

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, UN ENFOQUE DESDE LOS STAKEHOLDERS EN EL SECTOR BANANERO ECUATORIANO

Guamán Guevara, María Dolores ¹; León Saltos, Amparito Cecilia ²; Salvador Espín, Germán Paul ³

md.guaman@uta.edu.ec¹, leonamparo@uta.edu.ec², paulgpse@hotmail.com³

<https://orcid.org/0000-0003-4771-6412> ¹, <https://orcid.org/0000-0001-7047-471X>²,

<https://orcid.org/0000-003-3923-8588>³

Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador

Recibido (10/01/20), Aceptado (24/01/20)

Resumen: Las organizaciones están cada vez más implicadas en lograr un adecuado comportamiento frente a la sociedad, no solo en sus propias actividades, sino también al enfrentar sus responsabilidades frente a los stakeholders. El objetivo de la investigación es analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde un enfoque de stakeholders en el sector bananero. Se aplicó investigación bibliográfica para establecer los presupuestos teóricos que fundamenten el trabajo científico. Además, se usó investigación de campo en las haciendas bananeras de la costa ecuatoriana para establecer una aproximación con los principales actores. Se aplicaron encuestas a 110 empresas del sector bananero. El resultado del análisis estadístico evidencia la existencia de ocho factores que caracterizan a los Stakeholders, criterio que coincide con los expuestos por la norma ISO 26000 y a los principios fundamentales de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Los resultados obtenidos de la investigación permiten concluir que en el sector bananero existe un desconocimiento de la RSE. Además, existe una deficiente gestión medioambiental en el sector objeto de estudio de esta investigación.

Palabras Clave: Responsabilidad social, desarrollo sostenible, análisis factorial, consistencia interna.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, A FOCUS FROM STAKEHOLDERS IN THE ECUADORIAN BANANA SECTOR

Abstract: Organizations are increasingly involved in achieving adequate behavior towards society, not only in their own activities, but also in facing their responsibilities towards stakeholders. The objective of the research is to analyze the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) from a stakeholder approach in the banana sector. For the research process methods are applied in the modality: bibliographic and field. In the field modality one works with the banana plantations of the Ecuadorian coast, which allows a direct contact with the object of practical study and its main actors. The data was taken intentionally and taken into account 110 banana growing companies. A questionnaire is proposed where eight factors that are part of the Stakeholders are established, in correspondence with what is established in the ISO 26000 norms and the principles established in the Corporate Social Responsibility (CSR). The results obtained from the investigation allow us to conclude that in the banana sector there is still a gap over CSR, and interest groups such as Stakeholders, and waste management is deficient with its direct impact on the environment.

Keywords: Corporate social responsibility, Stakeholder, Concerned parties, Banana Sector.

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones actuales trabajan en medio de un entorno adverso, con una fuerte incertidumbre, con sobre oferta de productos y servicios que llevan a un esfuerzo adicional por los administrativos en la búsqueda de alternativas para contrarrestar la competencia y los cambios drásticos en el mundo [1] [2] [3]. En estas condiciones, las organizaciones buscan políticas, objetivos y estrategias que les ayuden a crecer y consolidarse. Hoy en día, el término de responsabilidad social, asociado a las estrategias surge como una necesidad a partir de las reivindicaciones de los stakeholders (partes interesadas) [4] [5]. Este estudio es de corte descriptivo y correlacional.

El objetivo de la investigación es examinar las relaciones entre la práctica de la responsabilidad social en las empresas bananeras y los stakeholders. En este sentido, las organizaciones están cada vez más implicadas en lograr un adecuado comportamiento frente a la sociedad. No solo en sus propias actividades, sino también al enfrentar sus responsabilidades frente a los stakeholders que se vinculan. Con el surgimiento de las teorías de los stakeholders se sujeta y orienta la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hacia los miembros de la sociedad [6] [7]. Los métodos que se desarrollan en esta investigación están orientados en primer lugar, a identificar el contexto del problema con los stakeholders. En segundo lugar, se determina la unidad de análisis con la utilización de un cuestionario, el mismo que se dirige a los gerentes, administrativos o propietarios de las empresas bananeras. Finalmente, la realización del análisis de los datos, con lo cual se concluye que hay deficiencia en la responsabilidad social de forma integral, pues estos aspectos son tratados de forma aislada y no se tiene un enfoque amplio sobre las interrelaciones con los stakeholders.

La estructura de este artículo se divide en cinco partes, en la primera sección se describe el objetivo, los métodos utilizados y el alcance de la investigación, en la segunda sección se detalla de una forma conceptual de qué forma la teoría de los stakeholders puede enlazarse con las responsabilidades sociales de la empresa. En la tercera sección, se describe la metodología que es de corte cuantitativo, se aplicó un cuestionario cuya fiabilidad es de 0,851 con lo cual la confianza en la aplicación del instrumento garantizó la obtención de los resultados, en esta sección, se analizó los 8 factores para el estudio: empleados, comunidad local, accionistas, gobierno, competidores, sindicatos, clientes y proveedores. En la cuarta sección se especifican los resultados obtenidos, destacándose en la matriz de elementos rotados, las correlaciones con los factores. Finalmente, en

el apartado correspondiente se detallan las conclusiones del estudio.

II. DESARROLLO

La teoría de los stakeholders [8] [9], está dirigida a grupos o personas a las que se orienta la responsabilidad social empresarial (RSE), siendo una concepción gerencial para aplicar desde la estrategia organizacional y la ética empresarial. La idea central de la responsabilidad social empresarial (RSE) desde un enfoque de los stakeholders se parte de la premisa, de que los resultados de una organización dependen de las relaciones de las empresas con aquellos grupos claves que tienen incidencia para su desarrollo. Para ello es necesario establecer una organización que gestione sus relaciones con las partes interesadas.

La responsabilidad social (RS) y los beneficios que aporta a las empresas, ha sido tema de investigación de varios autores [10] [11] [12] [13] [5]. Responsabilidad Social puede concebirse desde dos perspectivas comunes [14]:

- La RS parte de una actitud responsable y consciente de las organizaciones enfocadas en el bienestar común, o
- La RS parte desde un acto premeditado, comportándose las organizaciones de forma especulativa en busca de beneficios económicos y con la adopción del proceso de toma de decisiones para la satisfacción de las metas organizacionales.

En ambos casos, el crecimiento empresarial, está dado por un conocimiento profundo del entorno en el que opera la organización, y de las oportunidades que ofrece en cuanto a: manejo y conservación del medioambiente y el uso adecuado de recursos no renovables. En este sentido, en el mundo empresarial actual, la RSE desempeña un papel fundamental en el crecimiento de las organizaciones.

Gracias a la investigación proporcionada [15] generalmente, el adecuado uso de la RSE contribuye a la integración entre los objetivos estratégicos y los intereses colectivos de la sociedad; no obstante, la empresa se apoya en estas relaciones para impulsar su desarrollo y sostenibilidad [16] [17] [18].

Un elemento a tener en cuenta, es el carácter voluntario de la RSE, donde toda organización determina si asume o no con el compromiso. Al asumir el compromiso, se debe orientar la RSE hacia la estrategia organizacional, los principios establecidos y al cumplimiento de la visión; teniendo en cuenta las expectativas de los stakeholders, respetando los valores éticos y en la búsqueda de la construcción de un bien común [19] [20] [14]. A partir de aquí, se debe lograr una armonía entre

lo que exigen los stakeholders y lo que la empresa desea dar, para lograr la aceptación y el bienestar de los grupos de intereses y la sociedad.

Las conclusiones del estudio sobre las redes de la responsabilidad social en Colombia [21] señalan que las iniciativas promulgadas por las personas de la localidad y los requerimientos de los consumidores en los mercados internacionales, son un impulsor para el desempeño de la RSE en el sector bananero colombiano. Un aspecto fundamental es la participación de las partes interesadas con el desarrollo de políticas y prácticas orientadas al medioambiente por parte de las empresas bananeras.

En el Ecuador, el sector bananero tiene una alta importancia, sus exportaciones representan el 2 % del PIB general y un 35 % del PIB agrícola. La producción bananera en el país se desarrolla principalmente en el ámbito familiar y la economía popular y solidaria, donde un 78 % de la producción es de pequeña empresa [22]. El sector bananero en el Ecuador se concentra su producción en tres provincias de la zona Costa: Los Ríos, Guayas y el Oro con un 43,23 %; 32,76 %; y 16,47 % respectivamente, para un 92,46 % de la producción total concentrada en esos territorios. Las tres principales asociaciones exportadoras del Banano son las siguientes [23]:

- AEBE (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador).
- ASISBANE (Asociación de la Industria Bananera del Ecuador).
- De productores AGROPROBAN (Asociación de Productores Bananeros del Ecuador).

El sector bananero es considerado un importante factor para la generación de empleo y reducción de pobreza en zonas rurales; por tanto, es necesario determinar cómo se desarrolla la RSE de estas empresas desde un enfoque de stakeholders [24].

III.METODOLOGÍA

La investigación desarrollada tiene un enfoque cuantitativo que permite describir el objeto de estudio y para analizar, a través de los instrumentos diseñados, el estado actual de la RSE con un enfoque de stakeholders en el sector bananero.

Para el proceso de investigación se analizaron un grupo de factores y se aplicaron métodos en la modalidad: bibliográfica y de campo. La modalidad del estudio bibliográfico permitió un análisis de los antecedentes de investigación y se recopiló las bases teóricas que permitieron plantear el análisis sobre la RSE desde un enfoque de stakeholders.

En el caso de la modalidad de campo se trabajó con las empresas bananeras de la costa ecuatoriana, lo cual

permitió un contacto directo con el objeto de estudio práctico de la investigación y sus principales actores. El tipo de muestreo utilizado fue intencional y fueron tomadas en cuenta 110 empresas que se dedican al cultivo del banano, evaluando al 100 %.

Para el estudio se propuso el uso de un cuestionario, que se desarrolló a partir de la investigación realizada por los investigadores [25]. En el cuestionario propuesto se establecen ocho factores que forman parte de los stakeholders en correspondencia con lo establecido en las normas ISO 26000 y a los principios establecidos en la RSE:

- Empleados
- Comunidad Local
- Accionistas
- Gobierno
- Competidores
- Sindicatos
- Clientes
- Proveedores

Para cada uno de los factores establecidos se propone un grupo de indicadores.

En el primer factor denominado empleados se considera tres ítems o indicadores, los mismos están orientados a identificar el cumplimiento en las responsabilidades asignadas a los empleados, a la capacitación en el puesto de trabajo y a la integración social para los empleados.

En el segundo factor, respecto a la comunidad local, se describen tres ítems que se orienta a las acciones a través de la cooperación con los habitantes de la localidad. El segundo respecto a los fondos económicos que la empresa dispone para este tipo de actividades. El tercer ítem con el patrocinio de la empresa a grupos de stakeholders.

En el factor Accionistas se encuentra tres ítems, los cuales se orientan al comportamiento de los directivos frente a los trabajadores, a la práctica de los principios y acciones de los directivos y al cumplimiento de la visión y misión de la empresa.

En el cuarto factor que es el Gobierno, se detallan los ítems con relación a los acuerdos de la empresa con el gobierno y a las obligaciones que la empresa cumple con el estado.

En relación, al quinto factor de los Competidores, se detalla el comportamiento ético con respecto a los precios del producto, a la competencia en el mercado y con acciones de benchmarking que la empresa adopta de los líderes del mercado.

En el sexto factor denominado Sindicatos, se establece tres ítems, que se especifican orientados a la cultura de la organización, capacitaciones que reciben las

personas de los sindicatos y a la participación de aquellos en otros organismos para la difusión de la cultura de la responsabilidad social.

En el séptimo factor, sobre Clientes, los tres ítems utilizados se describen con la conducta responsable de los clientes, sus principios éticos de aquellos en las relaciones comerciales y sobre la información que la empresa brinda a sus clientes, en relación con la responsabilidad social. Finalmente, el octavo factor, denominado Proveedores, tiene tres ítems, que se enfocan a las relaciones de la empresa con los proveedores y su conducta responsable, en proveer productos no contaminados y sobre las charlas que podrían recibir sobre la responsabilidad social.

Claramente se puede ver todos los factores e indicadores necesarios para evaluar la responsabilidad social corporativa desde un enfoque de los stakeholders, tomando en cuenta los 8 factores principales y de ellos derivar las preguntas pertinentes plasmadas en la encuesta que fue evaluada a partir de una escala de Likert.

IV.RESULTADOS

Las evaluaciones a las empresas fueron aplicadas en el mes de noviembre de 2019 en una visita a las bananeras de la provincia de Los Ríos, cuya producción bananera es influyente. Se encuestaron a los representantes de cada una de las empresas y la información que se obtiene se analizó para obtener los resultados necesarios que contribuyeron al análisis de la situación actual y el diagnóstico. El estudio parte del supuesto que en las empresas tienen poco conocimiento y escasa aplicación sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con enfoque desde los stakeholders.

Para validar la fiabilidad de los datos obtenidos se ha utilizado el coeficiente Alfa de Cron Bach, Prueba KMO y Bartlett.

Este coeficiente Alfa de Cron Bach Oscila entre 0 y 1, cuanto más cerca el valor sea a 1 más consistentes y fiables serán los resultados obtenidos. En nuestro estudio 0,851 es un valor alto demostrando la veracidad y fiabilidad de nuestra investigación.

Tabla I. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,748
Prueba de esféricidad de Aprox. Chi-cuadrado		1330,243
Bartlett	gl	253
	Sig.	,000

•La prueba KMO Y Bartlett compara la magnitud de los coeficientes de correlación observados con la magnitud de los coeficientes de correlación parcial, oscila

entre 0 y 1, los valores menores a 0.5 deberán utilizar otro método de análisis. En el caso de estudio nuestro el valor es de 0.748, siendo más cercano a 1 con un buen nivel de fiabilidad. Esto indica una excelente adecuación de los datos a un análisis factorial.

En el análisis realizado se establece que la mayoría de las empresas bananeras tienen escasos conocimientos sobre la RSE porque: no tienen conocimiento de los conceptos básicos de RSE, planificación estratégica, ética y gestión medioambiental.

La matriz de componentes rotados, demuestra la relación de las variables, agrupando los datos y de esta forma reduciendo la cantidad de datos originales. En la tabla II agrupa 8 factores demostrando en cada uno las relaciones existentes, los valores más altos marcados de color rojo indican una mayor relevancia es dicho factor.

El análisis de esta tabla se enfoca en dos partes, la primera sobre las relaciones significativas de las variables de responsabilidad social y los componentes o factores y en la segunda parte se detalla cuáles son las variables que no se correlacionan con los factores, con el fin de comprender la dinámica del estudio.

En el primer factor (Empleados), se observa que, dentro de las acciones de los directivos, gerentes o propietarios de las empresas bananeras ecuatorianas, se direcciona un fondo económico. En este sentido, el desempeño del capital humano es más adecuado para interactuar con los pobladores de la localidad, el valor de 0,736 es significativo con esta variable. De igual forma, el patrocinio que la empresa bananera tiene en la localidad es aceptable, 0,640. Por su parte, la ética competitiva en el sector bananero es alta, el 0,780 es concluyente, este resultado puede ser derivado de los cupos que las Asociaciones bananeras tienen para la comercialización de los productos, con lo cual el respeto a esta política es alto. La participación de la cultura de responsabilidad social se asocia con el factor empleados en el 0,801, debido a la interrelación del capital humano entre empresas bananeras de un mismo sector. Con relación al incentivo de la conducta responsable de los clientes, los empleados tienen un papel preponderante, puesto que la relación es significativa, 0,705. En tanto que los clientes demuestran una conducta ética apropiada, 0,701, esta circunstancia se deriva por la relación de empatía entre el cliente y empresa.

Los siguientes factores, si bien no son influyentes en el estudio, dan relaciones significativas, así el factor Competidores se asocia significativamente, 0,761 con la política de la empresa frente a las compras para la producción, ya que sus proveedores tienen certificaciones que acreditan la calidad en sus materias primas. De igual forma, el factor Sindicatos, presenta 0,868 con

relación a la conducta responsable de los proveedores, con lo cual se establece que el compromiso es mutuo. Similar característica es del factor Proveedores, 0,892, puesto que es significativo en su relación a la preparación de los empleados, en este sentido, las empresas bananeras tienen un capital humano incentivado y comprometido en su desempeño laboral.

Los resultados obtenidos de la investigación permiten concluir que existe falta de conocimiento acerca de los temas de responsabilidad social empresarial (RSE), con enfoque de stakeholders, en empresas bananeras del Ecuador. El sector bananero no cumple con las normas de la RSE, por falta de conocimiento y tampoco se han adherido a las nuevas normas ISO 26000 las mismas que ayudan a las empresas a ser más responsables socialmente. Por medio del estudio se logró conocer las deficiencias, dudas, de las empresas bananeras, y a la vez se constató que hay un gran entusiasmo por la aplicación de lineamientos mucho más responsables como los que ofrece las normas ISO 26000 que aún no han sido aplicadas; pero hay el compromiso con un afán de mejorar la conducta de quienes conforman sus empresas y los grupos de interés.

V. CONCLUSIONES

El sector bananero es muy importante para la economía ecuatoriana porque sus exportaciones aportan al 2% del PIB general del país y un 35% del PIB agrícola; adicionalmente contribuye en la generación de empleo y la reducción de pobreza en zonas rurales de la costa. El desarrollo de la responsabilidad social empresarial con un enfoque de stakeholders favorece a generar ventajas competitivas en estas organizaciones.

Para el estudio se desarrolla un cuestionario con ocho factores correspondientes a los Stakeholders en correspondencia con lo establecido en las normas ISO 26000; empleados, comunidad local, accionistas, gobierno, competidores, sindicatos, clientes, proveedores. La evaluación de los indicadores se desarrolla a partir de una escala de Likert.

Un análisis integral del estudio se puede establecer que:

- Las empresas presentan deficiencias en los temas medioambientales y no cuentan con instrumentos para minimizar el impacto ambiental.

- No se cuenta con un presupuesto definido para el desarrollo de planes de acciones que contribuyan a mejorar su relación con el medioambiente y no tienen preocupación por implantar acciones ambientales.

- El sector bananero ecuatoriano, de forma general, demuestra poco interés en afianzar un vínculo con la comunidad y sus stakeholders, a pesar de las ventajas

competitivas que puede representar para las organizaciones.

- El análisis de la cultura empresarial, de forma general demuestra que no existe en sus proyecciones estratégicas una proyección hacia la RSE con enfoque hacia los stakeholders.

- Las capacitaciones que han sido dadas con respecto a las normas ISO 26000 y Responsabilidad Social Empresarial no han llegado a contribuir de manera significativa en las empresas para una mejor conducta

- El Gobierno no ha logrado consolidar acuerdos eficaces y permanentes para un crecimiento de las empresas bananeras en el Ecuador y no han existido campañas informativas y de capacitación sobre la Responsabilidad Social Empresarial

El estudio realizado demuestra que la RSE con enfoque de stakeholders en las empresas bananeras del Ecuador aún es deficiente. Todos los componentes que forman parte de los stakeholders tienen niveles bajos en cuanto a la ética empresarial. Además de RSE, los lineamientos no han llevado a tener una conducta responsable de las empresas con los grupos de interés en cuestión.

En cuanto a su relación con los stakeholders, los resultados son deficientes, casi todas las empresas se preocupan por cumplir lo establecido en las leyes y su relación con la comunidad es limitada, aunque es la dimensión social de la responsabilidad social la que tiene mayor impacto en este tipo de empresas [26].

Los resultados obtenidos son similares al estudio realizado por [25] en empresas privadas del sector industrial agropecuario en Guayaquil.

REFERENCIAS

- [1] S. J. Tovar, Y. C. Guarate y M. Cejas, «Competencia, cultura y visión prospectiva del gerente venezolano de la pequeña y mediana empresa,» *Revista Educación en Valores*, vol. 2, n° 26, pp. 58-77, 2016.
- [2] R. Maija, A. Bullough y S. Saeed, «Entrepreneurship under adverse conditions: Global study of individual resilience and self-efficacy,» *Academy of Management Proceedings*, n° 1, 2016.
- [3] X. Peng, L. Yueling y Y. Lin, «The impact of environment uncertainty and effectual flexibility on entrepreneurial resource combination: The moderating effect of entrepreneurial self-efficacy,» *Frontiers of Business Research in China*, vol. 9, n° 4, pp. 559-575, 2015.
- [4] E. Ramos Monge, F. J. Llinàs Audet y J. Barrera Martínez, «Catalysts of university social responsibility into strategic planning by thematic analysis and deductive coding,» *International journal of entrepreneurship and innovation management*, pp. 1-28, 2019.

- [5] J. Witkowska, «Corporate social responsibility: Selected theoretical and empirical aspects,» *Comparative Economic Research*, vol. 19, n° 1, pp. 27-43, 2016.
- [6] V. Muñoz, M. A. Monserrat, R. Martínez Méndez, V. Muñoz, J. G. Serafin y I. Martínez Lagunas, «Percepción de la responsabilidad social empresarial desde la óptica del grupo de interés interno (Trabajadores),» *Revista Global de Negocios*, vol. 6, n° 5, pp. 31-44, 2018.
- [7] M. J. Pérez Espinoza, C. Espinoza Carrión y B. Peralta Mocha, «La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro,» *Revista Universidad y Sociedad*, vol. 8, n° 3, pp. 169-178, 2016.
- [8] E. Barrio Fraile y A. M. Enrique Jiménez, «Responsabilidad Social Corporativa: estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders,» *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, n° 17, pp. 90-108, 2018.
- [9] M. Ruiz Roqueñi, «Inductive Stakeholder Theory. Un modelo para la integración de los Stakeholders en la gestión empresarial,» Vigo, España, 2016.
- [10] S. Duran, A. Fuenmayor, C. Sergio y R. Hern, «Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. 8(2),» *Desarrollo gerencial*, vol. 8, n° 2, pp. 58-75, 2016.
- [11] D. Jiménez Sierra y L. Pérez Suescún, «La representación simbólica de la responsabilidad social empresarial (RSE): el Caso Santa Marta,» *Investigacion e Innovación en Ingenierias*, vol. 4, n° 2, pp. 24-39, 2016.
- [12] C. Vargas, J. E. Díaz Rivera, E. Márquez Martínez y P. A. Colón, «Beneficios tangibles e intangibles, imagen de responsabilidad social y el rendimiento en la inversión de las empresas certificadas “Verdes”,» *Oikos*, vol. 15, n° 31, pp. 17-37, 2015.
- [13] O. Staiculescu y A. Sandu, «Can Social Responsibility Be A Kind Of Business?,» *Annals of Constantine Brancusi University of Targu-Jiu. Economy Series*, n° 2, pp. 104-108, 2016.
- [14] E. Bayle, «Olympic social responsibility: a challenge for the future,» *Sport in society*, vol. 19, n° 6, pp. 752-66, 2016.
- [15] C. A. M. Barrera, «Evaluación de las condiciones de ambiente de trabajo y empleo,» Universidad Católica de Guayaquil, 2018.
- [16] A. Aguilera Castro y D. P. Puerto Becerra, «Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social,» *Pensamiento & Gestión*, n° 32, pp. 1-26, 2012.
- [17] J. L. Flores Galavíz y L. R. Chavarría López, «La gestión del Capital Humano como estrategia para mejorar el desempeño organizacional de las empresas en México,» *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, vol. 10, n° 1, pp. 1438-57, 2018.
- [18] C. G. Muñoz Aparicio, «La cultura y la responsabilidad social: análisis de empresas exitosas en México,» *Revista Perspectiva Empresarial*, vol. 5, n° 1, pp. 53-67, 2018.
- [19] D. Altamirano Analuisa, P. Bautista Toapanta y J. Tisalema Borja, «Gobierno cooperativo e innovación social en el sector de la economía popular y solidaria,» *Uniandes Episteme*, vol. 6, n° 1, pp. 24-48, 2019.
- [20] C. Aragón Amonarriz, C. Iturrioz Landart y L. Narvaiza Cantin, «Cooperatives proactive social responsibility in crisis time how to behave?,» *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, n° 123, pp. 7-36, 2017.
- [21] M. González, «Más allá de la responsabilidad social empresarial: Las redes de la responsabilidad social en la industria bananera,» *Revista de Negocios Internacionales*, vol. 3, n° 3, pp. 90-115, 2010.
- [22] Ministerio de Comercio Exterior, «Informe sobre el sector bananero ecuatoriano,» Quito, Ecuador, 2017.
- [23] Corporación Financiera Nacional, «Ficha Sectorial, Banano y plátanos,» 2017.
- [24] U. Jaime, *La responsabilidad social de la empresa en la gestión de*, Sevilla: EOI Esc.Organiz.Industrial, 2007.
- [25] S. S. Duque Vargas y Á. A. Peña Garcés, «Responsabilidad Social en empresas privadas del sector industrial agropecuario de la ciudad de Guayaquil: diagnóstico y situación actual,» 2013.
- [26] S. Santos y A. León, «La Medición de los Resultados Sociales en el sector bananero; un estudio de corte transversal en la provincia de Los Ríos, República del Ecuador,» *Universidad, Ciencia y Tecnología*, vol. 23, n° 93, pp. 107-118, 2019.