



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESEMPEÑO: CASO EMPRESA DE LUBRICANTES Y AFINES

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PERFORMANCE: CASE STUDY OF A LUBRICANTS AND RELATED PRODUCTS COMPANY

Heinar García Ávila ¹

E-mail: heinarg@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8112-5030>

Olga Bravo Acosta ^{1*}

E-mail: obravo@uteg.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0558-3228>

¹Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

*Autor para correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

García Ávila, H., & Bravo Acosta, O. (2026). Responsabilidad social empresarial y desempeño: Caso empresa de lubricantes. *Universidad y Sociedad*, 18(3), e5902.

RESUMEN:

La investigación analizó la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una empresa del cantón Milagro-Ecuador, en relación con su desempeño social, ambiental y económico, que permita proponer estrategias para mejorar la integración de la RSE en las operaciones de la organización. Se empleó un enfoque mixto con alcance descriptivo y propositivo, con la utilización el método de estudio de caso; las técnicas de recolección de datos incluyeron entrevistas semiestructuradas y encuestas de percepción, complementadas con la observación directa y el análisis documental; la población estuvo conformada por directivos, empleados del área operativa y clientes de la empresa, así como miembros de la comunidad, para un total de 64 personas. Los resultados evidenciaron un bajo nivel de conocimiento sobre la RSE en los empleados y, aunque los directivos están mejor informados, no mostraron un compromiso real con su implementación estratégica. Asimismo, no se identificaron prácticas ambientales formales ni acciones sostenibles que fortalezcan su relación con las partes interesadas e impacten su desempeño social, ambiental y económico, por ello la organización es percibida como un ente comercial sin mayores vínculos con la comunidad. Se concluye que, a pesar de contar con una trayectoria de más de 20 años, la empresa podría enfrentar riesgos reputacionales y regulatorios si no adopta prácticas más responsables. Las acciones recomendadas incluyen programas de sensibilización, alineación de la RSE con la planificación institucional, y creación de un comité de RSE para un liderazgo que otorgue espacios de opinión a la comunidad y partes interesadas.

Palabras clave: Grupo de interés, Gestión ambiental, Cultura organizacional.

ABSTRACT:

This research analyzed the current state of Corporate Social Responsibility (CSR) in a company located in the Milagro canton of Ecuador, in relation to its social, environmental, and economic performance. The aim was to propose strategies to improve the integration of CSR into the organization's operations. A mixed-methods approach with a descriptive and propositional scope was employed, using the case study method. Data collection techniques included semi-structured interviews and perception surveys, complemented by direct observation and document analysis. The population consisted of managers, operational employees, and clients of the company, as well as community members, for a total of 64 people. The results revealed a low level of knowledge about CSR among employees, and although managers were better informed, they did not demonstrate a genuine commitment to its strategic implementation. Furthermore, no formal environmental practices or sustainable actions were identified that would strengthen the company's relationships with stakeholders and impact its social, environmental, and economic performance. Consequently, the organization is perceived as a commercial entity with little connection to the community. It is concluded that, despite having a track record of over 20 years, the company could face reputational and regulatory risks if it does not adopt more responsible practices. Recommended actions include awareness programs, aligning CSR with institutional planning, and creating a CSR committee for leadership that provides a platform for community and stakeholder input.



Keywords: Stakeholder group, Environmental management, Organizational culture.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se entiende como una filosofía de gestión que permite las organizaciones asumir diligentemente responsabilidades que van más allá de los predios de la empresa (tanto ambientales como sociales) generadas por sus actividades, que integra ejecutorias basadas en decisiones responsables que benefician a sus grupos de interés, la comunidad y el entorno. Se trata de un modelo de autorregulación empresarial que promueve la rendición de cuentas ante todos los grupos de interés, con la creación un impacto positivo en la reputación corporativa y la sostenibilidad (Da Costa y Goicochea, 2022).

En tal sentido, Licandro et al. (2023) sostiene que la RSE debe ser definida como una filosofía de gestión (y no simplemente como un comportamiento deseable o esperado), basada en el manejo responsable de las externalidades operativas de la empresa sobre los grupos de interés, la sociedad y el medio ambiente. Esto resulta una percepción de la RSE como el lado humano de las organizaciones, que se integra con las personas más allá del mercado. Con un enfoque más estratégico, Castro et al. (2022) conceptualizan la RSE como una estrategia que facilita la gestión de los asuntos externos, sin dejar de integrar los temas económicos con los sociales y los de interés ecológico, de tal manera que esta postura sugiere que la responsabilidad de las externalidades no se debe apartar de los temas que tienen que ver con la economía de la organización.

Dos teorías relacionadas con la RSE son, por una parte, la teoría de los *stakeholders*, que ha experimentado grandes cambios en las últimas décadas, pues toma enfoques estratégicos y éticos que reconocen tanto la naturaleza económica como moral de las relaciones de las empresas con la sociedad civil (clientes, proveedores, empleados, comunidad, entre otros). Según Bridoux y Stoelhorst (2022), esta teoría ha modificado el pensamiento estratégico al promover un modelo de creación de valor que reconoce explícitamente la interdependencia entre las organizaciones y sus entornos.

Por otra parte, la teoría del valor compartido plantea que las empresas pueden ver mejoras significativas en su competitividad sin descuidar la generación de beneficios para el entorno, con la integración de objetivos económicos y sociales dentro de su modelo de negocio. Como señalan Royo-Vela y Cuevas (2022), el valor compartido no es otra cosa que una cadena de interacciones entre la empresa y su ecosistema, mediante un modelo sostenible

que fortalece tanto la competitividad empresarial como el bienestar colectivo, por lo tanto, es importante que los cambios organizacionales sean sistémicos y que centrados en las necesidades que surgen de la comunidad (Bitencourt et al., 2024).

Ecuador ha adoptado instrumentos internacionales de RSE (como la norma ISO 26000 y lineamientos de la Comisión Europea) que han sido incorporados en políticas empresariales como referentes voluntarios para la gestión ética y sostenible (Navas-Olmedo et al., 2022); no obstante, pese a estos avances el país carece de una ley integral de debida diligencia, siendo la normativa fragmentaria y la cultura de cumplimiento, débil, lo que dificulta la inserción en cadenas globales que exigen evidencia de gestión de riesgos sociales y ambientales (Haro y Chimborazo, 2025).

En el caso de la ciudad de Milagro, las empresas comercializadoras y distribuidoras de lubricantes y, específicamente, la empresa estudiada en la presente investigación, enfrentan desafíos a la hora de poner en marcha su estrategia de la mano de la RSE. La industria de los lubricantes se ha caracterizado por un alto impacto negativo sobre todo a nivel ambiental; la contaminación que se genera tiene su origen en los residuos peligrosos y en las sustancias propias que se utilizan en sus operaciones, de modo que las prácticas evidenciadas en general distan mucho de los estándares de sostenibilidad internacionales.

El propósito general de este estudio es analizar la situación actual de la RSE en una empresa proveedora de lubricantes y servicios afines, con una trayectoria de más de veinte años en la ciudad de Milagro, en el Ecuador, en relación con su desempeño social, ambiental y económico, que permita proponer estrategias para fortalecer su sostenibilidad y el beneficio generado a los *stakeholders*. Específicamente, se examina el nivel de conocimiento y comprensión de la RSE entre los directivos y empleados, con la identificación de sus percepciones y actitudes, así como, se diagnostican las prácticas actuales de RSE implementadas en la empresa, en relación con la gestión de las externalidades. La investigación encuentra su justificación social en el hecho que, las empresas de este rubro son parte relevante de la dinámica económica de la ciudad de Milagro; en lo científico, se pretenden validar teorías relacionadas con la RSE; y en lo práctico, se derivan recomendaciones concretas para ser aplicadas por la organización.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio tuvo un enfoque mixto de alcance descriptivo y propositivo, con la utilización el método de estudio de caso que, según Yin (2018), permite investigar fenómenos

complejos dentro de su contexto real. La información relevante fue obtenida mediante la percepción y experiencias de varios actores involucrados en el tema estudiado, donde la lógica lleva a un estudio de tipo deductivo (recopilación y análisis de datos basados en la teoría) e inductivo (Alemnew et al., 2024). Las técnicas de recolección de datos incluyeron entrevistas semiestructuradas y encuestas de percepción, como la forma adecuada de dilucidar problemas y soluciones relativas a procesos de RSE en empresas del sector servicios (Pinto, 2023), complementadas con la observación directa y el análisis documental.

La población estuvo constituida por directivos, empleados del área operativa y clientes de la empresa, así como por miembros de la comunidad, involucrados o impactados por las actividades de RSE de la organización, para un total de 64 personas. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia para las entrevistas cualitativas, y un muestreo probabilístico aleatorio para las encuestas de percepción. La muestra estuvo representada por 2 directivos, 10 empleados del área operativa, 50 clientes y 2 miembros de la comunidad domiciliados en la zona de influencia de la empresa.

Como instrumentos se utilizaron:

- Cuestionario de conocimientos sobre la RSE (empleados y directivos).
- Guía de observación sobre prácticas y políticas de RSE.
- Cuestionario sobre percepción social de la RSE con escala Likert (clientes de la empresa).
- Guion de entrevista sobre percepción social de la RSE (miembros de la comunidad).
- Guía de observación de impacto en el medio ambiente.
- Guía de observación sobre impacto de la RSE en el desempeño social, ambiental y económico.
- Cuestionario de satisfacción por la aplicación de RSE con escala Likert (a empleados).
- Guion de entrevista sobre impacto económico de la RSE (directivos).
- Fichas de análisis de contenido.

Las variables involucradas en el estudio fueron:

Responsabilidad social empresarial: Grado de entendimiento, conciencia y aplicación que tienen los individuos u organizaciones acerca de las acciones y principios de la RSE.

Desempeño social: Hace referencia al impacto que tienen las políticas de RSE sobre el bienestar y el respeto a los derechos de los empleados, así como al tipo y calidad de

relación que la organización mantiene con la comunidad y otros grupos externos.

Desempeño ambiental: Las prácticas de RSE con enfoque ambiental abarcan acciones clave como la gestión de desechos, la eficiencia energética, el cumplimiento de normativas ambientales y manejo eficaz de la huella de carbono, que minimizan el impacto de la actividad económica en los ecosistemas y se alinean con estándares globales de sostenibilidad.

Desempeño económico: En este ítem se representan los resultados en materia financiera que están relacionados de manera directa o indirecta con la aplicación de políticas de RSE, con la inclusión de aspectos tales como reputación corporativa, fidelización de clientes, eficiencia operativa y sostenibilidad a largo plazo (Nuru et al., 2024).

El tratamiento de la información cualitativa se realizó mediante análisis de contenido y codificación temática para identificar patrones y relaciones; mientras que se utilizó el análisis estadístico descriptivo para la información cuantitativa. El análisis contextual y triangulación de los datos cualitativos y cuantitativos permitió construir una visión holística del impacto de la RSE en la empresa.

RESULTADOS-DISCUSIÓN

Conocimiento sobre la RSE

Los resultados obtenidos en el cuestionario de conocimientos sobre la RSE, aplicado a empleados del área operativa y directivos de la empresa, muestran que en los primeros existe muy poco conocimiento o al menos, una percepción limitada del significado RSE. Además de su implicación para la estrategia y la permanencia de la empresa en el mercado; mientras que en los directivos se puede evidenciar un conocimiento modesto de los conceptos de la RSE, aunque no se percibe una alineación entre lo conocido y la forma de implementación práctica. Si bien estiman la necesidad de mejorar las condiciones de trabajo y la responsabilidad de la empresa con la sociedad y las partes interesadas, no parecen estar conscientes de que la mejora debe venir desde la directiva de la organización y transformarse en acciones cuya sinergia lleve a la empresa a ser socialmente responsable. Estos resultados coinciden con estudios realizados en empresas grandes que operan en Ecuador, tales como sucursales de petroleras extranjeras donde solo la tercera parte mostró una comprensión y aplicación adecuada de la RSE (García y Cevallos, 2023).

Prácticas y políticas sobre la RSE

Durante la observación *in situ* no se evidenciaron prácticas o políticas de RSE que formen parte de la estrategia

empresarial en ninguna de las dimensiones analizadas (social, ambiental y económica. Por ejemplo, no se encontraron evidencias para los indicadores de código de ética, capacitación ética, transparencia en la comunicación, reinversión sostenible, gestión de riesgos financieros, políticas de inclusión y género, apoyo a comunidades, programas de reciclaje, manejo de residuos peligrosos, reducción de emisiones, campañas de sostenibilidad, entre otros aspectos del desempeño.

Las prácticas de RSE en la organización se limitan a acciones que intentan prevenir problemas con entes de control, o a donaciones aisladas que se han realizado a solicitud de algún miembro de la comunidad. Sin embargo, durante el estudio no se observaron acciones articuladas formuladas como estrategias que hagan de la RSE parte relevante de la planificación y gestión. Al revisar los archivos documentales de la empresa, no se pueden identificar políticas estructuradas donde se propicie la RSE, esto perfila una imagen debilitada ante la comunidad que puede abrir la puerta a que otros competidores fortalezcan su presencia en el mercado y en la localidad.

Resultados similares fueron reportados por Suárez y Antepara (2023), a partir de un estudio de 335 pymes manufactureras de Guayaquil, Ecuador. Con evidencia de la carencia general de planes estratégicos de RSE, con incumplimientos mayores al 40% en componentes relativos a gobernanza, políticas de derechos humanos, protección ambiental y participación activa en la comunidad.

Percepción social de la RSE

En la tabla 1 se muestra la percepción social de la RSE valorada por los clientes de la empresa, donde las mayores puntuaciones se obtuvieron en los ítems de comportamiento ético, cumplimiento de compromisos comerciales, claridad en comunicación de políticas y satisfacción con el trato recibido. No obstante, la percepción sobre prácticas de RSE en los ámbitos ambiental y social es baja.

Tabla 1: Percepción social de la RSE valorada por los clientes de la empresa.

Ítem	Promedio
Comportamiento ético de la empresa	4.56
Información sobre acciones de RSE	2.48
Cumplimiento de compromisos comerciales	4.46
Esfuerzos ambientales visibles	2.48
Apoyo a la comunidad local	2.14
Satisfacción con el trato recibido	4.08
Promoción de productos menos contaminantes	2.56
Claridad en comunicación de políticas	4.44
Valoración del compromiso social	2.48
Recomendación por responsabilidad	3.58

Dado que la dimensión social de la RSE se proyecta tanto en la percepción de los consumidores como en la relación empresa-comunidad, se pudo ahondar en el estudio de la variable de desempeño a partir de la entrevista semiestructurada aplicada a los miembros de la comunidad. Los resultados muestran que la percepción sobre la empresa atiende básicamente a su rol comercial, sin evidenciar un impacto sostenible a nivel social y comunitario, aunque la generación de empleo y ciertas donaciones que en momentos se han realizado son poco visibles y no logran posicionar una marca social más allá de la comercial. Igualmente, se puede observar que no existe un vínculo que permita a la comunidad sugerir y hacer llegar sus inquietudes a la organización, a pesar de la existencia de expectativas de la localidad alineadas con ejes clave de la RSE (educación, salud, medioambiente), que aún no han sido abordadas estratégicamente por la empresa.

En cuanto al impacto de la RSE en el desempeño social, ambiental y económico de la empresa, resulta llamativo que los miembros de la comunidad entrevistados no perciban que, además de las actividades empresariales, la empresa debe actuar como un miembro de la comunidad que aporta a las necesidades comunes. En contraste, estudios realizados en pymes de otros países han evidenciado que las acciones socialmente responsables hacia empleados, comunidad y medio ambiente fortalecen los vínculos con los grupos de interés, al tiempo que fomentan el desarrollo sostenible y la legitimidad social de la organización (Azüero-Rodríguez et al., 2022), así como también que las prácticas empresariales éticas y responsables elevan la confianza del consumidor, generan una imagen positiva de marca y contribuyen a la fidelización, especialmente cuando los clientes perciben un compromiso real con el entorno social y ambiental (Pedreschi, 2025).

Impacto en el medio ambiente

La observación *in situ* relativa al impacto de la RSE sobre el desempeño ambiental, muestra que la empresa ha realizado esfuerzos aislados por mejorar su gestión (cumplimiento normativo, almacenamiento parcial adecuado de residuos y existencia de planes básicos de contingencia). Sin embargo, la mayoría de las prácticas observadas son aún insuficientes, poco sistemáticas y carecen de proyección estratégica. Esto significa que, si bien existen hechos aislados, no se ha logrado un impacto positivo en el entorno donde se desenvuelve la organización; de la misma forma son muy pocas las medidas que la empresa ha tomado para minimizar el impacto ambiental, sobre todo si se toma en cuenta que su actividad económica es de alto impacto y riesgo para el medio ambiente. Estos resultados contrastan el estudio de Morisaki et al. (2024)

en Colombia, donde enfatizan que implementar sistemas de gestión ambiental mejora la eficiencia operativa y reduce emisiones contaminantes, además que refuerza la reputación de la industria, es decir, tiene un efecto en el marketing interno y promueve el compromiso de los trabajadores con la sostenibilidad.

Satisfacción por la aplicación de RSE

La encuesta de satisfacción aplicada a los empleados, para medir el impacto de las actividades de RSE en su bienestar, muestra el reconocimiento de acciones positivas como la creación de un ambiente laboral amigable y ciertos esfuerzos por la flexibilidad horaria. No obstante, demandan una mayor comunicación interna, más opciones de capacitación, y participación en iniciativas de RSE relacionadas con la salud mental y el bienestar emocional. Aunque la empresa realiza esfuerzos por alinear sus prácticas a la RSE, los colaboradores opinan que dichas acciones no siempre son suficientes o consistentes, pues existe una brecha significativa de mejora en términos de desarrollo profesional, comunicación, reconocimiento y participación activa en este tipo de programas.

En un estudio similar realizado en empresas agrícolas del cantón Milagro, Murillo et al. (2023) encuentran muy poco interés de parte de los empresarios para incorporar la RSE a su estrategia, viéndose afectadas las relaciones entre empleados y empleadores por la ausencia de políticas que propicien un buen ambiente laboral en la organización. En tal sentido, Sánchez (2023) considera que en el país no existe aún la cultura de implementar estrategias de RSE en las empresas medianas y pequeñas, e inclusive la mayoría del tejido empresarial considera que esta es una práctica solo de las grandes corporaciones.

Impacto económico de la RSE en la empresa

El análisis de la entrevista realizada a directivos de la empresa muestra una percepción general de la RSE como una carga económica. Aunque destacan ciertos aspectos positivos en términos de marca e imagen empresarial, no identifican ni avizoran beneficios económicos tangibles. La empresa destina menos del 1% de su presupuesto anual a estas prácticas y no cuenta con mecanismos de evaluación del retorno de inversión. Además, se evidencia una visión cortoplacista, con priorización a la rentabilidad inmediata sobre inversiones sostenibles a largo plazo. Si bien Gallardo y Galarza (2019) no determinan relación entre la dimensión ambiental de la RSE y el desempeño financiero de empresas ecuatorianas que han publicado informes de sostenibilidad en sus páginas web, un meta análisis reciente que engloba 223 empresas de USA, China y Europa pudo determinar que las empresas que dentro de su estrategia aplican políticas de RSE muestran

una mejora cuantificable en sus resultados financieros, cuando estos resultados se miden desde los principios contables (Li et al., 2025).

CONCLUSIONES

La investigación evidenció un bajo nivel de conocimiento sobre la RSE en los empleados de la empresa, mientras que los directivos se encuentran mejor informados, pero no muestran convencimiento de que ese es el camino para construir una organización integrada con las personas y el entorno más allá del ámbito del mercado. No se observaron prácticas sistemáticas de RSE estratégicamente planificadas, con un impacto visible en su desempeño social, económico y financiero, por ello, aunque la empresa ha permanecido en el mercado durante los últimos veinte años, si no realiza cambios en esta dirección puede sufrir pérdidas de reputación con los *stakeholders* y dar paso a otros competidores más audaces y conscientes de la necesidad de integrarse de forma más eficaz en la comunidad de la ciudad de Milagro.

Adicionalmente, el impacto que puede generar la falta de buenas prácticas ambientales, puede ocasionar problemas futuros con los entes de control. Consecuentemente, la organización requiere integrar el conocimiento de la RSE desde la cúpula directiva, que permita contar con el conocimiento necesario para aplicar las prácticas de responsabilidad social en todos los niveles de la organización.

Se sugiere de modo general a las empresas de la ciudad, en situación similar, desarrollar programas de sensibilización y formación en RSE, e integrar la RSE a la planificación estratégica de la organización, con prácticas alineadas a sus objetivos específicos y a los intereses de la comunidad. Se trata de incorporar metas sociales, ambientales y económicas, así como, los criterios de la RSE en la toma de decisiones del nivel estratégico empresarial. Es pertinente crear un comité multisectorial de RSE que logre un liderazgo institucionalizado a la vez que otorgue espacios de opinión a la comunidad y todos los *stakeholders*. Su función estaría orientada a establecer una agenda de actividades de impacto social, ambiental y económico, que pueda posicionar a la empresa como un ente que se integra a la sociedad y respeta su entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alemnew Belay, H., Hailu, F. K., & Sinshaw, G. T. (2024). Corporate social responsibility (CSR) practices in large manufacturing firms: a qualitative multi-case study from Ethiopia. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2310621>

- Azuero-Rodríguez, A. R., García-Solarte, M., & Garibello-García, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2). <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.8292>
- Bitencourt, C., Zanandrea, G., Froehlich, C., Agostini, M. R., & Haag, R. (2024). Rethinking the company's role: Creating shared value from corporate social innovation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(4), 2865–2877. <https://doi.org/10.1002/csr.2723>
- Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2022). Stakeholder theory, strategy, and organization: Past, present, and future. *Strategic Organization*, 20(4), 797–809. <https://doi.org/10.1177/14761270221127628>
- Castro Alfaro, A., Barbosa, D., & Díaz Castro, J. (2021). La integración de la responsabilidad social empresarial en la planeación estratégica: un enfoque integral. *Conocimiento Global*, 6(S1), 406–413. <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/498>
- Da Costa Pimenta, C., & Goicochea Calderón, J. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. *Revista Economía y Política*, (36), 1-25. <https://doi.org/10.25097/rep.n36.2022.01>
- Gallardo Gordón, M., & Galarza Torres, S. (2021). Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Financiero en las Empresas Ecuatorianas que Cuentan con Informes de Sostenibilidad desde el Periodo 2014 al 2018. *X-Pedientes Económicos*, 3(7), 38–56. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/40
- García, D., Baño, M., y Cevallos, R. (2023). Análisis de la responsabilidad social empresarial en las empresas petroleras. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 27(120), 84-92. <https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.736>
- Haro Pérez, M. y Chimborazo Castillo, L. A. (2025). Análisis del marco legal ecuatoriano en la aplicación de la debida diligencia y responsabilidad social empresarial: Implicaciones para la competitividad y sostenibilidad corporativa. *KIRIA: Revista Científica Multidisciplinaria. Ed. Esp.* 1(2), 170-186. <https://doi.org/10.53877/xwh9j313>
- Li, W., Yan, T., & Li, Y. (2025). Corporate social responsibility and financial performance in a cross-country context: A meta-analysis. *Journal of Business Research*, 190, 115218. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115218>
- Licandro, O., Vázquez-Burguete, J. L., Ortigueira, L., & Correa, P. (2023). Definition of Corporate Social Responsibility as a Management Philosophy Oriented towards the Management of Externalities: Proposal and Argumentation. *Sustainability*, 15(13), 10722. <https://doi.org/10.3390/su151310722>
- Morisaki Mego, F. P., Álamo Juárez, J., Díaz Dávila, J. C., & Ruiz Villalobos, J. A. (2024). Análisis de la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente en una empresa agroindustrial. *Horizonte Empresarial*, 11(1), 218–231. <https://doi.org/10.26495/t8zxfb75>
- Murillo, C., Macas, G., & Aguirre, S. (2023). *Responsabilidad social empresarial en las empresas de cultivo de banano del Cantón Milagro*. Publicaciones Editorial Grupo Compás. <http://142.93.18.15:8080/jspui/handle/123456789/952>
- Navas-Olmedo, W., Casa-Toapanta, N., & Chisag-Quimbita, G. (2022). La responsabilidad social empresarial medida por la Norma ISO 26000. Caso de estudio. *Revista de Investigación Sigma*, 10(01). <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2928>
- Nuru, F., Jumardi, J., Saputra, R., Wijaya, I., & Saranga, E. (2024). Corporate Social Responsibility and financial performance: A meta-analysis. *The Journal of Academic Science*, 1(4), 363–372. <https://doi.org/10.59613/2xwt7096>
- Pedreschi Caballero, R. J. (2025). El impacto del marketing ético en la lealtad del consumidor. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 15(1). <https://doi.org/10.48204/j.centros.v15n1.a7729>
- Pinto, L. (2023). A Qualitative Analysis of Corporate Social Responsibility in Saudi Arabia's Service Sector-Practices and Company Performance. *Sustainability*, 15(12), 1-14. <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v15y2023i12p9284-d1166698.html>
- Royo-Vela, M., & Cuevas Lizama, J. (2022). Creating Shared Value: Exploration in an entrepreneurial ecosystem. *Sustainability*, 14(14), 8505. <https://doi.org/10.3390/su14148505>
- Sánchez, A. (2023). La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. <https://uees.edu.ec/descargas/libros/2023/la-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador.pdf>
- Suárez Rodríguez, O., & Antepara de la Ese, S. T. (2023). Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs del sector manufacturero de Guayaquil. *Universidad Y Sociedad*, 15(S3), 132–142. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4219>
- Yin, R. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Sage Publication, Inc.

CONFLICTO DE INTERESES:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores bajo taxonomía CRediT:

Autor	Roles
Autor 1	Encargado de: Conceptualización, Metodología, Análisis formal
Autor 2	Encargado de: Validación, Análisis formal, Revisión.

Universidad & Sociedad publica sus artículos bajo una licencia Creative Commons <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

