

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL CONTEXTO DEL CAPITAL HUMANO DE LAS EMPRESAS BANANERAS DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS – ECUADOR

León Saltos Amparito Cecilia¹, Saltos Cruz Juan Gabriel², León Meza Ruth Maricela³
leonamparo@uta.edu.ec¹, jg.saltos@uta.edu.ec², maricelaleon42@yahoo.com³
<https://orcid.org/0000-0001-7047-471X>¹, <https://orcid.org/0000-0002-4398-2564>²
<https://orcid.org/0000-0002-3628-4100>³
Universidad Técnica de Ambato-Ecuador
Ambato-Ecuador

Recibido (18/05/20), Aceptado (29/05/20)

Resumen: La responsabilidad social corporativa (RSE) conlleva a la comprensión de que la ética y la moral, son aspectos básicos que los directivos de las organizaciones consideran al momento de utilizar métodos de gestión en el trabajo empresarial, con el fin de lograr que su comportamiento humano sea trasladado a la empresa de una forma responsable y transparente frente a la sociedad. El objetivo de la investigación es determinar de qué forma la RSE se aplica en el capital humano dentro de las empresas bananeras, el método desarrollado en la investigación es cuantitativo, el alcance es descriptivo y se desarrolló para conocer las prácticas de RSE en el capital humano, los resultados indican que los directivos consideran que la comunicación es fundamental en sus empresas, porque los empleados y trabajadores tienen libertad para expresarse (0,933) y les preocupa las relaciones con la comunidad y su entorno (0,913). Este artículo contiene cinco apartados, que abarcan criterios sobre los factores que evalúan la RSE y son a) talento humano, b) consumidor, c) sociedad y d) medioambiente, se utilizó una muestra de 120 empresas bananeras, el análisis de fiabilidad con el Alfa de Cronbach es de 0,951 de los 25 ítems estudiados.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Capital Humano, Sector bananero, *Stakeholders*.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF THE HUMAN CAPITAL OF BANANA COMPANIES IN THE PROVINCE OF LOS RÍOS - ECUADOR

Abstract: Corporate social responsibility (CSR) leads to the understanding that ethics and morality are basic aspects that managers of organizations consider when using management methods in business work, in order to achieve that their human behavior be transferred to the company in a responsible and transparent way in front of society. The objective of the research is to determine how CSR is applied in human capital within banana companies, the method developed in the research is quantitative, the scope is descriptive and developed to learn about CSR practices in human capital. The results indicate that managers consider communication to be fundamental in their companies, because employees and workers are free to express themselves (0.933) and are concerned about relations with the community and its environment (0.913). This article contains five sections, which cover criteria on the factors that evaluate CSR and are a) human talent, b) consumer, c) society and d) environment, a sample of 120 banana companies was used, the reliability analysis with the Alpha of Cronbach is 0.951 of the 25 items studied.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Human Capital, Banana Sector, *Stakeholders*.

I. INTRODUCCIÓN

En los recientes años se puede observar un cambio de directrices en las empresas y la aplicación de normas hacia sus procesos de forma voluntaria, la obligatoriedad también se relaciona a nivel socio empresarial [1], el contexto de las actividades laborales con las prácticas que se desarrollan internamente, son orientadas al desempeño libre y voluntario del colaborador, llevando a un alcance máximo de desarrollo económico para la empresa [2], esta forma no rutinaria implica que los empresarios bananeros, acepten los procesos de cambio en cuanto a la gestión de sus recursos tangibles, dirigiéndose además a los recursos intangibles [3].

Desde este punto de vista, el objetivo de la investigación es relacionar los factores que intervienen en la RSE especialmente con el capital humano, en el contexto de un sector agrícola de importancia. Los métodos que se aplicaron en este estudio se remiten a la identificación de las características del talento humano, consumidor, sociedad y medio ambiente, la implicación de estos elementos en el estudio se refiere al contexto interno y externo de la RSE, las gestiones que realizan los directivos de las empresas en base a una RSE, serán recompensados por las partes interesadas [4], posteriormente se aplicó el instrumento, el cuestionario con 25 ítems dirigido a los administradores, gerentes o propietarios de las empresas bananeras ubicadas en la región costa.

El artículo se estructura en cinco partes, en la primera se especifica la introducción al estudio, identificando de manera concreta el objetivo del estudio, en la segunda parte se argumentan los fundamentos científicos de estudios encontrados en referencia a la RSE y el capital humano. En la tercera parte se desarrolla la metodología, sistematizando los métodos y la técnica utilizada, por lo que es cuantitativa, en la aplicación del instrumento se obtuvo la fiabilidad de 0,951, cuyo resultado a partir de los elementos que se observaron dan una cuantificación aceptable.

II. DESARROLLO

En el desarrollo de este trabajo de investigación se consideró dos partes relevantes, la primera, en relación al nivel interno con las actuaciones de los empresarios bananeros con el capital humano y la segunda con respecto a las actuaciones en referencia a los consumidores, la sociedad y medioambiente.

A. Talento humano

El enfoque del talento humano se sustenta en la educación, como uno de los factores primordiales en su formación, ya que desarrollará nuevos procesos y avances sociales e individuales, que aportarán al cre-

cimiento dentro de la empresa [1]. De la misma forma, el desarrollo de un país depende de la educación de su población, ya que en base a ella se genera rendimiento y crecimiento, contrayendo los índices de pobreza, a la vez promueve beneficios propios y colectivos creando proyectos futuros que extienden las capacidades productivas [1].

La inserción educacional en Ecuador durante el Gobierno del Presidente Rafael Correa creció en niveles significativos disminuyendo el analfabetismo de un 10% a un 5.8% mediante programas y proyectos, creando escuelas colegios y universidades con programas de educación dual, el quintil de pobreza no necesita justicia si no igualdad de oportunidades, rompiendo la disyuntiva de calidad, equidad y demostrando que se puede fusionar las dos cosas, por lo que el tema educativo en la construcción de un capital humano capacitado y con mayor conocimiento es fundamental [5].

La orientación de los empresarios con respecto al capital humano, desde la percepción moral, es parte de la ética en los negocios, pues la responsabilidad individual que se asuma en las empresas hacia sus colaboradores tendrá una medida de su accionar en cuanto a la RSE [6].

Una práctica de RS positiva, son las políticas que la empresa asuma con respecto a su talento humano, cuando los procesos o procedimientos son llevados de forma acertada, tienen una relación directa con la implementación de una cultura organizacional adecuada y con decisiones transparentes, ya sea para seleccionar personal, reclutarlo o capacitarlo, en este sentido, la RS se enfoca a transparentar las operaciones en las organizaciones [7].

En definitiva, el entorno en el que se desarrolla el talento humano debe estar orientado a la justicia, la estabilidad laboral y la armonía en el trabajo, estos aspectos brindan un valor agregado a la actividad empresarial y por ende a la RS [8].

B. Consumidor

El análisis del consumidor desde el enfoque de la RS, tiene relación con acciones conducentes a la conducta justa y ética que debe reflejar la empresa frente a los grupos de interés, sean socios, proveedores o consumidores, las prácticas justas de comportamiento responsable y de respeto son elementos que disminuyen la corrupción [9]. Un aspecto preponderante en este contexto es la cultura organizacional de las empresas, resulta hoy en día un factor muy relevante en el comportamiento de la empresa en referencia a los consumidores [10], en los países el consumo de bienes prioritarios está enmarcado en la necesidad del consumidor del mercado, por ello la

RS es una decisión que debe ser incorporada dentro del plan estratégico de la empresa y mantenerlo como política empresarial donde su prioridad es concienciar a sus empleados, directivos y consumidores en los siguientes aspectos [11]:

1. Compromiso y asignación de la gerencia general para la implementación de mejoras para que se invierta en el talento humano.
2. Compromiso en participar en las capacitaciones, entrenamientos, charlas, simulacros (cliente fantasma) para fortalecer los conocimientos y aplicarlos.
3. Informar de manera completa y transparente acerca del producto que va adquirir y brindarle un servicio al cliente.
4. Cumplir los plazos de entrega (mediante una alianza estratégica con proveedores de transporte)
5. Garantizar que la materia prima sea de excelente calidad.
6. Velar que los stakeholders entiendan la responsabilidad de entregar un excelente producto.
7. Contar con un área de servicio al cliente que cumpla con garantías y tiempos a los clientes.
8. Brindar al cliente modalidades de pago con el objetivo de que pueda acceder al producto.
9. Establecer claramente los nichos de mercado y la estrategia para cada uno de ellos y de convertir al producto acequible para todos los estratos.

En el proceso de producción de bienes, el producto final que va al consumidor debe cumplir con todos los requerimientos y expectativas del mismo, el capital humano de la empresa debe estar enfocado en superar las expectativas del cliente y garantizar que el proceso de producción sea extremadamente cuidadoso y cumpla con los estándares de calidad y excelencia lo que garantizará el crecimiento económico de la empresa, desarrollo del personal y aporte a la sociedad [12].

El capital humano de las bananeras conoce el impacto que su trabajo tiene en el ciclo productivo en el cual se desarrolla, la responsabilidad de la empresa es contar con su recurso humano capacitado y especializado para que el consumidor reciba toda la información referente a las características del producto y que cuenta con las revisiones de calidad requeridas por las entidades de control [13].

Para el autor [9] en cuanto a los consumidores hace referencia a que las empresas proporcionen de una manera correcta clara y verídica la información sobre los bienes y servicios al consumidor de manera que satisfaga y fidelice al cliente. La utilización adecuada de cada uno de los recursos implementados minimiza riesgos en

el ámbito de desarrollo de los productos, la información debe ser manejada de una forma delicada y confidencial empresa versus cliente [9]. Para [14] la mercantilización de bienes o servicios deben promoverse a través de normativas que cumplan con regulaciones y que brinden seguridad al consumidor, desde esta perspectiva la RS en las empresas bananeras es fundamental para el desarrollo de sus procesos y de la obtención de la fruta para el mercado internacional.

C. Sociedad

Si la RS se asume en las empresas de forma voluntaria y sus directivos generan un ambiente adecuado en las relaciones externas, la comunidad se beneficia de estas acciones, la justicia social es percibida por la sociedad como el resultado ético y moral, que es retribuido por parte de terceros hacia aquellos que necesitan una adecuada atención, el papel que tiene el Estado en este sentido, es promover políticas que contribuyan al impulso de la RS [15]. Los directivos de las empresas, al asumir que la justicia social está ligada a la ética del cuidado, reconocen que el derecho humano tiene supremacía sobre aspectos básicos en la sociedad, efectivamente, el respeto hacia este valor universal, tiene sentido, por la aplicación real de la RS con la sociedad, es decir, la decisión de asumir las consecuencias u omisiones de las acciones que se realicen en las empresas, tiene concordancia con la RS [16].

La generación de empleo por parte de las organizaciones, es un aspecto de ayuda mutua, la contribución de ambas partes para su desarrollo empresarial es innegable, por lo tanto, la RS, puede ser considerada como aquella gestión que promueve el crecimiento de capital intangible para las organizaciones [17]. El análisis de la generación de empleo por parte de las empresas, debe ser visto desde dos puntos de vista, el primero desde el orden económico, pues las empresas tienen su posicionamiento financiero y de acuerdo a aquello se preocupan de contratar capital humano, en segundo lugar la observancia en el cumplimiento de condiciones de trabajo adecuadas, es parte de las decisiones de los altos directivos, puesto que las inversiones que se realicen es este aspecto, al inicio se verán como un gasto, sin embargo es una inversión que genera valor agregado para el crecimiento de los negocios [18].

D. Medioambiente

La reducción de deterioro del medio ambiente es un tema central de la actualidad, lo que implica contar con manuales de educación ambiental con los colaboradores dentro de la empresa motivando al buen uso de nuestro medio ambiente en el que vivimos [19].

Los países con crecimiento significativo económico viven día a día basada en la excesiva producción y consumo, el mismo que afectado de una manera notable la afectación con el medio ambiente, es por esto que nuestro hábito de vida debe tornarse de una manera consciente y con responsabilidad colaborando dentro de una economía solidaria buscando la recuperación de zonas degradadas y la conservación de lugares no contaminados [20].

La RSE medioambiental se ha convertido en un factor de competitividad que a medida que pasa el tiempo se ha vuelto más consistente y exigente en cada una de las prácticas de cuidado con el medio ambiente, las empresas multinacionales involucran al capital humano en cuanto al cuidado en el impacto ambiental buscando día a día incorporar a sus actividades medidas sostenibles frente a este conflicto [21].

Las empresas bananeras una vez que se implementen medidas estratégicas competitivas del ambiente tomarán ventajas en cuanto a su producción que se podrá desarrollar de una manera eficiente y los recursos empleados se reducirían de una manera significativa, incentivando a sus colaboradores la reutilización y ahorro de elementos empleados [21].

La RS está ligada en cada actividad realizada vinculada a la ética y valores, estos valores influyentes en el talento humano se desarrollan de una manera significativa de acuerdo con la sociedad que nos vinculamos más que la educación escolarizada infundida de normas sociales [22].

La problemática ambiental se relaciona directamente entre la sociedad y el valor significativo que se le da a la naturaleza y su ética con el medio ambiente, esta correlación conlleva a la meditación y reflexión de indagación para aporte en la preservación y cuidado del medio ambiente y el ecosistema en el cual vivimos [22].

III.METODOLOGIA

La investigación realizada es cuantitativa porque permite detallar el fenómeno de estudio, para lo cual se revisó el estado actual de las empresas bananeras, realizando una caracterización de los resultados.

Mediante el proceso de investigación fueron utilizados varios factores y métodos de campo y bibliográficos, el método de estudio bibliográfico permite el análisis de antecedentes de investigación que permiten analizar sobre la RSE y el capital humano

La metodología de campo se realizó específicamente con las bananeras de la provincia de Los Ríos, el mismo que permitió una investigación práctica directamente con los actores principales. El muestreo utilizado fue intencional ya que fueron tomadas en cuenta 110 em-

presas dedicadas al cultivo bananero.

Para la encuesta se propuso un instrumento desarrollado considerando cuatro factores, en el cuestionario propuesto se establecen los ítems de correspondencia con las normas ISO 26000 y principios establecidos en la Responsabilidad Social sobre: Empleados, comunidad local, clientes y sociedad. Para cada uno de los factores establecidos se propone un grupo de indicadores que son evaluados a partir de una escala de Likert (1, Totalmente Desacuerdo; 2, Desacuerdo; 3, De acuerdo; 4, Muy de acuerdo; 5, Totalmente De acuerdo).

Los factores mencionados son: talento humano, consumidor, sociedad y medio ambiente; de conformidad con la literatura científica analizada, en lo que respecta a talento humano, se consideró tres áreas, la primera con relación a las responsabilidades de la empresa con sus empleados en la asignación de tareas y sobre sus capacitaciones para el mejoramiento continuo en su formación, en segundo lugar, se determinó que el aspecto ético es fundamental para el desempeño de la conducta de los colaboradores en la empresa y en el ambiente laboral, en tercer lugar se analizó que la planificación del trabajo interno en todos los procesos, es necesario para obtener una colaboración real y práctica por parte de los empleados y trabajadores de campo en las bananeras.

En el segundo factor, denominado consumidor se consideró un elemento básico al realizar los ítems, esto es sobre la calidad, se estimó que aquella es sinónimo de satisfacción del cliente, por lo que los ítems se direccionaron a identificar sobre la calidad del producto y de qué forma sus empleados y trabajadores de campo, están preparados para contribuir en este tema.

En el tercer factor, descrito como sociedad, se detalló si la empresa bananera cumple con normas de RS, en interacción con la comunidad; finalmente, en el factor de medio ambiente, se desarrolló dos aspectos: a) en el proceso de producción de la fruta, se identificó cómo se aplican las normas y b) alrededor de la producción bananera se estudió cuáles son las acciones para la promulgación de principios en el cuidado del medio ambiente.

IV.RESULTADOS

En la presente investigación se cumple el alcance de los objetivos planteados, ya que es de carácter cuantitativa no experimental de corte transeccional, nos permitió identificar un sistema categorial de cuatro factores: talento humano, consumidor, sociedad y medio ambiente, a través de los cuales se encontró concordancia entre la realidad empírica y la realidad teórica.

Para estudiar la consistencia interna o fiabilidad de medida se usó el Alfa de Cronbach, este resultado es

muy aceptable con un valor de 0.951 de los 25 elementos analizados

Para el estudio de validez de constructo desde un punto de vista exploratorio se usó el análisis factorial con los siguientes criterios:

a. Para el estudio de adecuación de muestreo se usó el indicador de Kaiser, Meyer y Olkin con un resultado aceptable de 0.896 por encima del gold standard (0.7). Además, El Chi cuadrado de Bartlett muestra valores positivos con una significación estadística menor a 0,05 que permite asumir la hipótesis de representatividad de las unidades de observación.

b. En el estudio de comunalidades, al momento de la extracción de factores por el método de máxima verosimilitud no se encuentra estimación de comunalidad mayor a uno, por lo que la interpretación de los resultados puede ser interpretado libremente sin sospechas de concusiones espurias

c. Dentro del nivel de descripción de comportamiento de las medidas del instrumento, se puede observar una varianza total explicada al 76.29% que está por encima del estándar de la norma técnica y denota la existencia de 4 factores o grupos de ítems

d. El método de rotación para extracción de factores fue ortogonal del tipo Varimax para tener los datos más aproximados a la realidad. Se presentan 4 factores y existen una consistencia parcial entre la realidad teórica empírica que se describe a continuación.

En los resultados de la matriz de factor rotado, se determinó que el factor (1) sobre el cumplimiento en las responsabilidades asignadas a los empleados reflejó el 0,439, mientras que en los criterios éticos que orientan la conducta de los trabajadores, se obtuvo 0,674, finalmente en este conjunto aparece si la empresa tiene un buen ambiente laboral para obtener un mayor rendimiento, el resultado fue de 0,666, lo cual indica que solo este ítem podría considerarse como aceptable, respecto al talento humano.

El siguiente grupo de ítems, bordea sobre el 0,7, determinado por la capacitación por parte de los colaboradores de las empresas bananeras para realizar trabajos de producción o de comercialización (0,728), seguido de la libertad de expresión de los empleados y trabajadores, por lo que la parte de recepción de comunicación de las inquietudes y aspiraciones tienen una buena receptividad en los directivos de las empresas bananeras (0,933), en este grupo de ítems, se encontró que la igualdad de género es respetada por los directivos, lo cual es positivo por el respeto al trabajo sin distinción de género (0,819), finalmente, se obtuvo que las buenas

prácticas laborales se aplican en este tipo de empresas (0,784) en virtud de que se mejora la infraestructura a través de comedores y dispensarios médicos, además de considerar una comunicación eficaz receptando sus opiniones sobre la producción de la fruta.

En relación al factor (2), que se refiere a consumidores, se obtuvo que el capital humano tiene conocimiento sobre las condiciones de la calidad del producto, lo cual le permite dar la información necesaria al consumidor o cliente (0.712), detallando en este grupo de ítems, que los colaboradores de las empresas bananeras están preparados para revisar la calidad del producto (0,817) debido a que existen diferentes tipos de variedades y calidades de la fruta, los empleados y trabajadores del área de producción y comercialización tienen las destrezas para identificar estos aspectos; finalmente, en las empresas bananeras, se cumple los pagos de tributos al Estado (0,896), con lo cual la RS desde el punto de vista legal es una norma para las empresas bananeras.

El factor (3) de la sociedad, arroja que el uso de fertilizantes en estas empresas es medido y controlado (0,696) pues la mayoría de las empresas bananeras tienen conciencia de que este tipo de químico puede traer consecuencias negativas para la salud de la comunidad aledaña a las empresas, un hallazgo importante es el referente al capital humano, puesto que los empleados y trabajadores tienen conocimiento de las normas ambientales (0,850), este dato puede deberse a que las empresas estudiadas, pertenecen a Asociaciones de bananeros, que anualmente capacitan a sus socios con respecto a información actualizada sobre la producción de la fruta, por lo que las normas de producción en estas empresas, si es respetada (0,913).

Finalmente, en el factor (4) sobre el medio ambiente, los directivos juegan un papel decisivo sobre la adopción de las normas de RS (0,902), sin embargo, la inversión de capital no es un elemento que contribuya para que se de en la totalidad este cambio, la adopción de la norma ISO 26000, es de forma voluntaria, pero requiere decisión económica, en el mejoramiento de tecnología, maquinaria y capacitaciones al personal a largo plazo (0,738).

En resumen, se puede manifestar que los “factores determinantes del talento humano” tiene coincidencias con los elementos analizados, específicamente en la motivación al capital humano por parte de sus directivos para que los colaboradores de las empresas bananeras, cumplan con actitudes positivas al desempeño de su tarea y al cuidado del medioambiente. El factor dos (criterio del consumidor) replica exactamente el criterio teórico en la realidad de las medidas empíricas tomadas al momento de la aplicación del instrumento. El factor

tres (sociedad) replica el comportamiento que se expone en los presupuestos teóricos, con la diferencia del ítem número ocho que se suma a este factor. Finalmente, el factor cuatro muestra una coincidencia perfecta entre la teoría y la práctica.

V. CONCLUSIONES

En las empresas bananeras, la comercialización del banano fortalece económicamente al país, para este segmento es necesario potencializar el capital humano quienes son la base del crecimiento empresarial, dentro de la elaboración de este artículo se pudo valorar las condiciones de ambiente de trabajo como parte de las prácticas de la RS, por tanto se llega a las siguientes conclusiones.

Se determinó que en el ambiente laboral hay una aceptación a la igualdad de género y la creación de nuevas oportunidades de desarrollo para los colaboradores, por lo que la comunicación en las empresas tiene una característica relevante, en virtud de que los trabajadores se expresan de forma libre y espontánea (0.933). Las relaciones que se derivan de la gestión de las empresas bananeras, con la comunidad son bien vistas, puesto que los directivos piensan y desarrollan sus actuaciones tomando en cuenta el entorno en el que se desenvuelven sus actividades (0,902).

La dimensión legal de la RS es alta en este tipo de empresas, puesto que prima el cumplimiento de las obligaciones tributarias (0,896), sin embargo, en la dirección de las empresas bananeras hay deficiencia en los criterios éticos para orientar la conducta de los trabajadores, y aquello se puede solucionar con programas éticos dentro de las empresas, para mejorar los niveles de desarrollo moral de forma individual y colectiva.

REFERENCIAS

[1] A. Briceño, "La educación y su efecto en la formación de capital humano y en el desarrollo económico de los países", COLOMBIA: CENS, 2011.
 [2] P. Teodosio, «"El Recurso Humano"», Caseta Laboral, vol. 21, n° 3, p. 343, 2015.
 [3] F. Tejedó y J. Ferraz, "Información del Capital Humano, la generación de Intangibles y la responsabilidad Social", España: Cuadernos de Gestión, 2015.
 [4] H. Alejandro y S. María, «"Dimensionalidad de la Responsabilidad Social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll"», Estudios Gerenciales, vol. 24, n° 108, pp. 37-59, 2008.
 [5] M. Villalobos y G. P. F. René, «"Perspectiva de la teoría del Capital Humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico"», Tiempo de Edu-

car, vol. 10, n° 20, pp. 273-306, 2009.

[6] G. D. I. Cuesta, «"El porqué de la responsabilidad social corporativa"», Colaboraciones, 2004.
 [7] J. Camacho, «"Las Normas de Responsabilidad Social, su dimensión en el ámbito laboral de la empresa"», Latinoamericana de Derecho Social, vol. s/n, n° 20, pp. 3-29, 2015.
 [8] J. Sainz y M. Mendoza., «"Innovación y Creatividad como motores de desarrollo y Responsabilidad Social Corporativa. El caso de las empresas de Guayaquil (Ecuador)"», Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, vol. s/n, n° 85, p. s/n, 2015.
 [9] C. Nirva y M. García, «"Sistemas de Información y Gestión por Procesos factores clave en la Responsabilidad Social Universitaria"», Universidad Nacional de San Juan, vol. S/N, n° S/N, pp. 1-12, 2013.
 [10] M. Ramírez, P. Mercado y R. Banegas., Relación entre Cultura Organizacional (flexible y rígida) y Capital Intelectual, España: ISSN, 2015.
 [11] G. Granda., «"Innovación y responsabilidad social empresarial"», Foretica, vol. 7, n° 4, pp. 1-63, 2007.
 [12] D. Kranz Fernández y A. Merino, «"¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? percepción de los consumidores"», Universia Business Review, vol. 7, n° s/n, pp. 38-53, 2005.
 [13] M. Borbón, G. Carlos, M. Arvizu y J. García, «"Satisfacción laboral del trabajador: Un estudio de caso en invernaderos sonorenses"», Agronegocios, vol. s/n, n° s/n, pp. 13-30, 2017.
 [14] A. López, J. Ojeda y M. Ríos., «"La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso"», Revista de Contabilidad, vol. 20, n° 1, pp. 36-46, 2017.
 [15] A. Tziner, L. Oren, Y. Bar y G. Kadosh., «"Corporate Social Responsibility, Organizational Justice and Job Satisfaction: How do They Interrelate, If at All?"», Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, vol. 27, n° 1, pp. 67-72, 2011.
 [16] J. Satsumi, I. Morales y I. Ortiz., «"STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN LATIN"», AD-minister, vol. s/n, n° 31, pp. 115-135, 2017.
 [17] A. Volodina, S. Sax y S. Anderson, «"Corporate social responsibility in countries with mature and emerging pharmaceutical sectors"», Pharmacy Practice, vol. 7, n° 4, pp. 228-237, 2009.
 [18] M. Chaves, E. Fedriani y J. Ordaz, «"Factores relevantes para optimizar " servicios públicos de apoyo a los emprendedores y la tasa de supervivencia de las empresas"», Innovar, vol. 28, n° 69, pp. 9-24, 2016.
 [19] C. Ruiz y E. Conde, «"El uso del medio ambiente en la publicidad"», Editorial Resma, vol. 1, n° 3, pp.

80-101, 2002.

[20]H. Garcia, «"Estrategias pedagógicas y actitudes hacia el cuidado del medio ambiente en estudiantes de Huancayo",» *Horizonte de la Ciencia*, vol. 2, n° 2, pp. 2304-4330, 2012.

[21]A. Trujillo y R. Vélez, «"Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial",» *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, vol. 5, n° 10, pp. 291-308,

2006.

[22]L. Sauvé y C. Villemagne, «"La ética ambiental como proyecto de vida y "obra" social: Un desafío de formación",» *Revista de Investigación Educativa* 21, vol. S/N, n° S/N, pp. 189-209, 2015.

[23]J. Witkowska, «Corporate social responsibility: Selected theoretical and empirical aspects,» *Comparative Economic Research*, vol. 19, n° 1, pp. 27-43, 2016.