

Responsabilidad social empresarial en el cantón La Maná (Original)**Corporate social responsibility in the cantón of La Maná (Original)**

Eduardo Fabricio Cabrera Toscano. Ingeniero en Marketing y Comercio Internacional. Magister en Administración de Empresas. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador.

eduardo.cabrera7195@utc.edu.ec 

Juan Carlos Cano Intriago. Ingeniero en Marketing. Máster en Administración de Empresas.

Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador. jcano@uteq.edu.ec 

Recibido: 02-06-2024/Aceptado: 24-07-2024

Resumen

La responsabilidad social empresarial ha adquirido una importancia relativa y generalizada debido a que las actividades corporativas han afectado directa o indirectamente a los *stakeholders*, instando a los organismos nacionales, tanto públicos como privados, a incorporar prácticas de responsabilidad social, con el objetivo de contribuir activa y voluntariamente en la dinámica del desarrollo sostenible. La investigación partió de un estudio descriptivo efectuado a las 140 empresas registradas en la Superintendencia de Compañías y que se encuentran establecidas en el cantón La Maná. En ese sentido, se examinaron los cuatro pilares estratégicos fundamentales de la responsabilidad social empresarial y se evaluó el desarrollo empresarial existente para el estudio de la formulación del proceso de implementación y optimización de la responsabilidad social empresarial con base en sus lineamientos y directrices. Al mismo tiempo, se propuso entender este concepto como las estrategias a desarrollar dentro y fuera de la organización con el fin de determinar el grado de responsabilidad social empresarial que la entidad estaría dispuesta a asumir.

Palabras clave: *stakeholders*; responsabilidad social empresarial; empresas; pilares estratégicos.

Abstract

Corporate social responsibility has acquired a relative and generalized importance due to the fact that corporate activities have directly or indirectly affected stakeholders, urging national organizations, both public and private, to incorporate social responsibility practices, with the objective of actively and voluntarily contributing to the dynamics of sustainable development. The research was based on a descriptive study of 140 companies registered with the Superintendencia of Companies and established in the cantón of La Maná. In this sense, the four fundamental strategic pillars of corporate social responsibility were examined and the existing business development was evaluated for the study of the formulation of the process of implementation and optimization of corporate social responsibility based on its guidelines and directives. At the same time, it was proposed to understand this concept as the strategies to be developed inside and outside the organization in order to determine the degree of corporate social responsibility that the entity would be willing to assume.

Keywords: *stakeholders*; corporate social responsibility; companies; strategic pillars.

Introducción

Hace más de un siglo fueron establecidas las bifurcaciones relacionales en torno a la responsabilidad social empresarial (RSE), las que se dieron a conocer a través de la denominada Ley Sherman Antimonopolio, promulgada el 2 de julio de 1890. Esta ley, al decir de Duque et al. (2013), indicaba: " la necesidad de regulación y control en el entorno empresarial, buscando de esta manera proteger los intereses individuales y colectivos de la sociedad" (p.197).

Adicionalmente la ley explicaba que serían declarados ilegales todos los acuerdos o combinaciones que tuvieran el carácter de confianza o conspiración, en el límite del intercambio o libre comercio entre diferentes países o con países extranjeros.

En la secuencia epistémica del tema, se genera una relación en la cual la RSE emerge como situación *sine qua non* y restrictiva posterior a la crisis económica de 1930, la cual se encuentra ligada a la extrema pobreza que se desencadena en 1945 con la Segunda Guerra Mundial y que produce una ruptura ambiental, social y civilizatoria. La situación generada desencadena reticencias medio ambientales, que fuerzan la aparición de cuerpos legales reguladores del cuidado del entorno, quienes buscan disminuir y controlar el impacto desfavorable creado.

La RSE voluntaria surge en la década de los ochenta del siglo pasado y según Reich (2018) se sustenta en un proceso emergente, constituido por el modelo neoliberal, el cual está basado en un crecimiento y desarrollo enfocados al consumismo y a la internacionalización de los mercados y economías. También, se encuentra permeado de una dinámica comercial acelerada entre bloques económicos y países, que se manifiesta a través de políticas de liberación y desregulación, cuyas repercusiones son globales, con las consiguientes afectaciones que acarrearán.

Los aportes de la RSE se ven ligados a elementos diferenciadores que se centran en su idealización, basada en el tejido empresarial vinculante de diferentes unidades económicas (Palacio, 2020; Herrera et al. 2020; Pérez, 2020; Vallaeys, 2020); por lo tanto, el colectivo formado por el Estado, las empresas y las familias se muestran expectantes al desempeño y a las derivaciones de los negocios apropiados. Por otro lado, se identifican otros elementos que expresan la búsqueda, por parte de la responsabilidad social corporativa de la empresa, de un

beneficio, el cual se enfoca en las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas que coadyuvan a ser un buen ciudadano corporativo.

Se plantea, entonces, como objetivo del presente artículo evaluar el desarrollo empresarial existente en el cantón La Maná, para el estudio de la formulación del proceso de implementación y optimización de la responsabilidad social empresarial con base en sus lineamientos y directrices.

Materiales y métodos

La investigación tuvo como punto de partida el análisis de las generalidades de la responsabilidad social empresarial, fundamentadas y abordadas en cada uno de los pilares estratégicos en que se basa el desarrollo del tejido productivo. El estudio fue desarrollado en el cantón La Maná, tomando como referencia a las 140 empresas legalmente constituidas y que están asentadas en el catastro digital de la Supertintendencia de Compañías. Se consideró como el umbral temporal, el período fiscal 2023.

Debido a la cantidad de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que generaría una dilatación en la temática, esta investigación solo se consideró el grupo objetivo de las empresas antes mencionadas. Además, la dinámica se basó en el análisis y emparejamiento de las cuatro áreas fundamentales de la RSE como son: Estrategia, Responsabilidad social, Ética, Administración y Gestión del Talento Humano.

Entre los aspectos metodológicos, el tipo de investigación utilizado fue el descriptivo, debido al diseño de la investigación, a la generación de un constructo a través de preguntas preestablecidas y enfocadas en los pilares y al posterior análisis de datos que fue llevado a cabo sobre el tema.

El diseño de investigación aplicado, según Hoyos y Castro (1998), fue transeccional, centrado en la descripción de variables y en el análisis de su incidencia e interrelación en un momento determinado. La compilación de la información tanto teórica como de campo se desarrolló en el período comprendido entre marzo y diciembre de 2023, debido a la recolección de datos *in situ*.

Para determinar la población objeto de estudio, se tuvo en cuenta el catastro digital obtenido en el portal de la Superintendencia de Compañías, cuyo registro indica la existencia de 151 empresas inscritas, existentes y activas en el giro del negocio a la fecha de análisis. Bajo un muestreo no probabilístico de tipo intencional y de probabilidad aleatoria, fue posible obtener una muestra estratificada de 103 empresas, a partir del clasificador industrial internacional uniforme de las actividades económicas (CIIU) (tabla 1).

Los datos fueron recolectados a través de un constructo estructurado, estuvieron basados en cuatro pilares fundamentales relacionados con: Estrategia, Responsabilidad social, Ética, Administración y Gestión del talento humano; el que previamente fue validado por el método de Alfa de Cronbach, siendo el valor de respuesta de 0,813, lo que indica el nivel de confiabilidad del instrumento.

Se utilizó Microsoft Excel para hacer los enlaces y bifurcaciones necesarios para la obtención de los resultados, agrupando los más significativos en términos relativos y representando las derivaciones en gráficas de control para ayudar a comprender los hallazgos del estudio.

Tabla 1. Tamaño de la muestra por estratos conforme el código CIU

	Sector	Empresas	%	Muestra
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	52	37 %	38
B	Explotación de minas y canteras	0	0 %	0
C	Industrias manufactureras	2	1 %	1
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	0 %	0
E	Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	1	1 %	1
F	Construcción	5	4 %	4
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	45	32 %	33
H	Transporte y almacenamiento	13	9 %	10
I	Actividades de alojamiento y servicios de comida	7	5 %	5
J	Información y comunicación	1	1 %	1
K	Actividades financieras y de seguros	1	1 %	1
L	Actividades inmobiliarias	1	1 %	1
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	1 %	1
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2	1 %	1
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	0	0 %	0
P	Enseñanza	0	0 %	0
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	2	1 %	1
R	Artes, entretenimiento y recreación	0	0 %	0
S	Otras actividades de servicio	7	5 %	5
T	Actividades de los hogares como empleadores, actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	0	0 %	0
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0 %	0
	Total	140	100 %	103

Fuente: elaboración propia.

El procedimiento desarrollado se basó en el uso de un constructo estructurado de diagnóstico, conformado por 520 preguntas, las cuales fueron distribuidas y enlazadas a los cuatro factores preestablecidos. El instrumento fue aplicado a directivos, gerentes o CEO de las empresas encuestadas, bajo la descripción de la figura 1.

Figura 1. Áreas fundamentales de la responsabilidad social empresarial

Producto/Servicio	Colaboradores	Medio ambiente	Comunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la responsabilidad del producto y su afectación al cliente. • Análisis económico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del trabajo. • Análisis de los derechos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis social. • Análisis ético y de valores.

Fuente: elaboración propia.

Análisis y discusión de los resultados

La adopción de sistemas de responsabilidad social empresarial reconoce que una empresa sea sustentable. Camarán et al. (2019) consideran la incorporación de la RSE como un insumo fundamental que sirve como vínculo de cuantificación a base de métricas y generador de creación de valor económico, social y ambiental en la gestión empresarial, por lo que la lógica que determina Gutiérrez (2018) es trabajar directamente con los *stakeholders*, basados en los siguientes elementos:

- Colaboradores y el respeto al desarrollo de su vida privada y familiar;
- miembros de la comunidad y el derecho a sus anuncios;
- proveedores y clientes que sigan prácticas comerciales justas;
- respeto por el medio ambiente, reduciendo y previniendo la contaminación;
- vinculación con el Estado y la sociedad civil.

La dinámica de análisis de las relaciones fue la de generar interrelaciones calculadas en las tablas subsiguientes que, bajo una perspectiva lógico-secuencial, dieron indicios del comportamiento de las empresas frente a la adopción del sistema de la RSE.

El primer pilar estuvo relacionado con el Producto/Servicio, en el cual se analizaron preguntas relacionadas a dos ejes fundamentales:

- Análisis de la responsabilidad del producto/servicio y su afectación al cliente, considerando factores como la salud y la seguridad del cliente, los productos y servicios, las comunicaciones de marketing, la intimidad del cliente y el cumplimiento normativo.
- Análisis económico en el cual confluyeron factores relacionados con el desempeño económico, la presencia en el mercado y los impactos económicos indirectos.

En la Tabla 2 se genera una data que compila las bifurcaciones efectuadas al primer pilar, en la cual se hace un análisis de las dos dimensiones (Responsabilidad del producto/servicio y Economía). Bajo esta dinámica se han efectuado las ponderaciones a cada uno de los cuestionamientos, los cuales fueron agrupados en indicadores que coadyuvan al análisis integral de cada una de las dimensiones propuestas.

Tabla 2. Producto/Servicio

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
CLIENTE	15	19	55	0	89	89	89	445	445	187	2,10	5,00
RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO	0	12	33	0	45	45	45	225	225	69	1,53	5,00
Salud y seguridad del cliente	0	1	3	0	4	4	4	20	20	6	1,50	5,00
Comportamiento de competencia desleal	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Productos y servicios	0	4	7	0	11	11	11	55	55	19	1,73	5,00
Comunicaciones de marketing	0	1	5	0	6	6	6	30	30	8	1,33	5,00
Intimidad del cliente	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Cumplimiento normativo	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Dirección	0	6	10	0	16	16	16	80	80	28	1,75	5,00
ECONÓMICA	15	7	22	0	44	44	44	220	220	118	2,68	5,00
Desempeño económico	14	1	8	0	23	23	23	115	115	81	3,52	5,00
Presencia en el mercado	1	3	4	0	8	8	8	40	40	18	2,25	5,00
Impactos económicos indirectos	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Dirección	0	3	7	0	10	10	10	50	50	16	1,60	5,00

Fuente: elaboración propia.

Bajo estos parámetros, se puede establecer que la ponderación resultante del nivel de cumplimiento en la Responsabilidad del producto tiene un valor del 31 %, mientras que la dimensión Economía tiene como resultante el cumplimiento del 54 %. Un dato relevante a

señalar es la importancia relativa que las empresas sometidas a este estudio dan a los clientes, lo que establece un nivel de cumplimiento de esta dimensión en el 42 %.

El segundo pilar se enfocó en el factor Colaboradores, en el cual se consideraron preguntas relacionadas a dos ejes fundamentales:

- Análisis del trabajo, cuyos parámetros están enlazados con el empleo, las relaciones organización-trabajador, la salud y la seguridad en el trabajo, la formación y la educación, la diversidad y la oportunidad.
- Análisis de los derechos humanos, enfocado su análisis hacia las prácticas de dirección, la no discriminación, la libertad de asociación, la no explotación infantil, los trabajos coercitivos, las prácticas de seguridad física y los derechos de los indígenas.

Bajo esta racionalidad y una vez introducidos los datos tabulados de las encuestas, se obtuvieron las 135 preguntas, las que estuvieron relacionadas con el trabajo decente, los derechos humanos, la ética y los valores (Tabla 3).

Tabla 3. Colaboradores

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
COLABORADOR	27	36	75	5	135	143	138	675	715	318	2,30	5,00
TRABAJO DECENTE	10	10	22	1	43	43	42	215	215	102	2,43	5,00
Empleo	0	1	7	0	8	8	8	40	40	10	1,25	5,00
Relaciones Organización / colaborador	0	1	1	0	2	2	2	10	10	4	2,00	5,00
Salud y seguridad en el trabajo	0	2	3	1	6	6	5	30	30	9	1,80	5,00
Formación y educación	0	1	4	0	5	5	5	25	25	7	1,40	5,00
Diversidad y oportunidad	4	0	0	0	4	4	4	20	20	20	5,00	5,00
Dirección	6	5	7	0	18	18	18	90	90	52	2,89	5,00
DERECHOS HUMANOS	16	14	35	4	69	69	65	345	345	157	2,42	5,00
Prácticas de dirección	2	0	7	0	9	9	9	45	45	17	1,89	5,00
No discriminación	9	2	3	0	14	14	14	70	70	54	3,86	5,00
Libertad de asociación	0	1	0	0	1	1	1	5	5	3	3,00	5,00
Explotación infantil	0	3	3	3	9	9	6	45	45	12	2,00	5,00
Trabajos coercitivos	0	2	5	0	7	7	7	35	35	11	1,57	5,00
Prácticas de seguridad Física	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Derechos de los indígenas	0	2	5	0	7	7	7	35	35	11	1,57	5,00
Dirección	5	4	10	1	20	20	19	100	100	47	2,47	5,00
ÉTICA Y VALORES	1	12	18	0	23	31	31	115	155	59	1,90	5,00
Corrupción	1	6	5	0	12	12	12	60	60	28	2,33	5,00
Política pública	0	1	4	0	5	5	5	25	25	7	1,40	5,00
Conducta Ética Empresarial	0	5	9	0	6	14	14	30	70	24	1,71	5,00

Fuente: elaboración propia.

Se estableció la derivación conseguida en el pilar Colaboradores, donde se examinó la relacionalidad hacia este grupo, se valoró el nivel de observancia vinculada a las obligaciones laborales legales de las empresas sujetas a estudio; además, se evaluaron los aspectos éticos y morales, así como los principios y los valores.

Una vez ingresados los datos se obtuvo como resultado, en la dimensión Trabajo decente, un valor de ponderación del 49 % de cumplimiento; en lo que respecta a los derechos humanos, el porcentaje de cumplimiento se situó en el 48 %; mientras que, la dimensión Ética y valores generó una relación de cumplimiento del 38 %. Al igual que el primer pilar, es importante recalcar el dato relacionado al colaborador, que evalúa en conjunto los tres factores, considerando en este caso un nivel de cumplimiento del 46 %.

El tercer pilar se encaminó hacia el factor Medioambiente, en el cual se discurrieron cuestionamientos relacionados a un eje fundamental:

- Análisis ambientales, el cual se enfoca en el análisis de factores como son los materiales; la energía; el agua; la biodiversidad; las emisiones, los efluentes y los residuos; los productos y los servicios; el cumplimiento legal y el transporte.

Bajo esta racionalidad y una vez ingresados los datos tabulados de las encuestas obtenidas, las 93 preguntas planteadas estuvieron relacionadas con el medio ambiente y sus diez dimensiones de análisis consideradas al efecto (Tabla 4).

Se examinó el pilar Medio ambiente, el que evalúa las dinámicas que emprenden las empresas para reducir y eliminar su impacto sobre los recursos naturales, sobre las prácticas internas y externas, así como sobre las instalaciones de protección ambiental, de ecosistemas, animales y naturaleza. Además, contribuye a reducir el impacto negativo de las

empresas en las personas. Una vez ingresados los datos y procesada la información pertinente, se tuvo como resultado un nivel de cumplimiento del 29 % frente a la dimensión Medio ambiente.

Tabla 4. Medio ambiente

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
MEDIO AMBIENTE	0	21	69	3	93	93	90	465	465	132	1,47	5,00
Materiales	0	4	7	0	11	11	11	55	55	19	1,73	5,00
Energía	0	2	9	2	13	13	11	65	65	15	1,36	5,00
Agua	0	1	5	0	6	6	6	30	30	8	1,33	5,00
Biodiversidad	0	2	6	0	8	8	8	40	40	12	1,50	5,00
Emisiones, efluentes y residuos	0	2	10	0	12	12	12	60	60	16	1,33	5,00
Productos y servicios	0	2	10	0	12	12	12	60	60	16	1,33	5,00
Cumplimiento	0	0	1	0	1	1	1	5	5	1	1,00	5,00
Transporte	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
General	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Dirección	0	8	17	1	26	26	25	130	130	41	1,64	5,00

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, el cuarto pilar estuvo relacionado con la dimensión Comunidad, en la cual se analizaron preguntas relacionadas a dos ejes fundamentales:

- Análisis social, enfocado en estudiar a la comunidad, la corrupción, la política pública, la competencia desleal y el cumplimiento normativo.
- Análisis ético y valores, que hace relación a parámetros como la conducta ética empresarial y la transparencia con la sociedad.

Considerando la misma dinámica empleada en los anteriores pilares estratégicos, posterior al ingreso y procesamiento de la data obtenida, las 40 preguntas planteadas se enfocaron a cuatro factores de análisis, que generaron el comportamiento mostrado en la tabla 5.

Tabla 5. Comunidad

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
SOCIEDAD	2	4	44	1	40	51	50	200	255	66	1,32	5,00
Comunidad	0	0	5	0	5	5	5	25	25	5	1,00	5,00
Cumplimiento normativo	0	1	2	0	3	3	3	15	15	5	1,67	5,00
Dirección	2	3	20	1	26	26	25	130	130	39	1,56	5,00
Transparencia con la sociedad	0	0	17	0	6	17	17	30	85	17	1,00	5,00

Fuente: elaboración propia.

En los resultados del pilar Comunidad, se analiza el componente relacionado con el impacto que tienen las empresas hacia el conglomerado social en general y la comunidad con la cual se rodea. Una vez que fueron ingresados los datos y procesada la información pertinente, se tuvo como resultado un nivel de cumplimiento del 26 % frente a la dimensión Comunidad.

Posterior a la estructuración de las bifurcaciones obtenidas en los cuatro pilares fundamentales, se procedió a generar un análisis global, para lo cual se establecieron y obtuvieron los valores recogidos en la tabla 6.

Tabla 6. Resultados generales

Pilar	Resultados de las empresas	Puntaje de las empresas	Puntaje óptimo RSE
Producto/Servicio	Responsabilidad del Producto/Servicio	1,53	5,00
	Económica	2,68	5,00
Colaborador	Trabajo decente	2,43	5,00
	Derechos humanos	2,42	5,00
	Ética y valores	1,90	5,00
Ambiente	Medio ambiente	1,47	5,00
Colectividad	Sociedad	1,32	5,00
Total		1,96	5,00

Fuente: elaboración propia.

Una vez reprocesados los datos obtenidos se generó una tabla de compilación de la información (Tabla 7).

Tabla 7. Resultados generales condensados

Pilar	Resultados de las empresas	Puntaje de las empresas	Puntaje óptimo RSE	%
Producto/Servicio	Cliente	2,10	5,00	42 %
Gente	Colaboradores	2,30	5,00	46 %
Ambiente	Medio ambiente	1,47	5,00	29 %
Colectividad	Comunidad	1,32	5,00	26 %
Total		1,80	5,00	36 %

Fuente: elaboración propia.

Conforme los resultados obtenidos, para las empresas sujetas a investigación, según la parametrización de Cajiga (2008), si la ejecución de las medidas adoptadas no supera el 70%, la empresa no cumple con los parámetros mínimos relacionados con la gestión y ejecución de su actividad económica; es decir, la empresa no garantiza que sus operaciones sean económica, social y ambientalmente sostenibles y reconoce los intereses de diferentes grupos y busca proteger el medio ambiente y la sostenibilidad para las generaciones futuras; por lo que no están complementadas a:

Una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad (CEMEFI, 2008, citado por Cerezo, 2023).

Para Cajiga (2008):

El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares. (p. 6)

Los mismos indicadores cuantitativos y cualitativos analizados de manera individualizada, servirán de base para que una empresa y sus directivos establezcan los mecanismos necesarios para su implementación y de esa manera hacer más efectiva y eficiente la

manera en que la responsabilidad social se integra a sus estrategias medulares empresariales (Cajiga, 2008).

Finalmente, es preciso indicar que no debe perderse de vista que las empresas pequeñas y medianas son el común denominador del tejido empresarial en el cantón La Maná y que estas no generan procesos para integrar a sus prácticas programas de responsabilidad social empresarial, por lo que tampoco optan por establecer enfoques estratégicos, coincidiendo con Cajiga (2008): "en la adopción de la RSE para integrar las preocupaciones de la sociedad y la comunidad a la administración diaria y a la planificación estratégica de las empresas" (p.10).

Conclusiones

1. Con el estudio desarrollado en el cantón La Maná, que tomó como referencia a las 140 empresas que se encuentran en la actualidad inscritas, registradas y activas en el portal de la Superintendencia de Compañías, se corrobora que estas no cumplen con los estándares mínimos de uso y aplicación de procesos de responsabilidad social, ya que únicamente en el desarrollo del ciclo del negocio, su gestión está encaminada a efectuar su actividad apegada a la normativa y requerimientos en materia legal.

2. No existe concienciación por parte de las empresas sobre las relaciones económicas, sociales y medio ambientales que generan en el entorno, ni sobre cómo cumplir y llevar a cabo acciones voluntarias de RSE; no buscan desarrollar políticas de RSE e integrarlas en su plan estratégico empresarial.

3. La RSE, para las empresas del cantón La Maná, no es identificada como una nueva visión de la gestión estratégica y de deontología empresarial, donde trasmutaciones positivas en aspectos tecnológicos, económicos y culturales podrían definir un nuevo horizonte de prosperidad y crecimientos.

4. En el estudio de las pequeñas y medianas empresas, como un elemento trascendental en la economía y composición social lamanense, se analizó la no adhesión a procesos de RSE en la gestión dentro de este tipo de formato empresarial.

Referencias bibliográficas

Cajiga, J. F. (2008). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. CEMEFI.

<https://www.cemefi.org/centrodedocumentacion/1426.pdf>

Camarán, M. L., Barón, L. & Rueda, M. P. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS). *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 11(24), 41-52.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7013907>

Cerezo, A. (2023, enero 11). *Un poco sobre la responsabilidad social empresarial*.

<https://comunicacionsocial.diputados.gob.mx/revista/index.php/en-opinion-de/un-poco-sobre-la-responsabilidad-social-empresarial->

Duque, Y. V., Cardona, M. & Rendón, J. A. (2013). Responsabilidad Social Empresarial:

Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225029797009.pdf>

Gutiérrez, R. T. (2018). Midiendo la gestión de la responsabilidad social empresarial desde el estado del ámbito laboral y promoción del empleo. *Lumen*, 78-95.

<https://revistas.unife.edu.pe/index.php/lumen/article/view/1226>

Herrera, J. F., Vázquez, M. C. & Ochoa, E. (2020). La evolución de la responsabilidad social empresarial a través de las teorías organizacionales. *Revista Científica Visión de Futuro*, 24(2), 82-104. <https://www.redalyc.org/journal/3579/357963491003/html/>

- Hoyos, J. G. & Castro, G. (1998). Algunas consideraciones sobre Metodología de la Investigación. *Revista Ánfora*, 6(11), 38-45.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6186159>
- Palacio, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75–85.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7830994.pdf>
- Pérez, B. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y Grupos Económicos Familiares en México. *Investigación Valdizana*, 2(14), 61-71.
<https://www.redalyc.org/journal/5860/586063184001/html/>
- Reich, R. (2018). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 40(2), 8-17.
<https://www.proquest.com/docview/216134501/fulltextPDF?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Vallaes, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42).
<https://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v17n42/1870-0063-anda-17-42-309.pdf>