

# 20

Fecha de presentación: septiembre, 2018

Fecha de aceptación: diciembre, 2018

Fecha de publicación: enero, 2019

## LA RESPONSABILIDAD

SOCIAL DE LAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE MANGO EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

### THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF PRODUCERS AND EXPORTERS OF MANGO IN CANTON, GUAYAQUIL

Víctor Hugo Briones Kusactay<sup>1</sup>

E-mail: [victor.brionesk@ug.edu.ec](mailto:victor.brionesk@ug.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1362-3787>

Segundo Fabián Vilema Escudero<sup>1</sup>

E-mail: [segundo.vilemaes@ug.edu.ec](mailto:segundo.vilemaes@ug.edu.ec)

Henry Emilio Mendoza Avilés<sup>1</sup>

E-mail: [henry.mendozaavi@ug.edu.ec](mailto:henry.mendozaavi@ug.edu.ec)

<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil. Ecuador.

#### Cita sugerida (APA, sexta edición)

Briones Kusactay, V. H., Vilema Escudero, S. F., & Mendoza Avilés, H. E. (2019). La responsabilidad social de las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 157-161. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

#### RESUMEN

El presente trabajo analiza la incidencia de los factores de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras del mango, el cual es una de las frutas con mayor demanda nacional e internacional. La responsabilidad social empresarial busca el equilibrio y bienestar entre los individuos y el entorno laboral en donde se encuentren vinculados los aspectos sociales, económicos y ambientales para un mejor desempeño laboral, alineando los procesos a una guía de calidad internacional para alcanzar las mejoras en estas prácticas dentro de las empresas. Del análisis de datos, se desprenden resultados concluyentes, mismos que indican que los productores y exportadores de mango no solo deben enfocarse en la calidad del producto y en el servicio que ofrecen sino también en actuar de manera socialmente responsable con los individuos y el entorno que los rodea mediante la aplicación de los siete principios de responsabilidad social empresarial basándose en la guía de la norma ISO 26000.

**Palabras clave:** ISO 26000, Responsabilidad Social Empresarial, Global GAP, prácticas agrícolas.

#### ABSTRACT

In this article we analyze the incidence of corporate social responsibility factors in mango producing and exporting companies, which is one of the fruits with the greatest national and international demand. Corporate social responsibility search the balance and well-being between individuals and the work environment where the social, economic and environmental aspects are linked for a better work performance, aligning the processes with an international quality guide to achieve improvements in these practices within the companies. From the analysis of data, conclusive results are derived, which indicate that mango producers and exporters must not only focus on the quality of the product and the service they offer, but also on acting in a socially responsible manner with the individuals and the environment that it surrounds them by applying the seven principles of corporate social responsibility based on the guidance of the ISO 26000 standard.

**Keywords:** ISO 26000, Corporate Social Responsibility, Global GAP, agricultural practices.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad son muchos los factores que afectan la competitividad de una empresa, es por ello que cada compañía debe actualizar sus procesos o globalizar sus actividades tomando en cuenta lo más importante en cada una de ellas como lo son los trabajadores quienes realizan la función de poner en marcha el resultado de una empresa mediante la producción y los servicios que ofrece la misma.

Además de la importancia del personal, es importante considerar los aspectos ambientales mismos que están relacionados con el producto. Por lo cual la presente investigación busca determinar la incidencia de los factores de responsabilidad social en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil.

Ecuador es un país rico en agricultura, actividad principal en generar recursos económicos al país, es una fuente importante de ingresos para los agricultores, trabajadores y dueños de las empresas que se dedican a esta actividad y les permite solventar sus gastos y los de su familia, por lo que se debe considerar el incremento de la producción y flujo de dinero sin dejar a un lado la responsabilidad y el respeto a todos los individuos y al entorno en el que se rodean, de esta forma se logrará ser una empresa socialmente responsable en las actividades que desempeñan.

Se considera también como principal factor de la competitividad las certificaciones exigidas por la Unión Europea y Estados Unidos principales países importadores del sector agroindustrial de mango que a más de exigir certificaciones de calidad en el producto es importante la calidad y perspectiva empresarial que observan en las empresas, siendo uno de los aspectos más importantes al momento de llegar a un acuerdo de negociación entre ambas partes y a largo plazo.

La responsabilidad social empresarial tiene como objetivo el mejoramiento social, económico y ambiental en las empresas, lo cual permite que mejore la imagen e influya en el consumo de sus productos o servicios y a su vez lo diferencia del resto de competidores, la mayoría de empresas que ejecutan responsabilidad social empresarial son las multinacionales o grandes empresas posicionadas en el mercado internacional.

La sostenibilidad, la transparencia y el compromiso social es el nuevo reto a tomar en cuenta por los productores y exportadores de mango del cantón Guayaquil, la responsabilidad social empresarial RSE es una ventaja que permite mejorar la calidad de trabajo de sus colaboradores, permitiendo ser socialmente responsable encaminándose a una sociedad más justa y solidaria. Uno

de los problemas más significativos de no cumplir con la responsabilidad social empresarial es no obtener las certificaciones internacionales relacionadas con la sustentabilidad., en este caso, en el área agrícola del cultivo de mango.

Actualmente para cadenas de supermercado en Europa exigen que certifiquen con la norma Global GAP el cual permite el cumplimiento de buenas prácticas agrícolas, no produciendo impactos ambientales, reduciendo el uso de insumos químicos y asegurando la salud y seguridad de sus trabajadores siendo una parte fundamental en la responsabilidad social. Debido a esto se ha visto en la necesidad de implementar un programa de estrategias de responsabilidad social empresarial para los productores y exportadores de mango del Cantón Guayaquil.

Se realizará un análisis descriptivo, con una muestra del universo existente de productores y exportadores de mango, se emplearán instrumentos de investigación, como encuestas y entrevistas validados por expertos. Se analizan los resultados mediante un análisis estadístico de datos por sistemas informáticos con aplicaciones como el SPSS para posteriormente presentar las conclusiones de la investigación.

## MATERIALES Y MÉTODOS

En los años 50 y 60 la responsabilidad social empresarial se convierte en una obligación ética y moral y se empieza a velar por la calidad y bienestar de la comunidad trabajadora.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene como objetivo ayudar al desarrollo sustentable mediante sistemas, estrategias integradoras y buenas relaciones. Buscar solucionar las necesidades que rodean la empresa por lo que se debe vincular en la toma de decisiones institucionales, esto a su vez integra elementos y relaciones en la organización de la empresa (Viteri Moya & Jácome Villacrés, 2017).

La Responsabilidad Social Empresarial se vincula con las estrategias de la organización, siempre y cuando se vea reflejado la sostenibilidad y el valor comercial, por lo tanto, los beneficios de esta estrategia empresarial suelen ser un mejor del desempeño y rentabilidad de la organización, mejor acceso de capital e inversión, acceso a nuevas oportunidades sociales y de gestión, mejorar las relaciones con las comunidades y entidades legales (León, Baptista & Contreras, 2012).

La norma más importante y que representa de tal manera a la responsabilidad social empresarial en la actualidad es la norma ISO 26000 es una guía para las empresas a nivel mundial, la misma aporta soluciones

para las organizaciones del sector público y privado, mismo que alienta las aplicaciones de mejoras en las prácticas de responsabilidad social en todo el mundo. La Responsabilidad social empresario o corporativa de acuerdo a la norma ISO 26000 se define como la responsabilidad que tiene una organización por el impacto en sus decisiones como en sus actividades y su influencia en su cadena de producción tanto en la sociedad como en el medio ambiente (Briones, 2017).

Los principios de la Responsabilidad social son de carácter voluntario siempre y cuando las empresas deseen ser socialmente responsables, esta decisión es tomada por la dirección de la empresa, es de carácter universal y forma parte de la globalización y el cambio que se está generando para que los *stakeholders* participen en la gestión. Una vez que las empresas se comprometan a ejecutar la RSE, deben ser comunicativas y dar a conocer los valores reales de la empresa a su grupo de interés. El manejo de la RSE requiere transparencia, dialogo constante con todos sus integrantes de la institución, esto genera diversos beneficios, entre ellos, una buena imagen, destacándose entre la sociedad, siempre y cuando se practique de una manera correcta (Peláez & Usma, 2017).

El mango principalmente se cultiva en el Cantón Guayas, donde generalmente se cultivan las variedades de mangos tales como Tommy Atkins, Haden, Kent y Keitt mismos que son exportados con mayor frecuencia hacia países de la Unión Europea y Estados Unidos.

Los mangos producidos en el país son reconocidos por su excelente calidad y exquisito sabor, mismo que cuenta con varias plantas de tratamiento y empaque que proporcionan mejor servicio a los exportadores nacionales, siendo los principales mercados competitivos México, Brasil y La India.

Generalmente los exportadores tienen un concepto errado de RSE al pensar que la aplicación de estas generan altos egresos, pues esto se ve debe a su falta de información en cuanto a RSE, los exportadores son actores importantes en la economía de un país y esto se ve reflejado en la balanza comercial, ellos deben preocuparse por hacer negocios de una forma más humana y ética, y de esta manera asegurar un crecimiento sustentable manteniéndose en el tiempo y sin generar escasez de recursos, teniendo en cuenta el impacto que tengan sus operaciones al momento de exportar un producto.

Para la presente investigación se utilizaron los métodos descriptivo, exploratorio y correlacional. Según González (2008), el método descriptivo es un método científico que involucra la observación y descripción del comportamiento de un sujeto, lugar y tiempo, sin influir sobre el sujeto.

Entre los métodos no paramétricos utilizados en el presente trabajo, se encuentra el coeficiente de Kendall.

Según Marques (2001), esta medida es considerada la manera más efectiva de solucionar el problema donde existen diversas hipótesis. El coeficiente de Kendall permitirá determinar el grado de asociación entre varios conjuntos, y llegar a un acuerdo entre distintas opiniones de los expertos, la asociación entre tres o más variables.

Por otro lado, la validación de instrumentos por expertos y prueba piloto son importantes para verificar la fiabilidad de los instrumentos. De acuerdo a Galicia (2017), la validación de expertos es un método de juicio ventajoso para comprobar la factibilidad de un trabajo de investigación, al otorgar los instrumentos de la investigación a los expertos se medirán mediante dos principios, la validez y la fiabilidad.

Para la investigación se recopilaban datos de expertos que tienen afinidad al tema aportando información, evidencia, y juicios. La validación se la realizó a 5 expertos conocedores del tema y se evaluó dicha información por el método Delphi el cual permitió la recolección del grado de conocimiento y competencia de cada experto.

El método Delphi permite la validación de preguntas de investigación por medio de expertos, donde se ejecuta sobre la opinión o juicio de otros expertos a través de una problemática. Para Aponte Figueroa, Cardozo Montilla & Melo (2012), este método busca aproximarse al consenso de un grupo de expertos con base en el estudio y la meditación de un problema establecido.

Mediante el método se evalúa el coeficiente de competencia o conocimiento, la similitud entre los expertos y las fuentes de argumentación como lo es el análisis teórico realizado por el, experiencias sobre el tema, ejecución de trabajo e intuición o experticia sobre el tema a tratar.

De acuerdo a los autores, la fórmula para calcular el coeficiente de competencia de los expertos es la siguiente:

$$K = \frac{1}{2} (K_c + K_a)$$

$K_c$ : coeficiente de conocimiento o información que tiene el experto acerca del problema, se evalúa en un rango del 0 al 10 y multiplicados por 0,1.

$K_a$ : coeficiente de argumentación o fundamentación de los criterios del experto. Obtenidos del resultado de la suma de los puntos alcanzados a partir de una tabla patrón, el rango del coeficiente de competencia es  $0.25 \leq k \leq 1$ .

Tabla 1. Resultado del coeficiente de conocimiento de la validación de expertos.

Número de Experto	Signo Coeficiente de Conocimiento		Grado de Conocimiento del Experto	Signo de Multiplicación	Rango del coeficiente de competencia	Resultado Coeficiente de Conocimiento
Experto N° 1	Kc	=	9	X	0,1	0.9
Experto N° 2	Kc	=	7	X	0,1	0.7
Experto N° 3	Kc	=	8	X	0,1	0.8
Experto N° 4	Kc	=	8	X	0,1	0.8
Experto N° 5	Kc	=	9	X	0,1	0.9

Según el método Delphi los cinco expertos consultados tienen un alto grado de confiabilidad con un coeficiente K mayor de 0.7.

En cuanto al coeficiente del Alfa de Cronbach, se utiliza como una media de las correlaciones entre las variables que forman parte de la escala, requiere únicamente del instrumento de medición y produce valores entre 0 y 1. En el cual se considera que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente.

Según Martínez (2004), el límite inferior para el coeficiente del Alfa de Cronbach es de 0.7, sin embargo entre mayor sea el coeficiente, el conjunto de preguntas desarrolladas será más confiable ya que posee una mayor consistencia interna.

Tabla 2. Procesamiento de casos Coeficiente de Correlación Alfa de Cronbach.

		N	%
Casos	Valido	7	100
	Excluido	0	0
	Total	7	100

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,92	12

Para realizar el análisis respectivo de la prueba piloto se utilizó el Alfa de Cronbach en el programa SPSS STATISTICS, cuya fiabilidad se ve reflejada en un 0,92, lo cual significa que es aceptable, puesto que el promedio mínimo aceptable es de 0,70.

Del análisis de cualitativo se desprende que los deseos por la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en las actuales productoras y exportadoras de mango son notables, pero la falta de información, comunicación y articulación entre los sectores público, empresarial y universitario, es un problema actual que

impide el desarrollo de estas normas en todo el sector de la agroindustria, que se genera en nuestro país.

## CONCLUSIONES

Se concluye que los productores y exportadores de mango poseen una ventaja comparativa los mangos ecuatorianos son reconocidos por su excelente calidad, y esto se debe a los esfuerzos de los productores por obtener un producto de calidad, mediante la utilización de diversas plantas de tratamiento y empaque. Sin embargo, el empleo de la Responsabilidad Social Empresarial en dichas empresas productoras es muy escaso debido al desconocimiento de la norma ISO 26000, por ende, se deben elaborar programas especializados para dar a conocer la importancia del RSE y sus siete principios, así también los beneficios de aplicarla en el entorno en el que se desenvuelven los productores y exportadores de mango. De la misma manera, se deben consensuar y establecer acciones conjuntas entre el gobierno, empresa y universidad para elaborar políticas públicas dirigidas a los productores de esta fruta y en general del sector agroindustrial, que fomenten la aplicación de la responsabilidad social empresarial permitiendo el acceso a certificados, de tal forma que las exportaciones del mango ecuatoriano se verán beneficiadas también, por la alta demanda internacional, permitiendo el acceso a nuevos mercados internacionales sustentables.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aponte Figueroa, G., Cardozo Montilla, M. Á., & Melo, R. M. (2012). Método DELPHI: aplicaciones y posibilidades en la gestión prospectiva de la investigación y desarrollo. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 18(1), 41-52. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36424414003>

- Briones Kusactay, V. H. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de casos*. Live Working Editorial.
- González, F. (2008). Definición de Tema de Investigación, Estado del Arte y Evaluación. Recuperado de <http://www.posgrado.unam.mx/musica/lecturas/LecturaIntroduccionInvestigacionMusical/epistemologia/EstadoArte.pdf>
- Marques Dos Santos, M. J. (2001). *Estadística Básica Un enfoque no paramétrico*. México D.F.: UNAM.
- Martínez Serna, M. C. (2004). *Orientación a mercado. Un modelo desde la perspectiva de aprendizaje organizacional*. Recuperado de <http://www.colpamex.org/Revista/Art1/2.pdf>
- Peláez, O., & Usma, J. (2017). The Crucial Role of Educational Stakeholders in the Appropriation of Foreign Language Education Policies: A Case Study. *Profile Issues in Teachers` Professional Development*, 19(2), 121-134. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/profile/article/view/57215>
- Viteri Moya, J., & Jácome Villacrés, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EíDos*, (4), 92-100.