% no compraría por lo que le verifican que sería un gasto para poder enseñar al personal.

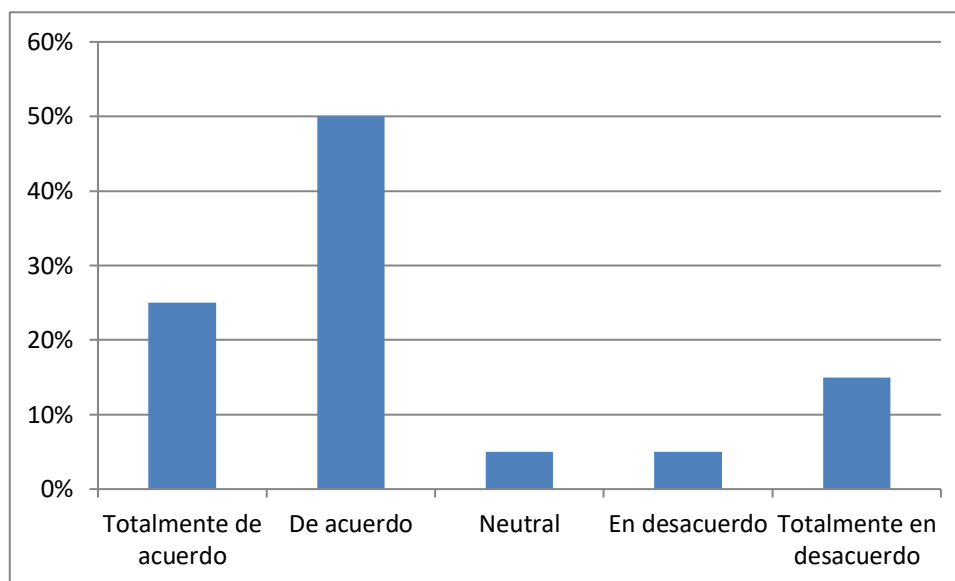
Figura 10 ¿Qué tanto estaría dispuesto a comprar una res que cuentan con certificaciones de sostenibilidad reconocidas?



Elaboración propia

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta se observa que el 53 % del cliente tienen una probabilidad de adquirir una res con el certificado de sostenibilidad que ayuda a ser reconocida la empresa y el 10 % definitivamente no compraría, por la poca información, es un problema porque los consumidores no van a ver la buena relación en lo cual se podrían cambiar otra empresa.

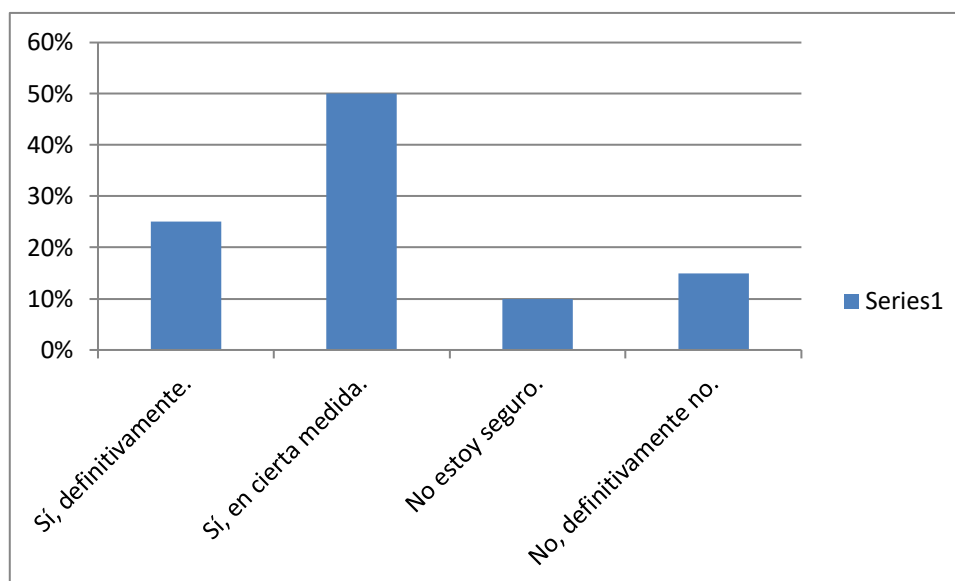
Figura 11 ¿Considera usted importante que la empresa trate a los animales con productos orgánico reemplazando a los químicos? y ¿Por qué?



Elaboración propia

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta se observa que el 50 % del cliente están de acuerdo a que reemplacen los productos químicos por los orgánicos por lo cual está en una forma de ayudar a la sociedad y ambiente, ayuda a dar una nueva imagen y subir el valor de la res, pero por otro lado el 15 % dice que no le interesa porque con los productos químicos ayudan de una forma inmediata y no se obtiene perdidas.

Figura 11 ¿Considera usted que la Hacienda Bigalabrana ha implementado prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?



Elaboración propia

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta se identifica que hay más apertura que a que en la Hacienda Bigalabrana puedan implementar las prácticas de transparencias por lo cual se tiene mejor rendición de cuentas cuando se realice las operaciones, pero en la parte que no desean que es del 25 % que en si pueden tener problemas en cuanto se realiza la rendición de cuentas no puede haber buena transparencia por lo que no les beneficia a los clientes.