



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
QUE INCIDEN EN LAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE MANGO EN EL
CANTÓN GUAYAQUIL.**

AUTORAS:

ANCHUNDIA GENDE STEFHANIA AZUCENA

QUINATOVA VERA PATRICIA STEFANIA

TUTOR:

ING. IND. VÍCTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA. MCID

GUAYAQUIL, 2 FEBRERO 2018



Repositorio de la SENESCYT

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil.	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Anchundia Gende Stefhania Azucena; Quinatoa Vera Patricia Stefania	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ING. IND. VICTOR HUGO BRIONES KUSACTAY	
INSTITUCION:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
MAESTRIA/ESPECIALIDAD:	INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR	
GRADO OBTENIDO:	INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACION:	11/01/2018	No. DE PAGINAS: 155
AREAS TEMATICAS:	ARÉA COMERCIO EXTERIOR	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	ISO, Responsabilidad Social Empresarial, Global GAP, entorno natural, socialmente responsable.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):		
<p>La presente investigación busca analizar la incidencia de los factores de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil, por lo tanto, esta norma busca el equilibrio y bienestar entre los individuos 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. Las organizaciones 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 7 principios de responsabilidad social empresarial basándose en la guía de la norma ISO 26000. Así mismo esta norma debe estar vinculada con la certificación Global GAP la cual busca la aplicación de las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de acuicultura.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail:
1.- Stefhania Azucena Anchundia Gende 2.- Patricia Stefania Quinatoa Vera	1.-0990507649 2.-0990205595	1.- stefhania.anchundia@gmail.com 2.- pattyquinatoa@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaria de la Facultad	
	Teléfono: (04) 2596830	
	E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



Certificación del tutor revisor

Habiendo sido nombrado ING. IND. VICTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA. MCID, tutor del trabajo de titulación ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE INCIDEN EN LAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE MANGO EN EL CANTÓN GUAYAQUIL certifico que el presente proyecto, elaborado por ANCHUNDIA GENDE STEFHANIA AZUCENA; QUINATOA VERA PATRICIA STEFANIA con CI NO. 0950643791; 0952768034, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ING. IND. Víctor Hugo Briones Kusactay MBA. MCID.
C.I. No. 0906413885
Registro Senescyt # 1050-05-582381



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos

ANCHUNDIA GENDE STEFHANIA AZUCENA con C.I. No. 0950643791, y QUINATO VERA PATRICIA STEFANIA con C.I. No. 0952768034 certifican que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE INCIDEN EN LAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE MANGO EN EL CANTÓN GUAYAQUIL.” SON DE VUESTRA ABSOLUTA PROPIEDAD Y RESPONSABILIDAD Y SEGÚN EL ART. 114 DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la

Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

ANCHUNDIA GENDE STEFHANIA AZUCENA

PATRICIA STEFANIA QUINATO VERA

C.I No. _____

C.I No _____

***CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.-** De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



Certificado porcentaje de similitud

Habiendo sido nombrado Ing. Víctor Hugo Briones Kusactay MBA. MCID, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por: Anchundia Gende Stephania Azucena con C.I. 0950643791 y Quinatoa Vera Patricia Stefania con C.I. 0952768034 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior.

Se informa que el proyecto: “Análisis de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil” ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el 1% de coincidencia.

Documento: [ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE INCIDEN EN LAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE MANGO, QUINATO A P Y ANCHUNDIA S para urkund.docx](#) (D34593555)

Presentado: 2018-01-11 21:53 (-05:00)

Presentado por: stephania.anchundia@gmail.com

Recibido: julio.baquem.ug@analysis.arkund.com

Mensaje: [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 19 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	TESIS RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL URKUND.docx
	TESIS URKUN.docx
Fuentes alternativas	
Fuentes no usadas	

Capítulo I.1. Problema de la investigación 1.1 Planteamiento del problema. El trabajo de titulación busca que exportadores e industriales de mango implementen los elementos de RSE. Esta tiene como meta mejorar el ambiente económico, climático y social. Lo cual permite que mejore e influya en el marketing de la empresa, en el consumo de sus mercancías, esto lo diferencia del resto de competidores. Las empresas que ejecutan la RSE son las multinacionales o grandes empresas reconocidas internacionalmente. La sostenibilidad, la transparencia y el compromiso social no son tan relevantes en los exportadores y productores de mango del Cantón Guayaquil que buscan generar ingresos e ignorando la responsabilidad social empresarial y sus estrategias para realizarlas. La responsabilidad social empresarial es una ventaja que permite cambiar la eficacia de trabajo de sus colaboradores, permitiendo ser socialmente responsable. El problema más significativo de la responsabilidad social empresarial es no obtener las certificaciones internacionales relacionadas a mejorar del trabajo en el área agrícola concretamente en el sector del mango. Actualmente para cadenas de supermercado en Europa exigen que certifiquen con la regla GAP el cual permite el mejoramiento de prácticas agrícolas, no produciendo impactos ambientales, reduciendo el exceso de insumos químicos y asegurando bienestar de sus trabajadores siendo prioridad en la responsabilidad social. Debido a esto se ha diseñado un programa de estrategias de RSE en el cantón de Guayaquil dirigido a exportadores y productores de mango.

Formulación y sistematización del problema. 1.1.1 Formulación. ¿Con qué incidencia los factores de RSE contribuyen en la competencia de exportadores y productores de Mango y de qué forma se puede mejorar el ingreso mediante exportación? 1.1.2 Sistematización del problema. ¿Dónde se enmarca el sector?

ING. IND. VICTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA. MCID.
Docente Tutor
Registro Senescyt # 1050-05-582381



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR



Certificado de tutor

Guayaquil, 10 enero 2018

Sr.

ING. RAFAEL APOLINARIO QUINTANA, MSC.
 DIRECTOR
 CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación Análisis de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil. de (los) estudiante (s) Anchundia Gende Stefhania Azucena; Quinatoa Vera Patricia Stefania. indicando ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Ing. Víctor Hugo Briones Kusactay

C I. _____

Agradecimiento

Quiero agradecer principalmente a Dios por permitirme llegar hasta este punto importante de mi vida por guiarme hasta la meta soñada de convertirme en profesional, por cuanto me ha llenado de esmero y perseverancia en todos estos años de estudio, así mismo estoy agradecida con mi familia que me han brindado el apoyo necesario para seguir adelante, a mi madre quien me ha dado el empuje de superación diaria.

A mis maestros que gracias a sus conocimientos y enseñanzas construyeron un pilar fundamental en mi formación académica, a mi tutor de tesis y maestro Ing. Victor Hugo Briones Kusactay MBA por todos sus conocimientos compartidos quien ha sido un gran guía y ejemplo profesional en mi vida estudiantil, finalmente a esta prestigiosa institución que me abrió las puertas al conocimiento para convertirme en una persona profesional con una excelente calidad moral y ética con visión hacia el futuro.

Patricia Stefania Quinatoa Vera

Agradecimiento

Este proyecto es el resultado del esfuerzo de un gran trabajo en equipo, agradezco a mi tutor de tesis Ing. Víctor Hugo Briones Kusactay MBA. Que siempre estuvo dispuesto a guiarme y apoyarme no solo en el proceso de Titulación sino durante todo el trayecto de mi vida universitaria con conocimiento y valores, a la Ing. Margarita Ávila; Blgo. Henry Mendoza; PhD Roberto González por su tiempo y ayudada durante la validación de expertos. A grandes profesores de la carrera Ing. en comercio Exterior que me formaron académicamente durante estos 8 semestres, a esta gran Institución como es la Universidad de Guayaquil por permitir se parte de ella.

Stefhania Azucena Anchundia Gende

Dedicatoria

La presente tesis va dedicada a mis padres quienes me han brindado el cariño y apoyo necesario en cada momento de mi vida. A mis maestros que han sido mis guías a lo largo de todo este tiempo de preparación en la universidad a mi tutor de tesis por el tiempo de tutorías y dedicación formativa en el presente proyecto de titulación.

Patricia Stefania Quinatoa Vera

Dedicatoria

A Dios por brindarme salud, sabiduría, constancia y paciencia durante esta etapa de mi vida. A mi mamá Bella Gende por su cariño y apoyo incondicional, a mi papá Jimmy Anchundia por su ayuda económica que siempre aportó con un granito de arena para tener la mejor educación. A mi querida hermana Carolyn por su apoyo diario y su compañía en mis noches de tareas sin la ayuda de mi familia nada de esto hubiera sido posible. A mi enamorado Jean Marc Fabre por recorrer este camino junto a mí durante cuatro largos años que con palabras de aliento siempre estuvo recordándome porque elegí esta carrera, gracias por tu apoyo que sin esperar nada a cambio estuviste y estas siempre para mí veinticuatro siete.

Muchas gracias a todos ustedes porque a pesar de sacrificar días y momentos aún siguen aquí los amo mucho.

Stefhania Azucena Anchundia Gende

Índice General

Repositorio de la SENESCYT	II
Certificación del tutor revisor	III
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos.....	IV
Certificado porcentaje de similitud.....	V
Certificado de tutor	VI
Agradecimiento.....	VII
Agradecimiento.....	VIII
Dedicatoria.....	IX
Dedicatoria.....	X
Resumen.....	XIX
Abstract.....	XX
Introducción	1
1. Capítulo I: Problema de la Investigación.....	3
1.1 Planteamiento del problema.	3
1.2 Formulación y sistematización del problema.	4
1.2.1 Formulación.	4
1.2.2 Sistematización del problema.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo general.	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación.	5
1.5 Hipótesis y Variables.....	6
1.5.1 Hipótesis general.	6
1.5.2 Variable independiente.....	6
1.5.3 Variable dependiente.....	6
1.6 Aporte Científico.	8
2. Capítulo II: Marco Teórico	9
2.1 Antecedentes de la investigación.....	9
2.1.1 Responsabilidad Social Empresarial.	11
2.1.2 Importancia de Responsabilidad Social.	12
2.1.3 ISO 26000.	12
2.1.4 Principios de la norma ISO 26000.	13
2.2 Bases Teóricas.....	15

2.2.1	Normas internacionales de estandarización.	15
2.2.2	Organización internacional de normalización.....	15
2.2.3	ISO y desarrollo de normas internacionales.....	16
2.2.4	ISO 9001 trazabilidad.....	18
2.2.5	Norma ISO 26000 formulaciones de estrategia.	19
2.2.6	Implementación y evaluación de la estrategia.....	20
2.2.7	Los stakeholders y la RSE.....	21
2.2.8	Global Reporting Initiative (GRI).....	22
2.2.9	Norma Global G.A.P.....	23
2.2.10	Centro Ecuatoriano de derecho ambiental.....	26
2.2.11	Consortio Ecuatoriano de Responsabilidad Social CERES.....	27
2.3	Marco conceptual.	29
2.4	Marco contextual.	30
2.5	Marco legal.	31
2.5.1	Constitución del Ecuador.	31
2.5.2	Plan Nacional del buen vivir.	32
2.5.3	Ministerio de industria Productiva y solidaria.	33
3.	Capítulo III: Análisis de los Resultados.....	34
3.1	Enfoque.....	34
3.2	Alcance.	34
3.3	Limitaciones.	34
3.4	Métodos.	34
3.4.1	Descriptivo.	34
3.4.2	Exploratorio.....	35
3.4.3	Explicativo.	35
3.4.4	Correlacional.	35
3.5	Instrumentos.	35
3.5.1	Encuestas.	35
3.5.2	Entrevista.....	35
3.6	Análisis no paramétricos.	36
3.6.1	Coefficiente de Kendall.	36
3.6.2	Validación de instrumentos por expertos y prueba piloto.....	36
3.6.3	Método Delphi para utilización de criterios de expertos.....	36
3.6.4	Cálculo del coeficiente de competencia de un Experto bajo el método Delphi.	

3.7	Población y muestra.....	42
3.7.1	Población.....	42
3.7.2	Muestra.....	44
3.8	Análisis e interpretación de resultados prueba piloto.....	45
3.8.1	Análisis de la fiabilidad y resultado de la prueba piloto	58
3.8.1.1	Resultados del Alfa de Cronbach	58
3.9	Análisis e interpretación de los resultados	59
3.9.1	Coefficiente de correlación de Tabu-b de Kendall.....	72
3.10	Entrevistas realizadas al personal administrativo de las empresas productoras y exportadoras de Mango.....	77
3.10.1	Análisis e interpretación de las empresas exportadoras y productoras de mango 81	
3.11	Entrevistas realizadas a entidades del sector publico	83
3.11.1	Análisis e interpretación de las entidades del sector público	87
3.12	Entrevistas realizadas al personal administrativo de la universidad.....	89
3.12.1	Análisis e interpretación de la Universidad.....	93
4	Capítulo IV: Propuesta.....	95
4.12	Tema	95
4.12.1	Justificación	95
4.12.2	Objetivos.....	95
4.12.3	Fundamentación.....	96
4.12.4	Limitaciones	96
4.2	Actividades a desarrollar.....	97
4.2.1	Aspecto Social.....	97
4.2.1.1	<i>Programa de capacitación</i>	97
4.2.1.2	<i>Alianzas Estratégicas.</i>	99
4.2.1.3	<i>Programa para establecer la responsabilidad Social empresarial en las empresas exportadoras y productoras de Mango.....</i>	99
4.2.1.4	<i>Actividades a desarrollar</i>	100
4.2.2	Aspecto económico.	101
4.2.3	Aspecto ambiental.....	102
4.2.4	Programa estratégico Project.....	104
4.2.5	Aplicación del programa estratégico de responsabilidad social empresarial para impulsar la competitividad en las productoras y exportadoras de mango.	106
	Conclusión	110
	Recomendación.....	112

Apéndices..... 117

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	7
Tabla 2 Guía de Responsabilidad Social empresarial en América Latina	24
Tabla 3 Resultados de la validación de preguntas	37
Tabla 4 Calculo de validación de las preguntas.....	37
Tabla 5 Fuente de argumentación validación de preguntas	38
Tabla 6 Rango de validación de preguntas	38
Tabla 7 Grado de influencia validación de preguntas.....	39
Tabla 8 Coeficiente de argumentación	40
Tabla 9 Coeficiente de competencia	40
Tabla 10 Resultado de validación de expertos.....	41
Tabla 11 Listado de Empresas productoras y exportadoras de Mango	42
Tabla 12 Interpretación de datos.....	45
Tabla 13 Programa de Responsabilidad Social Empresarial	46
Tabla 14 Principios de Responsabilidad Social Empresarial.....	47
Tabla 15 Sector Agroindustrial.....	48
Tabla 16 Acceso a los mercados	49
Tabla 17 Desviaciones	50
Tabla 18 Alza de precios.....	51
Tabla 19 Exportaciones del sector agrícola	52
Tabla 20 Reportes Financieros.....	53
Tabla 21 Prácticas ambientales	54
Tabla 22 ISO 14001	55
Tabla 23 Prácticas que realiza las empresas	56
Tabla 24 Políticas ambientales.....	57

Tabla 25 Resumen de procesamiento de casos	58
Tabla 26 Estadística de fiabilidad	59
Tabla 27 ISO 26000	60
Tabla 28 Programa RSE.....	61
Tabla 29 Principio de RSE.....	62
Tabla 30 Sector Agroindustrial.....	63
Tabla 31 Mercados Internacionales	64
Tabla 32 Desviaciones	65
Tabla 33 Alza de precios.....	66
Tabla 34 Exportaciones.....	67
Tabla 35 Reportes financieros	68
Tabla 36 Prácticas ambientales	69
Tabla 37 ISO 14001	69
Tabla 38 Tipo de práctica	70
Tabla 39 Políticas ambientales.....	72
Tabla 40 Coeficiente de correlación de Tau b de Kendall.....	74
Tabla 41 Determinación de las variables utilizadas en Kendall	76
Tabla 42 Rangos correlación de Kendall	76
Tabla 43 Entrevista realizadas a las empresas exportadoras y productoras de Mango	81
Tabla 44 Objetivos del programa estratégico	99

Índice de figuras

Figura 1 Comité ISO.....	17
Figura 2 ISO 9001.....	18
Figura 3 ISO 26000.....	46
Figura 4 Programa de Responsabilidad Social	47
Figura 5 Principios de Responsabilidad Social Empresarial	48
Figura 6 Sector agroindustrial.....	49
Figura 7 Acceso a mercados internacionales	50
Figura 8 Desviaciones.....	51
Figura 9 Alza de precios	52
Figura 10 Exportaciones del sector agrícola.....	53
Figura 11 Reportes financieros	54
Figura 12 Prácticas ambientales.....	55
Figura 13 ISO 14001.....	56
Figura 14 Prácticas.....	57
Figura 15 Políticas ambientales	58
Figura 16 ISO 26000.....	60
Figura 17 Programa RSE	61
Figura 18 Principio de RSE	62
Figura 19 Sector agroindustrial.....	63
Figura 20 Mercados Internacionales	64
Figura 21 Desviaciones.....	65
Figura 22 Alza de precios	66
Figura 23 Exportaciones	67
Figura 24 Reporte financieros.....	68

Figura 25 Prácticas ambientales.....	69
Figura 26 ISO 14001.....	70
Figura 27 Tipo de práctica	71
Figura 28 Políticas ambientales	72
Figura 29 Programa estratégico	104
Figura 30 Diagrama de Gantt.....	105

Resumen

La presente investigación busca analizar la incidencia de los factores de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil, por lo tanto, esta norma busca el equilibrio y bienestar entre los individuos 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. Las organizaciones 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 7 principios de responsabilidad social empresarial basándose en la guía de la norma ISO 26000. Así mismo esta norma debe estar vinculada con la certificación Global GAP la cual busca la aplicación de las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de acuicultura.

Palabras Claves: ISO, Responsabilidad Social Empresarial, Global GAP, entorno natural, socialmente responsable.

Abstract

This research will analyze the impact of the factors of corporate social responsibility on producers of Guayaquil, therefore the standard seeks to balance and well-being between individuals and the environment labor, where the social, economic and environmental aspects are linked for a better job performance, aligning processes to a world-class guide to achieve improvements in these practices within enterprises. Not only organizations must focus on the quality of the product and service offer but also to act in a socially responsible way with individuals and the environment that surrounds them through the application of the 7 principles of social responsibility business based on the ISO 26000 standard guide. Also, this norm must be linked with Global GAP certification which seeks the application of good practices of agricultural, livestock and aquaculture.

Key Words: ISO, Corporate Social Responsibility, Global GAP, natural environment, socially responsible

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 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 llegando a ser una empresa socialmente responsable en las actividades que desempeñan.

Considerando 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, y siendo uno de los aspectos más importantes al momento de llegar a un acuerdo de negociación entre ambas partes y a largo plazo.

En cuanto al capítulo I del presente trabajo de investigación se puntualiza las generalidades de la investigación en el que se encuentran formulado tanto el objetivo general de analizar los factores de la responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil y el diseño de un plan estratégico y entre los objetivos específicos se encuentra el identificar las productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil, y el diseñar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial.

Con respecto al capítulo II el marco teórico mismo que comprende los antecedentes de la investigación, las afirmaciones de diferentes autores, los principios de la responsabilidad social, así mismo es en este capítulo donde se detalla el marco legal del tema de estudio en el cual se detallan las leyes que comprende la investigación.

En cuanto al capítulo III detalla el análisis de los resultados mismo que comprenden el enfoque, alcance, limitaciones, métodos de investigación del presente proyecto, las herramientas de investigación a utilizar como las encuestas y las entrevistas validados por expertos en el tema de investigación, quienes aportan sus conocimientos para una herramienta válida en la investigación mismo que permite el respectivo análisis de los resultados en los que también intervienen software necesarios para la precisión en los resultados como el programa IBM SPSS.

Dentro el capítulo IV se detalla la propuesta en el cual se detalla un programa de estrategias de implementación de la norma de responsabilidad social empresarial y certificación Global GAP exigida por países que conforman la Unión Europea y Estados Unidos mismos que son los principales clientes de las empresas agroindustriales del país. La aplicación de esta norma beneficiara a los productores y exportadores de mango en el aumento de las exportaciones de mango.

1. Capítulo I: Problema de la Investigación

1.1 Planteamiento del problema.

El presente trabajo de titulación busca que productores y exportadores de mango implementen los factores de responsabilidad social empresarial. 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 dejaron de ser tomados en cuenta en los productores y exportadores de mango del Cantón Guayaquil que buscan generar ingresos dejando a un lado la responsabilidad social empresarial y sus estrategias para realizarlas.

La responsabilidad social empresarial es una ventaja que permite mejorar la calidad de trabajo de sus colaboradores, permitiendo ser sociablemente responsable y en caminadas a una sociedad justa y sostenible. Uno de los problemas más significativos de no cumplir con la responsabilidad social empresarial es no obtener las certificaciones internacionales relacionadas a la calidad de trabajado en el área agrícola como lo es para su cultivo del 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.

1.2 Formulación y sistematización del problema.

1.2.1 Formulación.

¿Con qué incidencia los factores de responsabilidad social empresarial contribuyen en la competitividad a los productores y exportadores de Mango y de qué manera se puede mejorar el acceso a nuevos mercados?

1.2.2 Sistematización del problema.

¿Dónde y en qué sector se identificará los índices de responsabilidad social empresarial?

¿Cómo se identificará si los productores y exportadores de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial?

¿De qué manera se contribuirá a los productores y exportadores de mango a mejorar la competitividad en mercados internacionales?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo general.

Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un programa estratégico.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Identificar las productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil.
- Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial.

- Diseñar un programa estratégico de responsabilidad social empresarial para impulsar la competitividad en el sector agroindustrial de mango.

1.4 Justificación.

Muchas empresas productoras y exportadoras del Cantón Guayaquil no tienen conocimiento de los beneficios que proporcionaría una adecuada implementación de los factores de responsabilidad social empresarial en sus compañías, este análisis trata de implementar la mejora en la imagen de sus productos o servicios a nivel local e internacional a través de una programa de estrategias que implemente los factores de RSE los cuales generarían la sostenibilidad, transparencia y compromiso social que beneficie tanto a la empresas como al entorno en el cual se rodea, contribuyendo así al desarrollo social, económico y ambiental en estas empresas.

- a) Justificación Teórica: En la actualidad la producción genera las riquezas y el desarrollo sustentable que a la vez tiene un anexo con la acción social y sus riesgos, por ende, los conflictos y problemas de reparto que surjan alrededor tiene que ver con los conflictos que se generan de la producción y riesgos producidos por el tipo de función que realiza las empresas y su impacto en la sociedad (Beck, Navarro, & Borrás, 2015). Los aspectos en cuanto a las normas de calidad son cada vez más importantes en la actualidad no hay calidad sin responsabilidad ya que estas integran la gestión social y medioambiental de los procesos productivos y su importancia con el compromiso solidario con causas sociales normalmente vistas a diario como la pobreza, contaminación y discriminación en el cual toda la sociedad está inmersa de forma directa o indirecta. (Perdiguero, 2013)

La responsabilidad es el acto de responder frente a los demás por nuestras acciones y responder por el futuro en general, es la facultad de resalizar promesas y cumplirlas.

Es necesario la transmisión de la información y el conocimiento a todos los individuos que integran un grupo en una compañía. (Perdiguero, 2013)

- b) **Justificación Metodológica:** Para este análisis será necesario una investigación de campo para la adecuada recolección de la información a partir de datos estadísticos junto a las técnicas de análisis sujetas a la investigación como lo son los diagramas estadísticos que permiten obtener el debido soporte de una información precisa para el diagnóstico y solución del problema.
- c) **Justificación Práctica:** Al término del estudio y diagnóstico se tendrá como resultado una solución en cuanto a la integración y diseño de un programa de estrategias adecuado que integre la responsabilidad social empresarial (RSE) en estas empresas y a la vez que sean reconocidas a nivel internacional como empresas que consten y estén adheridas en cuanto a lo establecido en la guía base de la norma ISO 26000.

1.5 Hipótesis y Variables.

1.5.1 Hipótesis general.

Si las empresas productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.

1.5.2 Variable independiente.

Aplicación de la norma de responsabilidad social.

1.5.3 Variable dependiente.

- Competitividad en los mercados internacionales.
- Exportaciones en el sector agrícola.

Tabla 1 Operacionalización de las variables

	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	Ítems	Escala
VI	Aplicación de la norma de responsabilidad social empresarial	Es una guía propuesta por la internacional organization for standardization o ISO 26000 que trata sobre la responsabilidad social empresarial que alienta a las empresas a operar de manera socialmente responsable con todo su entorno	Aplicación de la norma ISO 26000 de RSE en el sector productor y exportador de mango	1.Rendición de cuentas 2.Transparencia 3.Comportamiento ético 4.Respeto a los intereses de las partes interesadas 5. Respeto a la ley. 6. Respeto a la normativa internacional. 7. Respeto a los derechos humanos.	Encuesta entrevista Consulta a expertos	1.a ¿La empresa cumple con la guía de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial? 2.a ¿La empresa tiene implementado algún programa de responsabilidad social empresarial basado en la guía de la norma ISO 26000? 4.b Según su criterio. ¿La transparencia en la emisión de los reportes financieros genera confianza tanto al personal como al inversionista?	Escala de Likert Elección múltiple Elección Única
VD	Competitividad en los mercados internacionales	Ventajas frente a la competencia en los mercados internacionales	Análisis de los mercados internacionales para la oferta exportable de mangos	Cumplimiento de normativas internacionales	Encuesta entrevista Consulta a expertos	3.a ¿Cree usted que el sector agroindustrial debe promover las prácticas de responsabilidad social empresarial para mejorar el comercio justo? 2.c ¿En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001? 3.b ¿Cree usted que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola en el país? 3.c En caso de haber sido positiva la respuesta anterior podría indicar que tipo de práctica realiza su empresa 1.c ¿La empresa actualmente realiza prácticas ambientales? 4.c ¿Según su criterio? ¿Las empresas productoras y exportadoras de mango deben implementar políticas ambientales?	Escala de Likert Elección múltiple Elección Única
VD	Exportaciones en el sector agrícola	Crecimiento y desarrollo en el sector agroindustrial del país manifestado por el incremento en las exportaciones.	Sostenibilidad económica en el sector productor y exportador de mango	Demanda. Volumen de exportaciones	Encuesta entrevista Consulta a expertos	1.b ¿La empresa compara sus resultados económicos presupuestado con los reales y toma decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse? 2.b ¿Cuando suben los costos, la empresa incurre en el alza de los precios al consumidor final? 4.a Según su criterio ¿Cuál es el principal inconveniente que tiene la empresa para acceder a mercados internacionales?	Escala de Likert Elección múltiple Elección Única

Elaborado por: Las autoras

1.6 Aporte Científico.

La responsabilidad social empresarial es una manera ética de la gestión indica que la sostenibilidad se sustenta la responsabilidad con los grupos de interés o las personas que interactúan en una empresa y más aún si la compañía tiene este tipo de norma y reconocimiento dentro de su organización. (Moya & Villacrés, 2017)

La norma Global Good agricultural Practices (GAP) o como en el idioma castellano se la conoce como la norma de buenas prácticas agrícolas misma que se constituye como un requisito obligatorio para la exportación agropecuaria para la Unión Europea y Estados Unidos. (José Alejandro, 2015)

Actualmente en Europa las cadenas de supermercado exigen que certifiquen con la norma Global GAP mismo que 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.

La RSE es una ventaja que permite mejorar la calidad de trabajo de sus colaboradores y de la compañía en general, el cual permite formar una sociedad justa, competitiva y sostenible, por lo cual es importante la obtención de estos tipos de reconocimientos internacionales relacionadas a la calidad para su importancia y reconocimiento tanto para la empresa como para el cultivo del mango en el Cantón Guayaquil.

2. Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la investigación.

Zarathustra, primer filósofo de la humanidad cuya fecha de nacimiento fue el 26 de Marzo de 551 AC en Persia mismo que propuso el término en su lengua. Avesta como Vohu Khshathra Vairya mismo que da origen a lo que conocemos como responsabilidad social. En su tiempo Zarathustra tenía tres pilares fundamentales en su teoría de responsabilidad social las cuales se centraban en: “buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones” en estos pilares el filósofo declaraba que cada persona debe escoger servir a la sociedad y al mundo viviente para que todo tenga armonía en la naturaleza y el equilibrio entre el hombre y la mujer. (Salazar, 2010)

La Responsabilidad Social Empresarial se ejecuta mediante la filantropía, esto era realizado por los seres humanos para resolver las necesidades que otros tenían. La RSE es una innovadora cultura donde se ejecuta la competitividad sostenible en las empresas, y se estudia los impactos dentro de sus operaciones a nivel económico, social y ambiental. (Castro & Becerra, 2016)

A mediados del siglo XX surge la Responsabilidad Social Empresarial, pero su desarrollo se da mediante concepciones y fundamentos teóricos donde se explican aspectos económicos, sociales, políticos y éticos, cabe recalcar que organismos mundiales, internacionales, regionales y locales han impulsado que se expanda la responsabilidad social empresarial en diferentes empresas. (González, 2015)

La Comisión Europea define a la RSE como el compromiso de las empresas y el impacto en la sociedad, también establece que las empresas para ser socialmente responsables deben ejecutar un proceso que integren cuatro aspectos los cuales son: social,

ambiental, éticos y de derechos humanos en sus compañías y esta debe contar con la apoyo de su grupo de interés.(Comisión Europea, 2017)

En la ley la Responsabilidad social Empresarial estipula que es una norma voluntaria, no se puede exigir a las empresas su ejecución ni que cumpla con los índices de RSE incluso es imposible imponer multas a las empresas cuando no los ejecutan, las empresas se ven en la necesidad de ejecutar dicha responsabilidad solo cuando es estipulado por la ley a si evitar inconvenientes a futuros. Cuando una empresa quiere embarcarse en el camino de la ejecución de la Responsabilidad Social Empresarial debe estar comprometida mediante un ambiente positivo con comportamientos transparentes y éticos. (González, 2015)

El 31 de Enero de 1999 el Secretario de las naciones Unidas, Kofi Anna, sugirió la elaboración de un ODS, en dicho pronunciamiento aconsejo a los gerentes de las empresas incorporarse a la iniciativa de RSE cuyo objetivo se ve radicado en 10 principios.(ONU, 2017) El objetivo de la RSE es hacer que las empresas sean sostenibles en el tiempo y para llegar a ese objetivo debe contar con un buen ambiente laboral, incentivo profesional, obtener el bien común con el público y la sociedad.

En los últimos tiempos la responsabilidad empresarial se ha convertido en una especie de exigencia en el mundo actual, por cual se ha presentado una serie de cambios en el mundo actual por los problemas en la forma de vida de la población en general por los problemas corporativos de muchas compañías, violaciones a los derechos humanos e infantiles así también con el medio ambiente. En los años 50 y 60se convierte como una obligación ética y moral y se empieza a velar por la calidad y bienestar de la comunidad trabajadora.

Al referirnos de RSE también estamos tratando sobre el “Pacto Global” o “Global compact” promovido por la ONU mismo que se inició y fue propuesto por el Secretario General de las Naciones Unidas que tiene como valores fundamentales:

- Normas laborables
- Derechos humanos
- Medio ambiente
- Lucha contra la corrupción

2.1.1 Responsabilidad Social Empresarial.

Es la responsabilidad de una organización ante el impacto que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad en el medio ambiente contribuyendo al desarrollo sostenible, considerando las partes interesadas y cumpliendo con la legislación aplicable.

(Chousa & Castro, 2016)

La Responsabilidad Social empresarial se ejecuta voluntariamente 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.(Moya & Villacrés, 2017)

La RSE influye en los factores ambientales, económicos y sociales. La Responsabilidad Social Empresarial se vincula con las estrategias de la organización, siempre y cuando se vea reflejado la sostenibilidad y el valor comercial, los beneficios suelen ser mucho como mejorar el 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 competitividad es importante para la organización se basa en un enfoque estratégico de RSE (Responsabilidad Social Empresarial), mejora los niveles de confianza desde la perspectiva del cliente, Las empresas generan y contribuyen con los tratados de la

Unión Europea basado en la sostenibilidad y una economía de mercado competitiva socialmente, dando un buen ejemplo en los trabajadores del sector privado prestan sus servicios a los del sector público.(Comisión Europea, 2017)

2.1.2 Importancia de Responsabilidad Social.

Se puede definir como el éxito de las empresas en un futuro, permitiendo mejorar los procesos en la actualidad, es una nueva innovación en el mundo de los negocios a nivel ético permitiendo equilibrar las relaciones sociales basadas en integridad básica, relaciones con la comunicad y el medio ambiente, en el primer punto se basa en la evolución de integridad y ética en el mundo empresarial, ganándose la confianza de los consumidores a través de nuevas prácticas de responsabilidad corporativa radicando la importancia en el control interno del negocio siempre y cuando los empleados lo implementen con ética .

En las relaciones con la comunidad involucrándose en asuntos y actividades demostrando que la empresa no solo se dedica a producir dinero sino que se siente involucrada con la sociedad, generando una buena imagen para la compañía y el mundo de los negocios que la rodea. Como último punto se puede destacar que la importancia del medio ambiente, que sus procesos y operaciones sean amigable con el ambiente y es uno de los puntos más importante para que una empresa cumpla con la RSE, conservando y no degradando el ambiente de donde realiza sus operaciones, renovar, reusar, reciclar, mejorar el uso de recursos y la reducción de desperdicio al medio ambiente.(Perdomo & Escobar, 2015)

2.1.3 ISO 26000.

Las normas ISO es la organización internacional de normalización, es el organismo más reconocido e importante a nivel mundial. Esta norma internacional que da orientación a las organizaciones a mejorar en el ámbito de la responsabilidad social dentro de las empresas.

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 Kusactay, V. H., & Avila Pita, M. D., 2017)

La responsabilidad social favorece a la empresa en la confianza, en sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite la disposición en el trabajo refiriéndonos directamente a la disminución de rotación del personal lo cual les brinda una estabilidad laboral y con ello la imagen de la empresa generando el acceso a nuevos mercados con estándares internacionales mediante la guía de la norma. (Duque Vargas & Peña Garcés, 2013)

2.1.4 Principios de la norma ISO 26000.

Cuando se aborda el tema de responsabilidad social, el objetivo central en una empresa es maximizar su aporte a desarrollo sostenible, entonces las organizaciones deberían basarse en normas o reglas basadas en los principios aceptables de un buen comportamiento justo en cuanto al contexto de una norma. Principios de la responsabilidad Social:

- **Rendición de cuenta:** Consiste en que una organización se maneje con responsabilidad en cuanto a sus impactos en la sociedad y en el medioambiente en el cual se encuentra inmersa respondiendo así ante las autoridades legales en relación a las leyes y regulaciones también implica responder a quienes se encuentran afectados por sus decisiones y actividades.

- **Transparencia:** Consiste en que una organización le correspondería ser transparente en sus actividades y decisiones los cuales influyen en la sociedad y el ambiente, es decir trabajar de manera clara y precisa en cuanto a sus actividades que desempeñe. Es decir, la información debería estar disponible, accesible y entendible para aquellos que se han visto afectados o pudieran estarlo por la organización
- **Comportamiento ético:** Consiste en ética, equidad, equidad y honestidad reflejados en la empresa, en el cual se implica a todos los individuos que la conforman, generando de manera significativa una estructura adecuada que promueva la ética dentro de la organización
- **Respeto a los intereses de las partes interesadas:** consiste en el respeto y consideración que la empresa debe tener hacia a los intereses de sus partes interesadas reconociendo los derechos legales así también reconociendo a algunas partes interesadas pueden afectar a la organización
- **Respeto a la ley:** Consiste en que una organización debería aceptar que respetar a la ley es obligatorio es decir la supremacía que esta tiene para acatarla y estar sujetos a la misma.
- **Respeto de la normativa internacional de comportamiento:** Consiste en que la organización debe respetar la normativa internacional de comportamiento para tener una armonización con nuestros clientes y potenciales clientes en el exterior
- **Respeto de los derechos humanos:** Consiste en que una organización debería respetar los derechos humanos reconociendo su importancia y su universalidad, proporcionando la protección adecuado a los individuos que conforman una organización con respecto a la normativa aplicada. («ISO 26000 Guidance on social responsibility», 2017)

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 Normas internacionales de estandarización.

Se estableció en 1947 su idioma oficial es Inglés, Francés y Ruso, realiza trabajos de acuerdos internacionales, es conocida a nivel mundial y está integrada por 153 países cuyo objetivo es la estandarización de las actividades mundialmente que permita mejorar el intercambio de comercio, satisfacer la cooperación tanto intelectual, científico, económico y tecnológico.

Los acuerdos publicados cuentan con estándares internacionales. Se basa en normas que aseguran la calidad de sus tareas a través de herramientas estandarizadas. Sus siglas en Inglés es International Organization for Standardization esta organización está compuesta por varios organismos nacionales de estandarización, es Independiente y desarrolla estándares internacionales voluntarios, actualmente posee alrededor de veinte mil estándares cuya prioridad es que las compañías ingresen su producto o servicio a nuevos mercados sin afectar a las bases justas de desarrollo.

El objetivo es desarrollar de manera justa y abierta estándares, provocando que se dé una internacionalización de no afecte a otros sino que se vea reflejado satisfactoriamente, esto permite alcanzar estándares mundialmente globalizados, esta organización nació en 1926 al principio se llamó Federación Internacional de Asociaciones de Estandarización Nacionales, después de la segunda guerra mundial opto o mejorar y formar estándares globales, años más tardes en 1946 en Londres se creó la Organización Internacional de Normalización.(ISO - International Organization for Standardization, 2017)

2.2.2 Organización internacional de normalización.

Estable las normas Internacionales para el comercio, gobierno y sociedad, esta trabaja conjuntamente con los sectores involucrados y se establece mediante procedimientos

responsables que es amparado mediante apoyo nacional de las partes beneficiadas que serán utilizadas internacionalmente. Esto está validado por expertos que analizan las necesidades y crean o estipulan normas dependiendo de los resultados. Estas normas son denominadas ISO International Organization Standardization aceptadas y acogidas por organismos tanto públicos como privados, cada miembro es organismo de normalización en su país, ellos son los que sugieren las normas, las ejecutan y apoyan en ayuda de la secretaria general de la ISO.

Las normas ayudan a mejorar las técnicas de comercio en los productos desarrollados abiertos y transparentemente, las normas relacionadas con la producción son de buenas prácticas cuando se ejecuta un proceso o servicio, mientras que la de gestión mejora las actividades estas normas permiten que se genere un cambio en cuanto a la evolución cultural basados en calidad. El desarrollo de nuevas normas, que permita obtener información para los beneficiarios, estas normas pueden ser adoptadas nacional o internacional el beneficio es que al optar por la segunda opción el comercio entre ellos se facilitaría e incrementarían las negociaciones internacionales.

La Organización Mundial del Comercio(OMC) establece la normalización internacional como un beneficio en transferencia tecnológica entre ambos países mejorando la eficiencia en la producción y ampliando las facilidades de comercio exterior.(Gómez, 2015)

2.2.3 ISO y desarrollo de normas internacionales.

Las ISO, su comité técnico y subcomité desarrollan normas internacionales mediante las siguientes etapas:

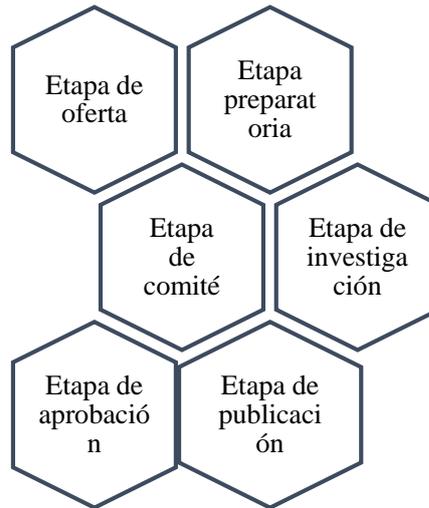


Figura 1 Comité ISO

Elaborado por: Las autoras

La primera etapa determina un estándar internacional y se establece mediante votos de los miembros referentes a un programa de trabajo, siempre y cuando haya mayoría de votos a favor, el cual se designa un líder, un igual entre todos para ser el encargado. La etapa de preparatoria es realizada por expertos donde el encargado del proyecto buscando una solución técnica cuyo objetivo es lograr un acuerdo general en la etapa de comité es emitido por la secretaria central, donde se dan varios esbozos que son artículos que proporciona información necesaria, donde se elige un esbozo de estándar internacional, la cuarta etapa de investigación es donde el esbozo internacional se despliega por los integrantes de ISO, secretaria de votación durante un lapso de cinco meses.

El esbozo entra en votación para ser analizado según criterios y se elige basado a estándar internacional donde es difundidos a los miembro de la ISO, en este lapso de tiempo se pueden dar comentarios técnicos que son tomados en cuenta durante una revisión futura, el texto una vez aprobado llega la última etapa la etapa de publicación donde se da un estándar

final preliminar internacional aceptado y se envía a la secretaria central de la ISO donde es publicado. (Aja Quiroga, 2015)

2.2.4 ISO 9001 trazabilidad.

La trazabilidad es la base fundamental en los sistemas de gestión porque garantiza la calidad de la seguridad alimentaria, son procesos que permite conocer la procedencia del producto a lo largo de la cadena de suministro, desde que siembra el producto en caso de ser agrícola hasta el final del consumo, esto se ve mediante un flujo del producto donde se vincula toda la información. Se determina 3 tipos de trazabilidad.(Romero, 2015)

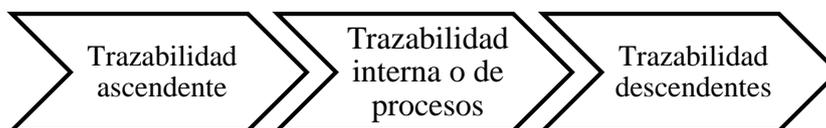


Figura 2 ISO 9001

Elaborado: Las autoras

Fuente: ISO 9001

La trazabilidad ascendente: donde se determina exactamente los productos que son recibidos en la compañía como su lote, fecha de caducidad, proveedor entre otros.

La trazabilidad interna o procesos es la que se da dentro de la empresa.

La trazabilidad descendente o hacia delante da a conocer los productos elaborados por las empresas así mismo su lote, fecha de caducidad su destino y el consumidor.

La cadena de suministro debe cumplir los proveedores, operadores de logística y su distribuidor donde se vincula el producto final con el origen y los procesos que se ha realizado para su elaboración, la trazabilidad trae una serie de beneficios con control de la partida y lote, mejora del producto almacenado, la evolución del producto que es un sistema

primordial en la gestión de calidad, detecta y analiza los problemas, y se vuelve en una selección del mejor producto esto va a disminuir los costes.

Dentro de la normativa de trazabilidad están la de carácter horizontal que se ve afectada en los productos alimenticios y la de carácter vertical que determina normas para productos en específicos también tienes obligaciones de trazabilidad para ciertos productos como son carne, peses y sus derivados y organismos modificados genéticamente.

Para cumplir con la trazabilidad se debe tener en cuenta el siguiente:

Registro de información donde el involucrado en la cadena de suministro debe contar con un sistema informático donde genera, gestiona y guarda la información de trazabilidad.

Correcta información y caracterizas del producto como es lo que se ha consumido debidamente codificadas, estas deben contar con algo primordial la fecha de caducidad, deben estar ubicadas en paletas o cajas estas deben contar con código y lote donde se ve la característica del producto y optimiza los datos de trazabilidad.

La trazabilidad en las frutas dispone no solo un excelente sabor, presentación en color y tamaño sino también que no sean ni muy maduras ni pasadas es decir deben estar en un punto óptimo esto se da principalmente en el Continente Europeo. Hay máquinas que pueden determinar el nivel de maduración de la fruta. Otro punto es las características organolépticas es decir su nivel de azúcar, ácidos y dureza estos se miden en grados brix, esto son analizados mediante muestras de la fruta y se lo realiza por lote, lo que permite asegurar la calidad de la fruta en la cadena alimenticia desde que se produce hasta cuando al supermercado. (Ramírez & Castro, 2014)

2.2.5 Norma ISO 26000 formulaciones de estrategia.

Las empresas deben tener en cuenta que cuando se plasmas la visión y misión es considerado como el primer paso para formular la estrategia basándose y cómo se desarrollan

su papel con la contribución de programas de Responsabilidad Social Empresarial, la ISO 26000 nos ayuda a determinar una misión y visión específica identificando los impactos en la sociedad y a su vez se genera una conducta corporativa. Los estándares ofrecen a las organizaciones argumentos que permitan vincularse en proyectos de responsabilidad social y así lograr la sostenibilidad, sin embargo las empresas se basan en su propia lista de verificación para la misión, visión y directrices. Pero no consideran los beneficios de la ISO 26000 tanto para las Pequeñas y medianas empresas o también las multinacionales por la falta de información.

La ISO 26000 desarrolla la misión y la visión de las empresas ofreciendo beneficios marginales, pero se debe ser claro con las auditorías internas o externas y por supuesto poner en prácticas los objetivos de Responsabilidad Social Empresarial.

Las estrategias se basan en las tomas de decisiones de una organización, en base a ideas sobre la mejores que se realizan en diferentes áreas de gestión no se considera ser aplicadas por las ISO 26000 en la fase de gestión estratégica.

La guía normas internacionales de estandarización en cambio permite un sin número de iniciativas globales, basándose en la sostenibilidad como lo es el Global Reporting Initiative funcional y sectorial, Organizaciones de etiquetado, Comercio Justo, Social entre otras.

2.2.6 Implementación y evaluación de la estrategia.

Esta parte es fundamental para lograr un buen desempeño mediante un proceso sistemático y formal para implementar que se lleva a cabo. La norma ISO 26000 nos da una guía de varias estrategias con ideas innovadoras que se van en expectativas de cómo debe comportarse una organización, lo que sirve de gran utilidad para dar un paso encaminado a la Responsabilidad Social Empresarial, las empresas aprenderán a complementar sus

orientaciones, el objetivo es que las Pequeñas y medianas empresas se beneficien más que las multinacionales mediante procesos de gestión estratégica y sostenibilidad. (Azua, 2016)

Estas estrategias deben ser revisadas y controladas para que la organización pueda evaluar si se está llegando al objetivo y en caso de no ser así tomar medidas, estas deberán ser revisadas permanentemente.

Las 7 materias fundamentales es la gobernanza de la organización donde asegura el rendimiento de cuentas, imparcialidad y transparencia en relación de la empresa donde se implemente procedimiento de deberes, privilegios y funciones. Los derechos humanos no pueden ser derogados y son apoyados por convenios y tratados internacionales donde se incluye derechos culturales, económicos y políticos.

Las prácticas laborales entre el empleado y empleador mediante una condición de servicio, el medio ambiente es muy importante proporcionando desarrollo y crecimiento.

Las prácticas justas de operación donde integra la anticorrupción, la participación de una política responsable, respeto a los derechos de la propiedad, competencia justa e influencia responsable. Los asuntos de consumidores donde incluye soporte operativo, garantía, notificación de problemas. La participación activa y desarrollo de la comunidad en la política, servicio y proyectos de programas gubernamentales.

2.2.7 Los stakeholders y la RSE.

Los principios de la Responsabilidad social son de carácter voluntario siempre y cuando las empresas deseen ser socialmente responsable 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 con a ejecutar la RSE debe ser comunicativa 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 beneficios una buena imagen, reconociendo en la sociedad siempre y cuando se practique de una manera correcta. (Pelález & Usma, 2017)

La RSE se fomenta siempre y cuando haya buena relación entre stakeholders y empresas, los stakeholders son las personas o grupos de interés que son afectados por decisiones y acciones que toman las empresas, estos están relacionadas mediante un vínculo que siempre deberá mantenerse, estos deben participar en la cultura empresarial. Los Stakeholders se dividen en dos: internos y externos dentro de los primeros encontramos los trabajadores, accionistas y representantes. En los externos podemos encontrar a los clientes, la comunidad y sus contratistas entre otros, su objetivo es mejorar las condiciones de los trabajadores y su familia generando buenas prácticas sociales y laborales, esto no solo debe ser aplicado en grandes empresas o multinacionales independientemente de su tamaño, esto abarca para cualquier empresa siempre y cuando se ve comprometida a querer generar un cambio y obtener beneficios. (Pelález & Usma, 2017)

2.2.8 Global Reporting Initiative (GRI).

Es una organización creada por la Coalición de Economías Responsables de Medio Ambiente CERES y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas PNUMA en 1997 y se encargó de elaborar Guía para elaboración de informe de sostenibilidad y su misión se enfoca en mejorar la calidad y utilidad de reportes de sustentabilidad para que sean equitativos a los financieros basándose en tres estándares económicos, sociales y medioambientales. (Hale & Held, 2014)

Esta norma se certifica siempre y cuando se cumpla con los requisitos de auditoría externa o reportando su cumplimiento, mide los contenidos medioambientales y los indicadores de responsabilidad social empresarial, también se debe generar informes de RSE

destinado a un grupo de interés esto debe estar basado en 4 principios materialidad donde la información debe contener indicadores de sociales ambientales y económicos de la organización. La participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad contribuyendo en el futuro y la exhaustividad donde los grupos de interés evalúan el desempeño de la organización en un periodo.

El contenido del GRI lo constituye tres partes: el perfil de la empresa donde se refleja el desempeño de la organización mediante estrategias de sostenibilidad, El enfoque de la dirección donde se percibe el estilo de gestión basado en aspectos específicos en términos de estructuras, decisiones y sistema de gestión. Por último, los indicadores de desempeño que miden los aspectos económico, social y ambiental de la organización.

2.2.9 Norma Global G.A.P.

Global GAP es una organización sin fines de lucro, la norma Global agrícola, ganadera y de acuicultura establece un conjunto de normas de buenas prácticas, donde agricultores del mundo pueden obtenerla demostrando el cumplimiento de buenas prácticas agrícolas es de libre acceso y se lo realiza mediante la página web.(GLOBALG.A.P., 2017)

La norma permite darles confianza a los consumidores reduciendo los impactos ambientales que se producen por las actividades agrícolas, el objetivo es reducir los insumos químicos para mejorar la salud y seguridad humana y animal. Este manual de prácticas agrícolas es usado a nivel mundial estableciendo normas eficaces de certificación y procedimientos aplicables en cualquier lugar, organización, cadena alimentaria o tamaño.

El beneficio es mejorar en la calidad y seguridad alimentaria del producto, incremento de ventas a través de la satisfacción del consumidor, ventaja competitiva, expansión a nuevos mercados.

Una de las instituciones pioneras en América Latina para promocionar la RSE es el Banco internacional de Desarrollo que donó a Ethos en Brasil y produjo la primera guía de autoevaluación de RSE en versión de portugués lo cual esta entidad siguió otorgando apoyo para que se gestionen herramientas que mejoren el proceso de RSE, cabe recalcar que Argentina, Colombia, Chile cuenta con una Guía de Responsabilidad social empresarial.

Tabla 2 Guía de Responsabilidad Social empresarial en América Latina

Guía de Responsabilidad Social empresarial en América Latina		
Argentina	Chile	Colombia
Instituto Argentino de Responsabilidad social empresarial IARSE fue la primera en generar una guía en español al traducir la versión de Ethos y la cual incluye una guía de cuestionarios el cual cubre el área de valores y transparencia, Público Interno, Medio ambiente, Proveedores, Consumidores/clientes; Comunidad; Gobierno y sociedad.	Organización Prohumana y la participación de la federación empresarial de Chile cuyo objetivo del cuestionario es evaluar el progreso y realizar la comparación con otras empresas.	El Banco Interamericano de desarrollo cuya herramienta se basa en cuestionarios de auto evaluación, ejemplos de casos y buenas prácticas e implementación de estrategias.

Elaborado por: las autoras

Fuente: (Vives, 2014)

Los exportadores tienen un concepto errado de RSE al pensar que la aplicación de estas generan altos egreso esto se ve debe a su falta de información en cuanto a RSE, los exportadores son la fuente de 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 su crecimiento sustentable manteniéndose en el tiempo por sí mismo sin ayuda y sin generar escasez de recursos, teniendo en cuenta el impacto que tengan sus operaciones al momento de querer exportar un producto.

Para que esta Responsabilidad Social Empresarial sea aplicada se ha elaborado, guías que ayuden a mejorar las exportaciones en este sector. Por ejemplo los esquemas de reportes e indicadores GRI Global Reporting Initiative el cual es un organismo que ha desarrollado una Guía para lograr un informe sostenible de las empresas. El GRI se enfoca en cuatro principios la primera materialidad que se refiere a aspectos sociales, ambientales, económico. El segundo se basa en la colaboración de un grupo de interés, el tercero en la sostenibilidad que se logra mantener en el futuro mediante innovaciones, sociales, económicas, ambientales y como último punto la exhaustividad donde se refleja los puntos ya mencionados sociales, económicos y ambientales que a su vez los grupos de interés pueden opinar sobre el desempeño de la organización.

Uno de los problemas que se ve generado al no aplicar la RSE es el reconociendo y credibilidad en los mercados compradores principalmente en los países desarrollados, industrias que no cumplen con buenas prácticas agrícolas que exige el mercado en el extranjero como lo es el de la Unión Europea que exigen altos estándares de calidad y buenas prácticas agrícolas. Mantenerse estos mercados exigentes donde el consumidor conoce toda la información de lo compra, principalmente si son las frutas.

Como en el caso de los alimentos que poseen trazabilidad que los hace diferenciarse de las diversas marcas, la trazabilidad en la cadena de alimentos para la alimentación humana nos permite que la fruta tenga un proceso estricto en reglamentaciones en características y en expectativas para el consumidor final se analizara desde la naturaleza de donde se siembra el producto, el proceso de recolección, , el tamaño, acopio, transporte,

envase y embalaje lo que permitirá obtener la inocuidad en la fruta esto se basará bajo la norma de trazabilidad.

También se debe tomar en cuenta que uno de los problemas que afecta a los exportadores de frutas es no contar con la certificación Global G.A.P que es aseguramiento de las fincas donde se produce la fruta y la cual debe cumplir con reglamentos, controles y cumplimientos. La normativa incluye la etapa de producción, pre cosecha, el empaque y almacenamiento.

2.2.10 Centro Ecuatoriano de derecho ambiental.

Al referirnos de responsabilidad social empresarial estamos entablando el éxito de una compañía cumpliendo con las consideraciones sociales así también como las medioambientales, es decir no solo es el hecho de satisfacer al cliente sino a todas las partes que conforman una compañía como sus colaboradores y el medio ambiente en el cual se encuentran inmersos.

En Ecuador el Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental o CEDA establece que la responsabilidad social empresarial es una estrategia para incrementar el desarrollo sustentable y sostenible para potencializar el empleo en la sociedad.

Exactamente el programa de RSE se inclina generalmente a fortalecer en vínculo de las empresas con las organizaciones civiles promoviendo así el trabajo en el país en acciones que ayuden a la conservación de los recursos naturales, así como la calidad de vida en el país. Por lo cual el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social o CERES menciona que la RSE, es una forma de acción que se define como la capacidad de respuestas con los que cuentan las empresas para enfrentar las consecuencias de lo que generan y cambiar a la sociedad para que tomen una mejor conciencia entre el ambiente y el individuo.

Las empresas conformadas en Ecuador aún se encuentran en una etapa de transición en cuanto al rol que desempeñan alrededor de la sociedad, incluso con las prácticas de ayuda social que han venido desarrollándose.

2.2.11 Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social CERES.

En el año de 1998 la fundación Esquel Ecuador constatándose como pionero en la responsabilidad social y el Snergos Institute de Estados Unidos impulsa los pasos a la creación del Consorcio Ecuatoriano de la Responsabilidad Social o Ceres y no es hasta el año 2005 que se compone esta ONG como miembro de la Red Continental de Forum Empresa.(CERES, 2017)

Según un estudio realizado por el CERES, indica que 8 de cada 10 personas ecuatorianas desconocen el término de RSE. Pues en este mismo estudio se determina que el Cantón Guayaquil asocia a la RSE con programas de ayuda a los damnificados. Por otro lado, la ONG ubica a nuestro país en la posición 79 comparado en una muestra de 108 países según el estudio de Estado de competitividad responsable para profundizar el término es necesario conocer que indica la constitución de la república a cerca de la Responsabilidad Social, se debe notar los títulos más inclinados a esta temática como los son Título II: Derechos, Título VI: Régimen de desarrollo y el título VII: Régimen del buen vivir mismos que establecen un conjunto de normas y reglamento para que se dé cumplimiento del mismo.(Barba Bayas, 2015)

Bernard, Marco y Ferruz indican que el crecimiento de la responsabilidad social empresarial se ha estado dando con mayor fuerza a mediados de la última década, por lo que uno de los inconvenientes del mercado español por cuanto la mayoría de las empresas se encuentran en el marco de las PYMES por lo que se les complica las iniciativas de aplicación de la RS en sus negocios.

De acuerdo a la Red del Pacto Global Ecuador conformada el 26 de Julio de 2011 por la Red CERES, Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, se indica que dicha oficina tiene como misión difundir la adhesión e implementación de la iniciativa Pacto Global en las empresas ecuatorianas con coordinación de actores públicos y privados que establecen los 10 principios que favorecen a los derechos humanos, a los estándares laborales, medio ambiente y combate gran parte de los actos de corrupción . (Moya & Villacrés, 2017)

- Principio 1: Apoyo y respeto a los derechos humanos por parte de las empresas
- Principio 2: Las empresas no deben ser cómplices en la violación de los derechos humanos.
- Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de trabajo forzoso o bajo coacción.
- Principio 5: Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.
- Principio 6: Las empresas no deben discriminar.
- Principio 7: Las empresas deben tener precaución respecto al medio ambiente.
- Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: Las empresas deben favorecer al desarrollo y difusión de tecnologías respetando al medio ambiente.
- Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra la corrupción en todas sus formas.

La responsabilidad social en el sector agrícola

La agricultura en Ecuador ha sido un punto importante en la economía del país en cuanto corresponde a la producción local como en las exportaciones de productos agrícolas, Ecuador es un país cuya agricultura se encuentra estrechamente ligada a la economía en todo el país.

Sin embargo, se debe recalcar que el sector agrícola del país tiene mucha falencia tanto en el entorno laboral que implica a nivel de la cadena productiva, la remuneración y trato de sus empleados, como en el entorno natural y el constante trato con la naturaleza y la manipulación de la misma. Para poder analizar la cadena productiva es necesario conocer y enfocarnos en los tres ámbitos de la cadena productiva del sector agroindustrial:

- Cadenas que destinan su producción a mercados locales o nacionales.
- Cadenas tradicionales de exportación.
- Cadena no tradicional de exportación.

2.3 Marco conceptual.

Trazabilidad

Serie de procedimientos que determina la evolución de un producto en sus etapas.

Norma ISO 2005

Norma internacional el cual da parámetros de trazabilidad en la cadena de alimentos humanos

Sustentabilidad

Es un término que está estrechamente ligado a la acción del ser humano en relación a su entorno en cuanto a la diversidad y equilibrio con los recursos en el cual se encuentre.

Desarrollo sustentable

Se refiere al desarrollo obtenido para la satisfacción de las necesidades de la generación actual sin perjudicar las necesidades de la generación futura por satisfacer sus propias necesidades.

Seguridad alimentaria

Sostenibilidad

Capacidad para preservar la biodiversidad sin dejar el progreso económico social.

Stakeholders

Organizaciones o persona afectada por las actividades o toma de decisiones de una empresa.

Organolépticas

Descripción de características sensoriales sabor, untuosidad, brillo, aspereza.

2.4 Marco contextual.

El análisis de la presente investigación se llevará a cabo en la zona 8 del Ecuador, Cantón Guayaquil específicamente en las empresas productoras y exportadores de mango analizando la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial su incidencia.

Actualmente la ciudad de Guayaquil cuenta con 2.291 millones de habitantes de los cuales 33 empresas se dedican a la exportación o producción de Mango contribuyendo al desarrollo social, económico y ambiental.

El objetivo es promover la aplicación de normas de Responsabilidad Social Empresarial en los productores y exportadores de mango considerado como fruta no tradicional es necesario realizar un trabajo de investigación para analizar las incidencias de RSE e implementar un programa estratégico de responsabilidad social empresarial basado en la ISO 26000 y certificación Global GAP, es de vital importancia que los productores y exportadores conozca sobre los beneficios que se puede obtener al aplicar esta normativa

asegurando una organización sostenible y sustentable para el bienestar de la sociedad. La herramienta PESTA nos ayudara en el análisis del cumplimiento de la responsabilidad social determinando los factores: Políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales.

El primer factor político, son políticas gubernamentales que afectan al desarrollo de la empresa, como son los sistemas de gobierno, las restricciones al comercio exterior, aranceles. El factor económico son los que se ve impactando el mercado, la oferta monetaria, precio, desempleo, disponibilidad y distribución de los recursos. El factor social referente a los gustos y hábitos de la sociedad, así como el nivel de educación vida entre otras características. El factor tecnológico se refiere al sistema informático e innovaciones tecnológicas y como último factor el ambiental donde interviene la contaminación ambiental, políticas medio ambientales internaciones.

2.5 Marco legal.

2.5.1 Constitución del Ecuador.

Art. 3.- Son deberes primordiales del estado 5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.(Constituyente, 2008)

“Se refiere a desarrollar diversos planes de acción que permita mejorar factores que impacta a la sociedad, a través de proyectos a largo plazo y la igualdad de oportunidades para lograr un mejor desarrollo de vida.”

Art. 5.- El estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.
(Constituyente, 2008)

“Se entiende al desarrollo de nuevas tecnologías ambientales no contaminantes y de bajo impacto tanto para el sector público como privado.”

Art. 323.- Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional.(Constituyente, 2008)

“Se refiere al apoyo a programas de desarrollo para la sociedad, que permita la sustentabilidad ambiental y se obtenga el bienestar de la sociedad.”

Art. 396.- El estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científicas del daño, el estado adoptara medidas protectores eficaces y oportunos.(Constituyente, 2008)

“Se tomará medidas oportunas para prevenir las externalidades ambientales, causadas por algún efecto negativo, así mismo el estado podrá optar medias protectoras.”

2.5.2 Plan Nacional del buen vivir.

Objetivo 2. Auspiciar la Igualdad, la cohesión, la inclusión, la equidad social y territorial en diversidad.(Plan Nacional del Buen vivir, 2017)

“Se refiere implementar políticas de igualdad fomentando buenas relaciones de sociales, a través de una vida digna.”

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Mediante a un ambiente adecuado que permita desarrollar un mejor estilo de vida en la sociedad donde se sienta satisfecho y cómodo.

Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

“Permite fomentar el desarrollo humano, protegiendo la naturaleza y sostenibilidad en el ecosistema tanto nacional como internacional”.

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

“Igualdad de economía que permita generar ingresos sostenibles promover el empleo, a través de estrategias internacionales a largo plazo.

2.5.3 Ministerio de industria Productiva y solidaria.

Su objetivo es controlar y hacer que se cumplan la aplicación de compromisos relacionados por artesanos y productores, que pueda gozar de beneficios que ofrece el Ministerio de Industria productiva y solidaria.(Ministerio de Industrias y Productividad, 2017).

3. Capítulo III: Análisis de los Resultados

3.1 Enfoque.

El enfoque de la presente investigación tiene un procedimiento sistemático, ordenado y controlado para que el estudio surja ante la problemática planteada.

El enfoque es de tipo cuanti-cualitativa por lo cual se requiere recolectar, analizar y vincular toda la información pertinente en un solo estudio para que todas las preguntas de la investigación puedan ser contestadas de una forma clara y precisa.

3.2 Alcance.

El alcance del presente estudio va enfocado hacia las empresas productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil para el análisis de la problemática y la solución posible del mismo.

3.3 Limitaciones.

- Falta de estudio en la responsabilidad social empresarial en el sector agrícola
- El periodo de tiempo del levantamiento y recolección de datos para la investigación

3.4 Métodos.

Para la presente investigación se utilizarán los siguientes métodos:

3.4.1 *Descriptivo.*

Uno de los métodos a utilizar en la presente investigación es el método descriptivo por lo cual las encuestas permitirá indagar a profundidad la problemática de la carencia de la guía de responsabilidad social empresarial en las productoras exportadoras de mango así mismo cabe mencionar que el presente método incluirá situaciones de índole social, económico y ambiental.

3.4.2 Exploratorio.

Además del método descriptivo también se utilizará el método exploratorio por lo que esta investigación requiere de estudio de campo y su respectivo análisis mediante encuesta y entrevistas

3.4.3 Explicativo.

La presente investigación también contara con el método explicativo por lo cual el análisis interpretara una realidad misma que constituye el objeto de la investigación en la aplicación de certificaciones y guía de responsabilidad social empresarial.

3.4.4 Correlacional.

El presente estudio busca determinar el grado de relación existente entre dos o más variables de la hipótesis establecida cual indica que si las empresas productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola

3.5 Instrumentos.

3.5.1 Encuestas.

La encuesta está dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar los factores de responsabilidad social empresarial lo cual nos permitirá conocer y evaluar la problemática existente mediante un diagnóstico claro y preciso en cuanto al aspecto social, económico y ambiental.

3.5.2 Entrevista.

La entrevista estará dirigida al personal administrativo de las instituciones públicas y privadas con la finalidad de evaluar la información de forma clara y concreta. Cabe

mencionar que las preguntas son validadas por medio de criterios de expertos mediante el método Delphi.

3.6 Análisis no paramétricos.

3.6.1 Coeficiente de Kendall.

Es la manera más efectiva de solucionar el problema donde existen diversas hipótesis. Estos métodos se los realizan en el programa estadístico SPSS. 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, sin embargo, a partir de la parte metodológica es donde definimos los resultados obtenidos en las encuestas y entrevista procesado en el programa.

3.6.2 Validación de instrumentos por expertos y prueba piloto.

Este juicio de los expertos será de mucha ayuda para verificar la fiabilidad de los instrumentos. Donde esta investigación recopilara datos de expertos que tienen afinidad al tema aportando información, evidencia, y juicios. Esto se lo realizo 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.

3.6.3 Método Delphi para utilización de criterios de expertos.

Permite la validación de preguntas de investigación por medio de expertos, donde se ejecuta sobre la opinión o juicio de otros expertos mediante una problemática, 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.

Para las preguntas de las encuestas y entrevistas fueron validadas por 5 expertos conocedores del tema donde se aplicó el formato de validación de instrumentos por expertos (ver en apéndice) luego se utilizó el método Delphi.

Fórmula para calcular el coeficiente de competencia de los expertos

$$K = \frac{1}{2}(Kc + Ka)$$

Kc: 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

Ka: 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 $0.25 \leq k \leq 1$

3.6.4 Cálculo del coeficiente de competencia de un Experto bajo el método Delphi.

Escala del 1 al 10 del grado de conocimientos del tema de estudio

Tabla 3 Resultados de la validación de preguntas

N. de expertos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1									x	
2							x			
3								x		
4								x		
5									x	

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

Luego se procede a realizar el coeficiente de conocimiento o información **kc:**

Tabla 4 Cálculo de validación de las preguntas

Experto N. 1	Kc	=	9	x	0.1	0,90
Experto N. 2	Kc	=	7	x	0.1	0,70

Experto N. 3	Kc	=	8	x	0.1	0,80
Experto N. 4	Kc	=	8	x	0.1	0,80
Experto N. 5	Kc	=	9	x	0.1	0,90

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

Se evaluará el grado de influencia de cada una de las fuentes en sus criterios:

Tabla 5 Fuente de argumentación validación de preguntas

Fuentes de argumentación	Grado de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted	2,4,5	1,3	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica	3,4	1,2,5	
Estudios de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos	4	1,2,5	3
Su intuición sobre el tema abordado	2,4,5	3	1

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

Calcular el coeficiente de argumentación o fundamentación de cada experto donde se tomó en cuenta el siguiente rango.

Tabla 6 Rango de validación de preguntas

Fuentes de argumentación	Grado de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted	0,3	0,2	0,1

La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica	0,05	0,4	0,2
Estudios de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos	0,05	0,05	0,05
Su intuición sobre el tema abordado	0,05	0,05	0,05

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

A partir del rango de la tabla anterior se realizará la evaluación por cada experto donde se calcula el coeficiente de argumentación ka:

Tabla 7 Grado de influencia validación de preguntas

	Grado de influencia de cada fuente		
Experto 1			
<i>Fuente de argumentación</i>	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted		0,2	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica		0,4	
Estudios de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos		0,05	
Su intuición sobre el tema abordado			0,05
Experto 2			
<i>Fuente de argumentación</i>	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted	0,3		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica		0,4	
Estudios de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos		0,05	
Su intuición sobre el tema abordado	0,05		
Experto 3			
<i>Fuente de argumentación</i>	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted		0,2	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica	0,5		
Estudios de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos			0,05
Su intuición sobre el tema abordado		0,05	
Experto 4			
<i>Fuente de argumentación</i>	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted	0,3		
La experiencia obtenida a partir de su actividad	0,5		

práctica

Estudios de trabajos sobre el tema, autores

ecuatorianos

0,05

Su intuición sobre el tema abordado

0,05

Experto 5

Fuente de argumentación

Alto

Medio

Bajo

Análisis teórico realizado por usted

0,3

La experiencia obtenida a partir de su actividad
práctica

0,4

Estudios de trabajos sobre el tema, autores

ecuatorianos

0,05

Su intuición sobre el tema abordado

0,05

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

Calcular **Ka** coeficiente de argumentación:

Tabla 8 Coeficiente de argumentación

Coeficiente de Argumentación

Experto N. 1 **ka**= 0,2+ 0,4+ 0,05+ 0,05 = 0,70

Experto N. 2 **ka**= 0,3+0,4+0,05+0,05 = 0,80

Experto N. 3 **ka**= 0,2+0,5+ 0,05+0,05= 0,80

Experto N. 4 **ka**= 0,3+0,5+0,05+0,05 = 0,90

Experto N. 5 **ka**= 0,3+0,4+0,05+0,05 = 0,80

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

Aplicando la fórmula de coeficiente de competencia podemos calcular **K**:

K: 0,5 (kc+ ka)

Los coeficientes de competencias de los expertos serían:

Tabla 9 Coeficiente de competencia

Coeficiente de competencia

Experto N. 1 **k**= 0,5 (0,90+ 0,70) = **0,80 alto**

Experto N. 2 **k**= 0,5 (0,70+ 0,80) = **0,75 medio**

Experto N. 3 $k=0,5 (0,80+ 0,80) = \mathbf{0,80}$ alto

Experto N. 4 $k=0,5 (0,80+ 0,90) = \mathbf{0,85}$ alto

Experto N. 5 $k=0,5 (0,90+ 0,80) = \mathbf{0,85}$ alto

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

El código de interpretación de tales coeficientes de competencia es:

Si $0,8 < K < 1,0$ coeficiente de competencia alto

Si $0,5 < K < 0,8$ coeficiente de competencia medio

Si $K < 0,5$ coeficiente de competencia bajo

Tabla 10 Resultado de validación de expertos

Resultados de la validación de los expertos					
	Blog. Henry Mendoza	PhD. Fabián Vilema	Ing. Agr. Laura Paris Moreno	Ing. Com. Ext. Margarita Ávila	Ing. Cristian Correo
Coeficiente de competencia	0,8	0,75	0,8	0,85	0,85
grado de confianza	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto
Aplicable	x	x	x	x	x
No aplicable					

Fuente: Método Delphi

Elaborado: Las autoras

En conclusión, determinamos que el segundo experto tiene un coeficiente medio en comparación con los cuatro expertos restantes que los resultados fueron alto sin embargo podemos utilizar con toda seguridad al experto número con 0,75.

3.7 Población y muestra.

3.7.1 Población.

En la investigación cuantitativa la población se la define a exportadores y productores de mango del Cantón Guayaquil, son 33 empresas que realizan esta actividad donde se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 11 Listado de Empresas productoras y exportadoras de Mango

Empresa	Dirección	Zona	Actividad
1. Agrosalvia	Vélez y Boyacá Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
2. Bresson	Km 24 vía la costa Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
3. Durexporta	Km 1404 vía Daule Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
4. Exofrut- Rapallo	Km. 19,5 vía la costa Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
5. Pilot S.A.	Av. de las américas, centro de convenciones Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
6. Renesa	Luque 2010 y Tulcán Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
7. Ricaberto S.A.	Recinto Safando Guayaquil- Ecuador	Zona 8	Productor y exportador
8. Rinursa	km 13.5 vía Daule	Zona 8	Productor y exportador

	Guayaquil- Ecuador		
9.Sembriexport	Km 23 vía Daule	Zona 8	Productor y exportador
	Guayaquil- Ecuador		
10.Nunafrut	Guayaquil	Zona 8	Productor y exportador
11. Agrícola Oficial S.A. Agroficial	Guayaquil	Zona 8	Exportador y productor
12. Arboleda Gillis Ericka Patricia	Guayaquil	Zona 8	Exportador
13. Topagrox	Guayaquil	Zona 8	Exportador
14.Translatin	Guayaquil	Zona 8	Exportador
15.Congelados Ecuatorianos Ecuacongela S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
16.Don Carlos Fruit S.A. Donfruit	Guayaquil	Zona 8	Exportador
17.Ecuador Ship Supplu S.A. Plyship	Guayaquil	Zona 8	Exportador
18. Exporganic S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
19. Exporsweet S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
20. Exportjaime S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
21. Varifruit S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
22. JMW Tropical y Jr produce corp S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
23. Navarro Guerra Ramón Eduardo	Guayaquil	Zona 8	Exportador
24. Navarro Vincent	Guayaquil	Zona 8	Exportador

Diana Rocío

25. Nutrition solution S.A. nutrisolution	Guayaquil	Zona 8	Exportador
26. Pivano S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
27. Plantein S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
28. Proyimar S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
29. Román Alvarado Luis Arcenio	Guayaquil	Zona 8	Exportador
30. Sabrostar Fruit Company S.A.	Guayaquil	Zona 8	Exportador
31. Sampetro García Edwin Stalin	Guayaquil	Zona 8	Exportador
32. Grupo Agriproduct S.A	Vía Daule-Guayaquil	Zona 8	Productor y Exportador
33. Ariegra S.A	Vía a la Costa-Guayaquil	Zona 8	Productor y Exportador

Elaborado: Por las Autoras

Fuente: Pro Ecuador & mango Ecuador

3.7.2 Muestra.

Para la recolección de estos datos se procedió a calcular la muestra la cual es una parte de la población extraída con el fin de tomar a los individuos que conforman un subconjunto representativo de análisis, donde se la calculo con la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 33}{0.05^2 (33 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 31$$

Por lo tanto, la muestra será de 31 personas cuyo margen de error es del 5% y una confiabilidad de 95% donde Z es 1.96 y las probabilidades de éxito como de fracaso es de 50%.

3.8 Análisis e interpretación de resultados prueba piloto.

Para realizar el presente análisis con el debido proceso de recolección de datos, se elaboró una encuesta piloto a 7 empresas del sector agroindustrial que tomamos de forma aleatoria para el análisis del comportamiento de las productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil.

La prueba piloto es aquella que permite experimentar por primera vez con el objetivo de analizar y determinar errores en los instrumentos de la investigación así mismo para la búsqueda de criterios en cuanto a las preguntas que se han elaborado inicialmente, para la toma de resultados más precisos en los instrumentos.

A continuación, se detalla la gráfica y la respectiva interpretación de los datos arrojados en el instrumento de la presente investigación sobre el análisis de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras de mango en el cantón Guayaquil:

Tabla 12 Interpretación de datos

1. a ¿La empresa cumple con la guía de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	2	28,6	28,6	28,6
	NO	5	71,4	71,4	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

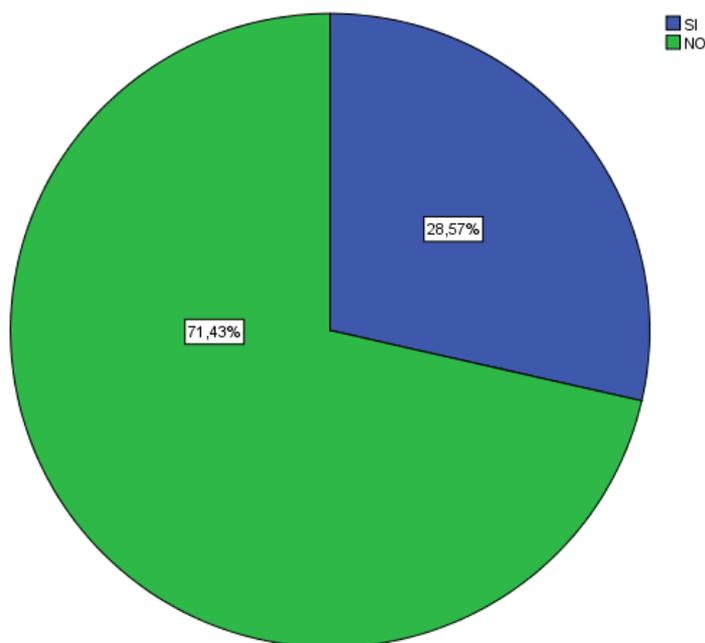


Figura 3 ISO 26000
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 28.60% de los encuestados cumplen con la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial, mientras que el 71.40% indica no cumplir con la norma, resultado que significa que hay un gran grado de incumplimiento en las empresas agroindustriales de mango.

Tabla 13 Programa de Responsabilidad Social Empresarial

2.a ¿La empresa tiene implementado algún programa de responsabilidad social empresarial basado en la guía de la norma ISO 26000?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	2	28,6	28,6	28,6
	NO	5	71,4	71,4	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

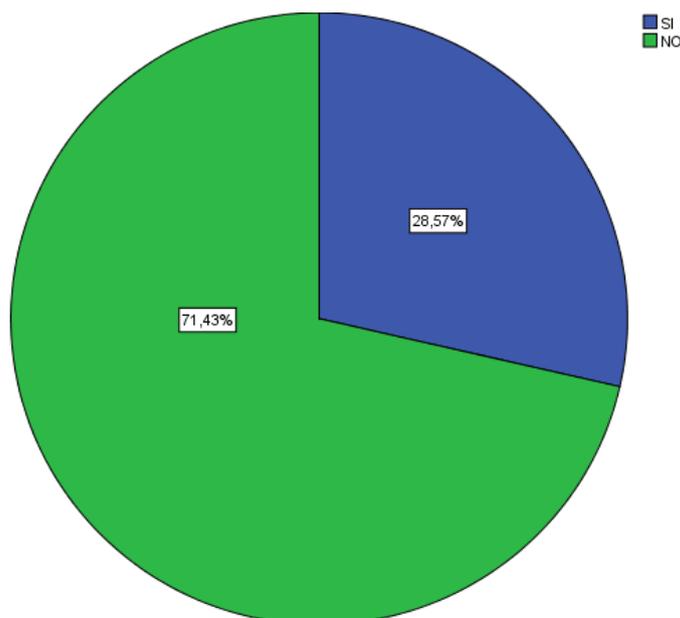


Figura 4 Programa de Responsabilidad Social

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación:

En cuanto a los datos obtenidos el 28.60% de las empresas indican cumplir con la implementación de programas de responsabilidad social empresarial basado en la guía de la norma ISO 26000, mientras que el 71.40% indican que, no las implementan resultado que significa que la mayor parte de las empresas productoras y exportadoras de mango no tienen implementado un programa de responsabilidad social empresarial en sus compañías.

Tabla 14 Principios de Responsabilidad Social Empresarial

Si su respuesta es sí indique a que principio de Responsabilidad Social Empresarial va dirigido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rendición de cuenta	2	28,6	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	71,4		
Total		7	100,0		

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

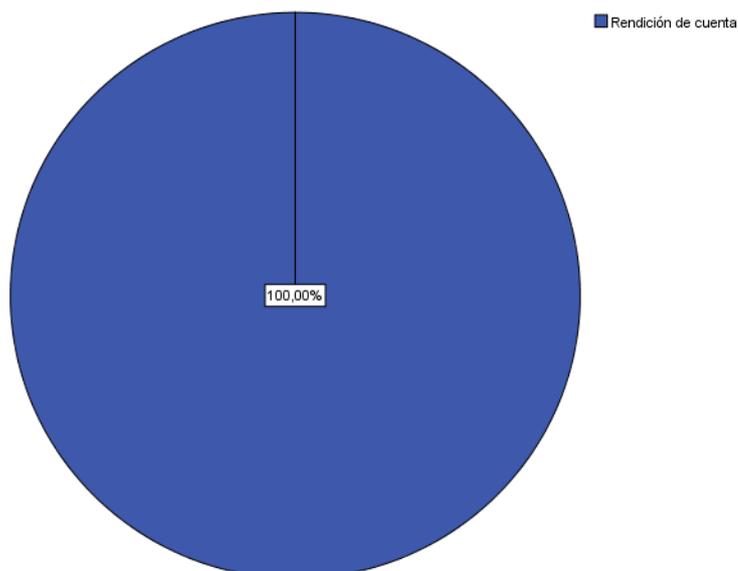


Figura 5 Principios de Responsabilidad Social Empresarial

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos de las respuestas afirmativas en la 2a, el 100% de los datos correspondientes al sí en cuanto a la implementación de un programa de responsabilidad social empresarial dieron como resultado que implementan la rendición de cuentas como el principio fundamental en el programa ejecutado en las productoras, es decir que para las empresas que realizan los programas es importante la rendición de cuentas.

Tabla 15 Sector Agroindustrial

3. a ¿Cree usted que el sector agroindustrial debe promover las prácticas de responsabilidad social empresarial para mejorar el comercio justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	71,4	71,4	71,4
	Totalmente de acuerdo	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

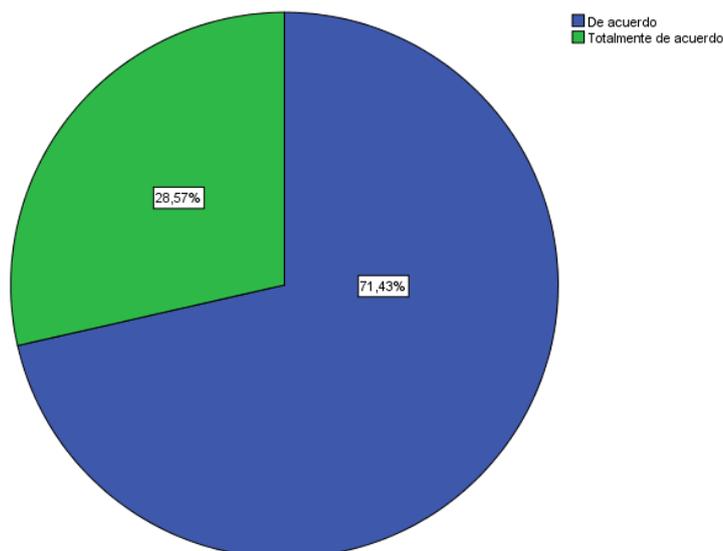


Figura 6 Sector agroindustrial
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

En cuanto a los resultados obtenidos se determina que el 71.40% de los encuestados están de acuerdo con promover las prácticas de responsabilidad social empresarial en las compañías, mientras que el 28.60% está totalmente de acuerdo con promover esta práctica, resultado que significa que las empresas están interesadas en aplicarla en sus empresas.

Tabla 16 Acceso a los mercados

4.a Según su criterio ¿Cuál es el principal inconveniente que tiene la empresa para acceder a mercados internacionales		Frecuencia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de certificaciones Internacionales	5	71,4	71,4	71,4
	Falta de información en las normas que rigen el comercio Internacional	1	14,3	14,3	85,7
	Barreras arancelarias	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

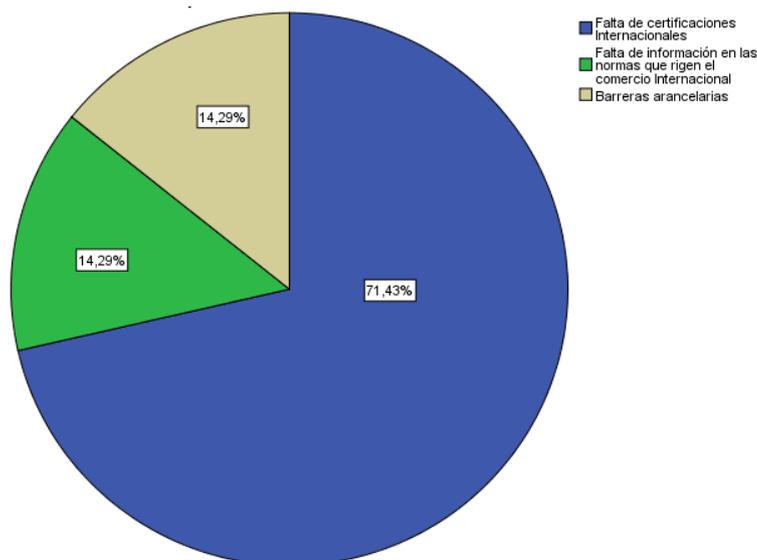


Figura 7 Acceso a mercados internacionales

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos el 14.30% de los encuestados determino que el principal inconveniente para que la empresa a mercados internacionales es la falta de información en las normas que rigen el comercio internacional, el 14.30% determino como inconveniente las barreras arancelarias y el 71.40% determino como inconvenientes la falta de certificaciones internacionales. Resultado que indica que las empresas requieren las certificaciones debidas para las empresas puedan ingresar a los mercados internacionales.

Tabla 17 Desviaciones

1. b ¿La empresa compara sus resultados económicos presupuestado con los reales y toma decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	6	85,7	85,7	85,7
	NO	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

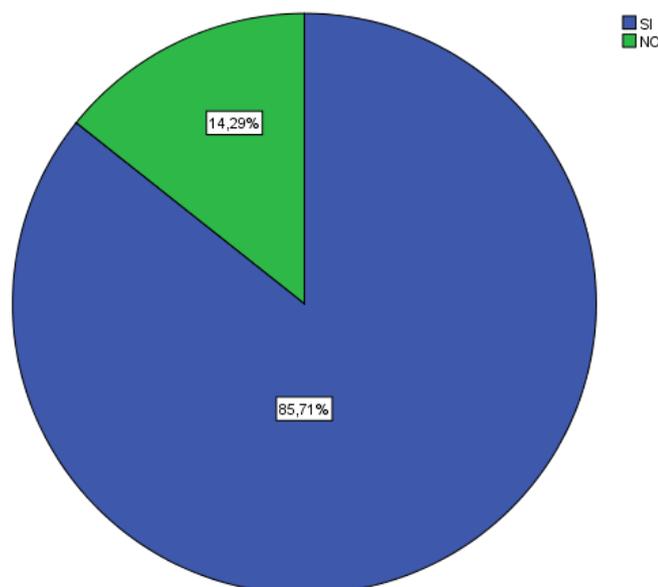


Figura 8 Desviaciones
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 14.30% de los encuestados no comparan sus resultados presupuestados con los reales, mientras el 85.70% si los compara. Resultado que significa que las productoras y exportadoras se preocupan por el manejo exacto del dinero circulado en sus actividades durante un tiempo determinado para controlar desviaciones en el flujo monetario.

Tabla 18 Alza de precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

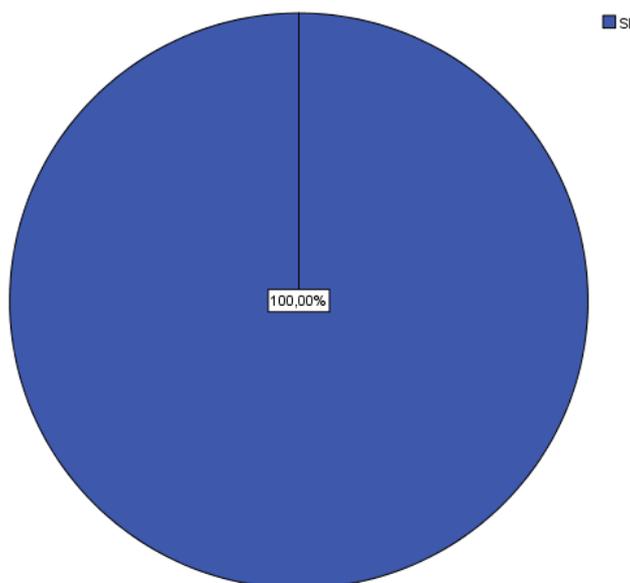


Figura 9 Alza de precios
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados incurren en el alza de los precios al consumidor final cuando suben los costos en la producción. Resultado que indica que las empresas no pueden perder cuando sus costos se elevan por ende suben el precio al producto.

Tabla 19 Exportaciones del sector agrícola

3.b ¿Cree usted que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola al país?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	57,1	57,1	57,1
	Totalmente de acuerdo	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

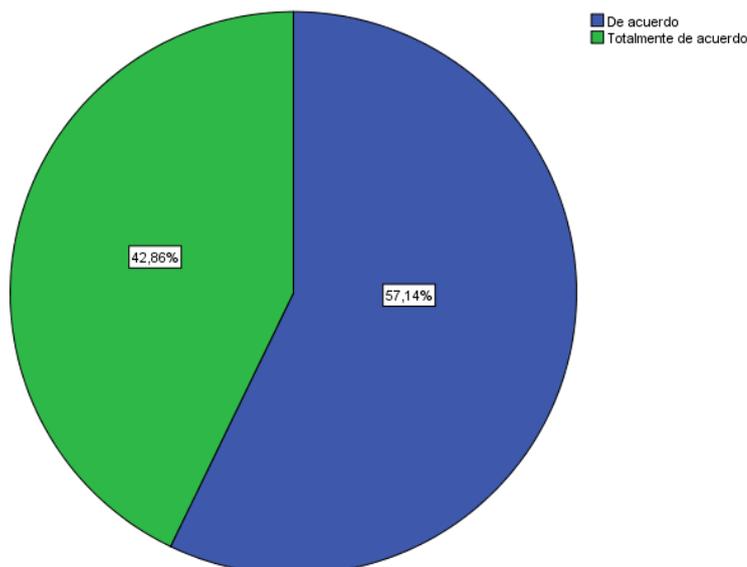


Figura 10 Exportaciones del sector agrícola

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 42.90% está de acuerdo en que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola, y el 57.10% está totalmente de acuerdo con lo expuesto. Resultado que indica que las empresas tienen una gran aceptación a la guía de responsabilidad social empresarial y concuerdan que sería una ventaja para la exportación de mango.

Tabla 20 Reportes Financieros

4. b Según su criterio. ¿La transparencia en la emisión de los reportes financieros genera confianza tanto al personal como al inversionista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	57,1	57,1	57,1
do	Totalmente de acuerdo	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

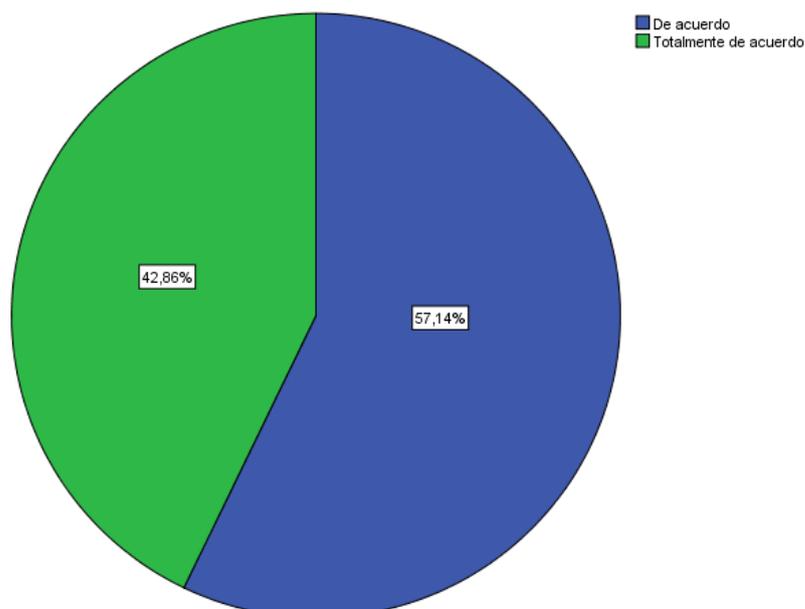


Figura 11 Reportes financieros
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 42.90% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que la transparencia de los reportes financieros genera confianza tanto al personal como a los inversionistas, y el 57.10% está de acuerdo. Resultados que indican que las empresas consideran que la transparencia debe estar inmersa en los reportes financieros para generar la tranquilidad y confianza todo el personal.

Tabla 21 Prácticas ambientales

1.c ¿La empresa actualmente realiza prácticas ambientales?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

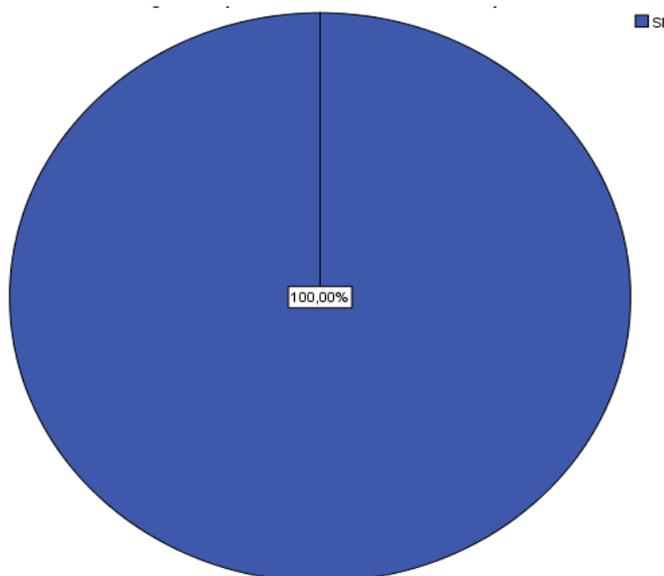


Figura 12 Prácticas ambientales

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de los encuestados consideran que actualmente realizan prácticas ambientales. Resultado que indica que las empresas consideran importante la ayuda al medio ambiente y de vital importancia para el desarrollo a largo plazo en sus actividades.

Tabla 22 ISO 14001

2.c ¿En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	1	14,3	14,3	14,3
	NO	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

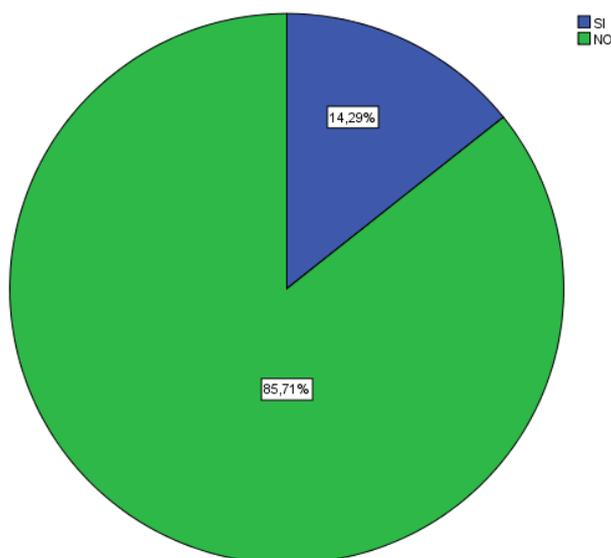


Figura 13 ISO 14001
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

En cuanto a los resultados obtenidos el 14.30% de los encuestados cuentan con un sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001 en sus empresas, mientras que el 85.70% no cuentan con este sistema. Resultado que indica que la mayoría de las productoras y exportadoras de mango no cuentan con un sistema de gestión ambiental y no lo consideran importante en sus empresas.

Tabla 23 Prácticas que realiza las empresas

3.c En caso de haber sido positiva la respuesta anterior podría indicar que tipo de práctica realiza su empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Capacitación al personal sobre el medio ambiente	1	14,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	6	85,7		
Total		7	100,0		

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

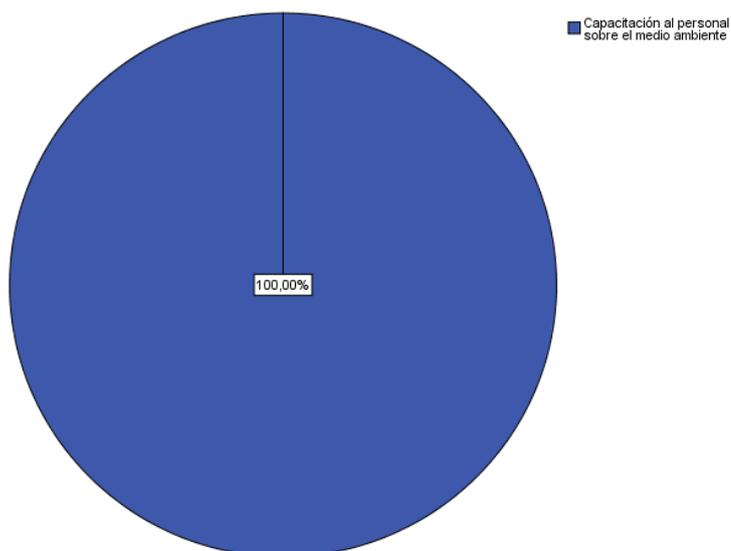


Figura 14 Prácticas
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos de las respuestas afirmativas en la pregunta anterior 2c, dio como resultado que el 100% de los encuestados realiza capacitación sobre el medio ambiente como práctica ambiental ejercida en las empresas. Resultado que indica que las empresas procuran que todo el personal se concientice a cerca de los daños que sufre el medio ambiente en la actualidad.

Tabla 24 Políticas ambientales

4.c ¿Según su criterio? ¿Las empresas productoras y exportadoras de mango deben implementar políticas ambientales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	1	14,3	14,3	14,3
o	Totalmente de acuerdo	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

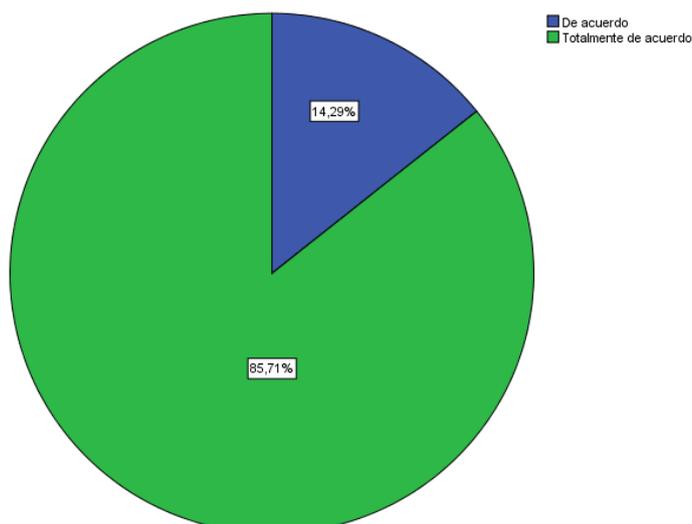


Figura 15 Políticas ambientales
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 14.30% de los encuestados está de acuerdo con la implementación de políticas ambientales y el 85.70% está totalmente de acuerdo con las políticas ambientales. Resultado que indica que para estas empresas es importante la implementación de políticas ambientales.

3.8.1 Análisis de la fiabilidad y resultado de la prueba piloto

En cuanto al coeficiente del Alfa de Cronbach 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 se calcula el coeficiente.

3.8.1.1 Resultados del Alfa de Cronbach

Tabla 25 Resumen de procesamiento de casos

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

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

Tabla 26 Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,902	12

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

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 ,902 significa que es aceptable ya que el promedio mínimo aceptable es de 0,70; en caso de que estuviera por debajo de ese valor la consistencia interna de la es escala utilizada seria baja por lo que se debería realizar correcciones o replantear la pregunta para el respectivo análisis de la investigación.

Aunque no es muy común el Alfa de Cronbach puede arrojar un valor en negativo, lo que indica un error en el cálculo o una inconsistencia de la escala, entonces una vez que arroje un valor positivo se procede con la encuesta de población total, resultado de la muestra que se obtuvo.

3.9 Análisis e interpretación de los resultados

La muestra es de 31 empresas exportadoras y productoras de mango, en el cual para esta respectiva investigación se dividieron por sectores ubicados en vía Daule, centro y norte de Guayaquil.

Se procedió con las encuestas realizadas tanto como a gerente de empresas y productores de mango donde se obtuvo los siguientes resultados. El cual se ve reflejado y detallado aspecto social, económico y ambiental.

ASPECTO SOCIAL

1. a ¿La empresa cumple con la guía de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial?

Tabla 27 ISO 26000

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	10	32,3	32,3	32,3
	NO	21	67,7	67,7	100
	<i>Total</i>	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTICS

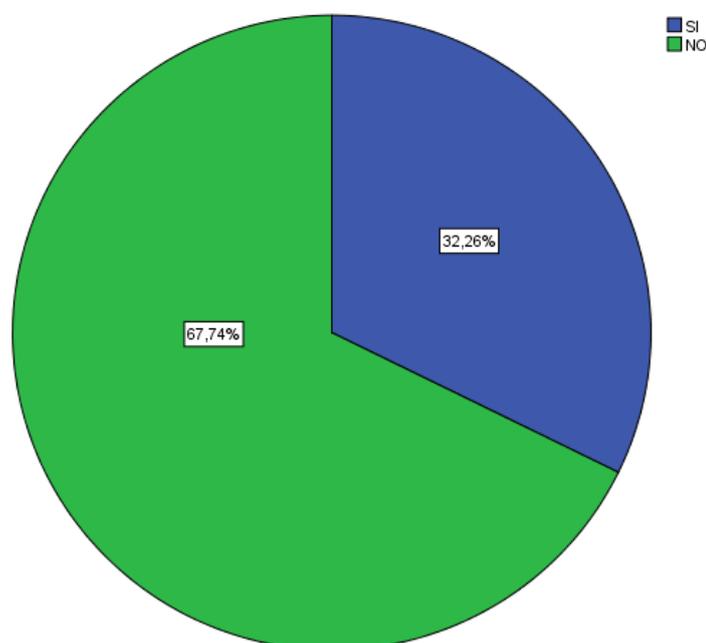


Figura 16 ISO 26000

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 67.74% de los encuestados respondió que la empresa si cumple con la guía de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que el 32,26% respondió que no incluyen la norma de RSE dentro de las empresas productoras y exportadoras de mango.

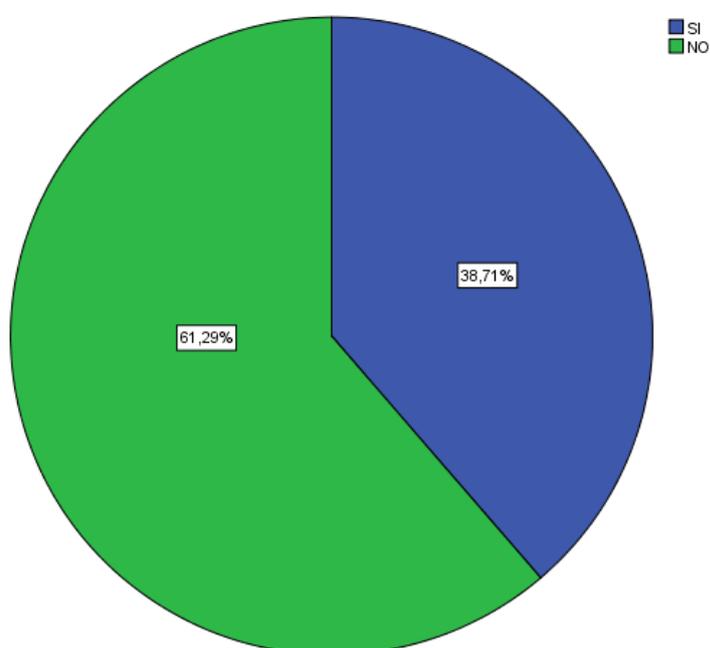
2. a ¿La empresa tiene implementado algún programa de responsabilidad social empresarial basado en la guía de la norma ISO 26000?

Tabla 28 Programa RSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	12	38,7	38,7	38,7
	NO	19	61,3	61,3	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

**Figura 17 Programa RSE**

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 61,29% de encuestados indico que las empresas no tienen implementado algún programa de responsabilidad social empresarial basado en la guía ISO 26000 mientras que el 38,7% si implementa.

Si su respuesta es sí indique a que principio de Responsabilidad Social Empresarial va dirigido

Tabla 29 Principio de RSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rendición de cuenta	2	6,5	16,7	16,7
	Transparencia	1	3,2	8,3	25
	Comportamiento ético	2	6,5	16,7	41,7
	Respeto a la Ley	5	16,1	41,7	83,3
	Respeto a la normativa internacional	2	6,5	16,7	100
	Total	12	38,7	100	
Perdidos	Sistema	19	61,3		
Total		31	100		

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

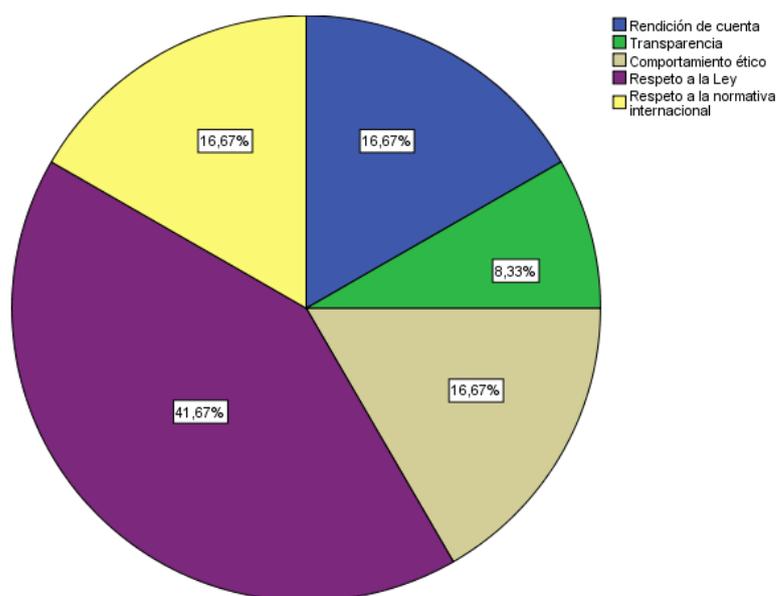


Figura 18 Principio de RSE

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 38,7% de personas encuestadas indicaron que se implementa un programa de responsabilidad social, de las cuales el 41,67 genera respeto a la ley, 16,7% se basa en el respeto a la normativa internacional; el 16,7% indico que ejecutan rendición de cuenta; el 16,7% implementa un comportamiento ético; y el 8,3% transparencia.

3. a ¿Cree usted que el sector agroindustrial debe promover las prácticas de responsabilidad Social Empresarial para mejorar el comercio justo?

Tabla 30 Sector Agroindustrial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	7	22,6	22,6	22,6
	De acuerdo	12	38,7	38,7	61,3
	Totalmente de acuerdo	12	38,7	38,7	100
	<i>Total</i>	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

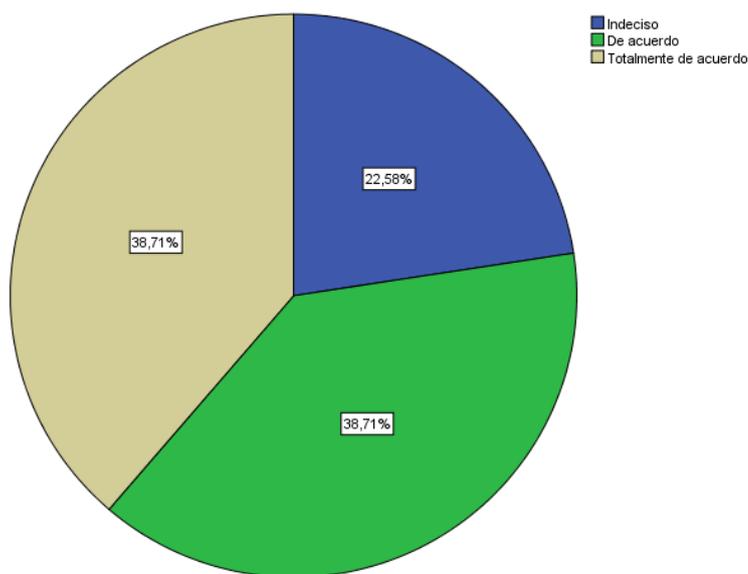


Figura 19 Sector agroindustrial

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 38,71% de los encuestados indicó que están totalmente de acuerdo que el sector agroindustrial debe promover las prácticas de responsabilidad social empresarial para mejorar el comercio justo el 38,71% estuvo de acuerdo mientras que el 22,58% se demostró indeciso.

4. a Según su criterio ¿Cuál es el principal inconveniente que tiene la empresa para acceder a mercados internacionales?

Tabla 31 Mercados Internacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta competencia	12	38,7	38,7	38,7
	Falta de certificaciones Internacionales	10	32,3	32,3	71
	Falta de información en las normas que rigen el comercio Internacional	8	25,8	25,8	96,8
	Barreras arancelarias	1	3,2	3,2	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

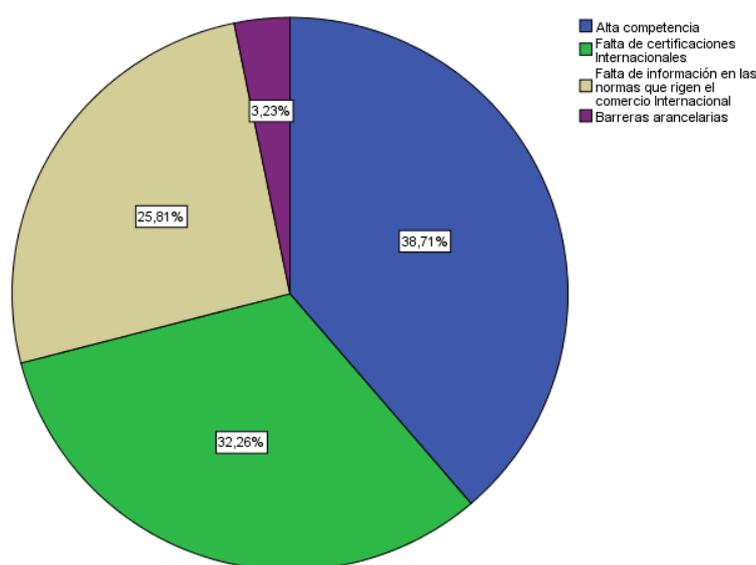


Figura 20 Mercados Internacionales

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 38,71 % indicó que la alta competencia es el principal inconveniente que tiene las empresas productoras y exportadoras de mango para acceder a mercados internacionales; el

32, 26% se da por falta de certificaciones internacionales; el 25,81 % por normas que rigen el comercio internacional y el 3,23% piensa que esto se genera por barreras arancelarias.

ASPECTO ECONÓMICO

1. b ¿La empresa compara sus resultados económicos presupuestado con los reales y toma de decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse?

Tabla 32 Desviaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	30	96,8	96,8	96,8
	NO	1	3,2	3,2	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

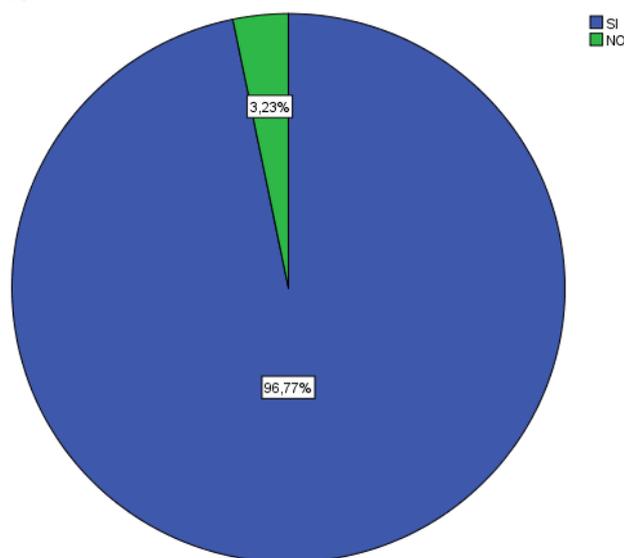


Figura 21 Desviaciones

Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 96, 77% piensa que si compara los resultados económicos presupuestados con los reales y toma de decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse mientras que el 3,23% piensa que no es así.

2. b ¿Cuándo suben los costos, la empresa incurre en el alza de los precios al consumidor final?

Tabla 33 Alza de precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	31	100	100	100

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

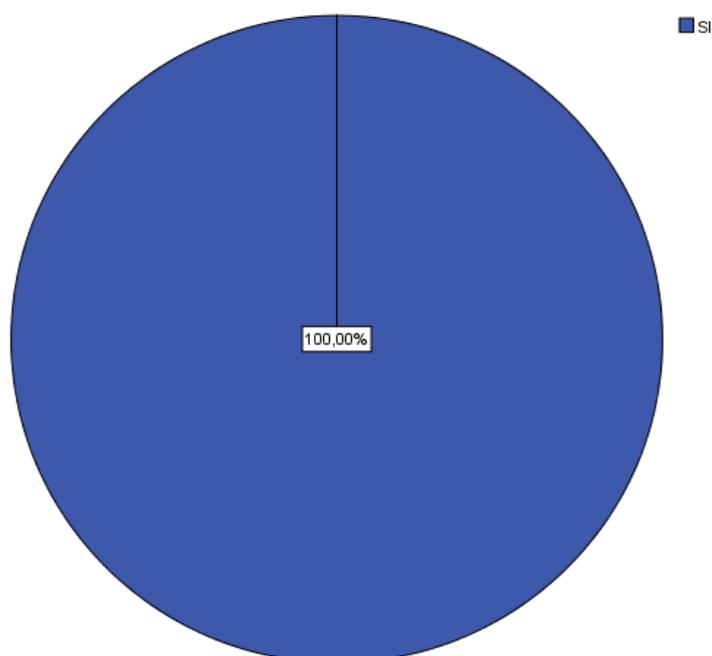


Figura 22 Alza de precios

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 100% de las personas encuestas aceptan que cuando suben los costos las empresas incurre en el alza de precios del consumidor final.

3. b ¿Cree usted que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola en el país?

Tabla 34 Exportaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	5	16,1	16,1	16,1
	De acuerdo	16	51,6	51,6	67,7
	Totalmente de acuerdo	10	32,3	32,3	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

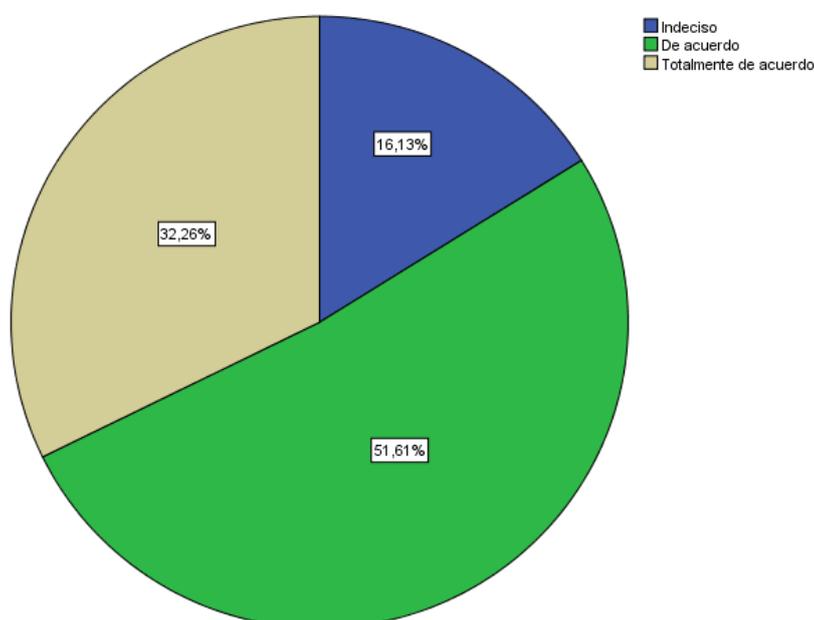


Figura 23 Exportaciones
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

EL 51,61% de los encuestados está de acuerdo que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería las exportaciones del sector agrícola del país, mientras que el 32,26% está totalmente de acuerdo y el 16,13% se encuentra indeciso.

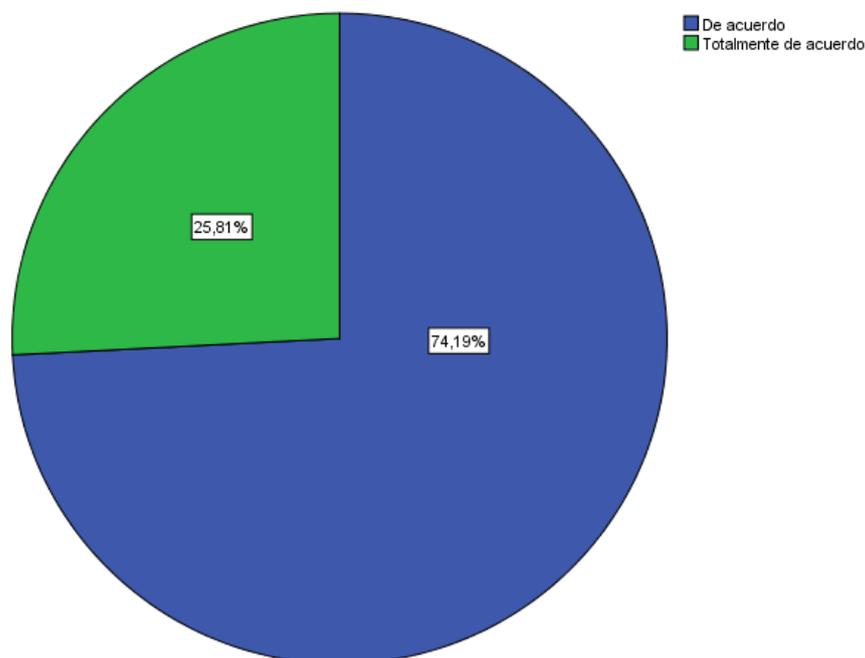
4. b Según su criterio. ¿La transparencia en la emisión de los reportes financieros genera confianza tanto al personal como al inversionista?

Tabla 35 Reportes financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	23	74,2	74,2	74,2
	Totalmente de acuerdo	8	25,8	25,8	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

**Figura 24 Reporte financieros**

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 74,19 % de los encuestados indica que la transparencia en la emisión de los reportes financieros genera confianza tanto al personal de la empresa como al inversionista, y el 25,81% está de acuerdo en lo acontecido.

ASPECTO AMBIENTAL

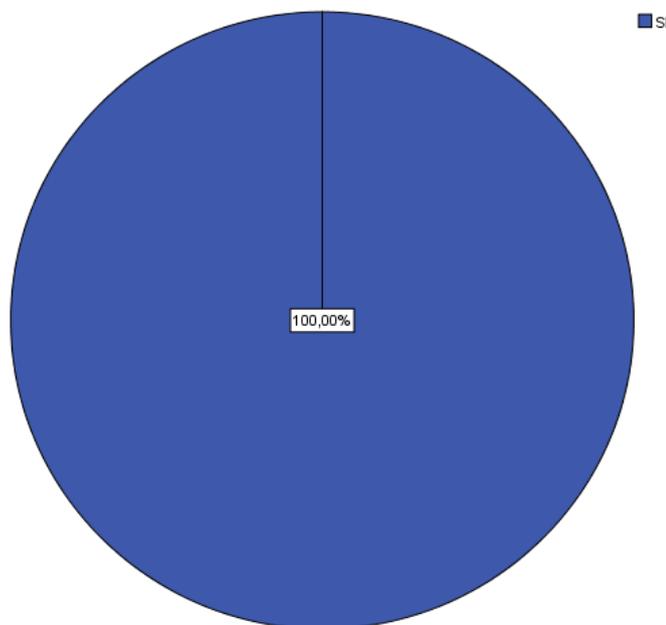
1. c ¿La empresa actualmente realiza prácticas ambientales?

Tabla 36 Prácticas ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	31	100	100	100

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

**Figura 25 Prácticas ambientales**

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 100% de los encuestados indicó que si se realizan prácticas ambientales actualmente en la empresa.

2. c ¿En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14001?

Tabla 37 ISO 14001

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	17	54,8	54,8	54,8
	NO	14	45,2	45,2	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

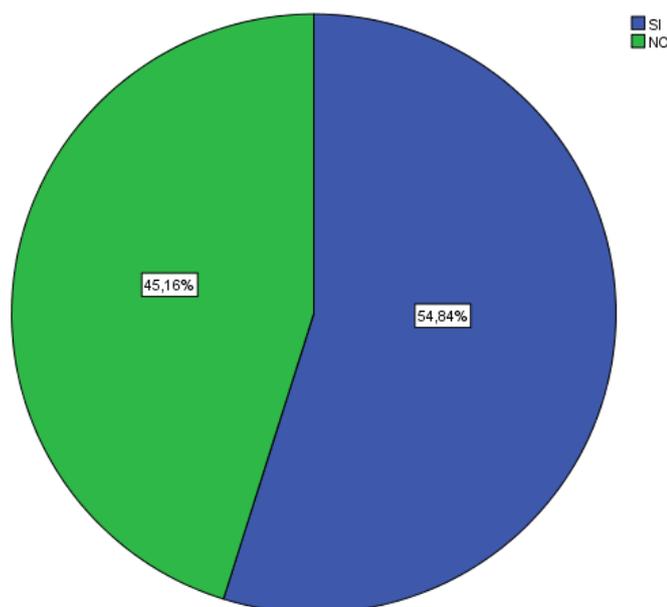


Figura 26 ISO 14001
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 54,84% indicó que la empresa si cuenta con un sistema de gestión ambiental, mientras que el 45,16% indicó que no cuenta con un sistema de gestión ambiental.

3. c En caso de haber sido positiva la respuesta anterior podría indicar ¿Qué tipo de práctica realiza a su empresa?

Tabla 38 Tipo de práctica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tratamiento preventivo de maquinaria	1	3,2	5,9	5,9
	Ahorro efectivo de los servicios básicos	2	6,5	11,8	17,6
	Utilización de materiales reciclables	2	6,5	11,8	29,4

	Capacitación al personal sobre el medio ambiente	12	38,7	70,6	100
	Total	17	54,8	100	
Perdidos	Sistema	14	45,2		
	Total	31	100		

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

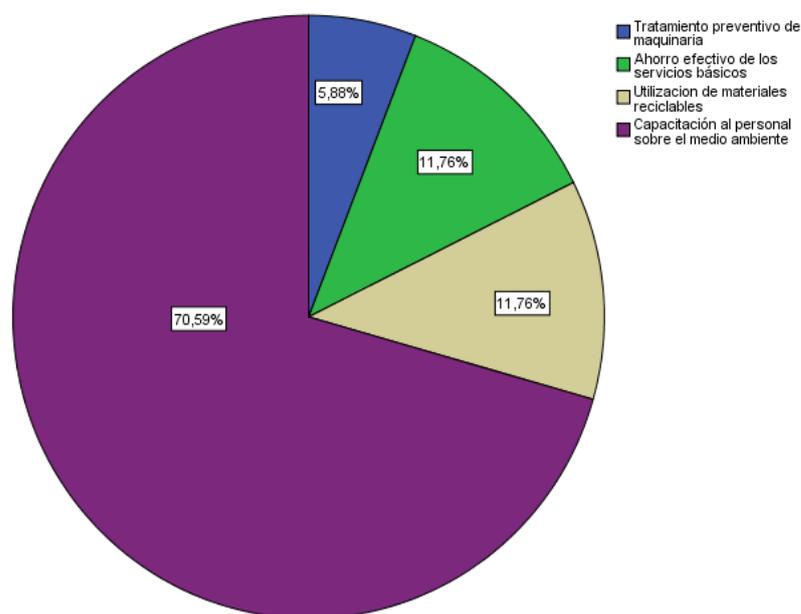


Figura 27 Tipo de práctica
Elaborado por: Las autoras
Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 70,59% de los encuestados indicaron que las prácticas que se realizan en la empresa es la capacitación al personal sobre el medio ambiente; el 11,76% la y utilización de materiales reciclables; el 11,76% el ahorro efectivo de los servicios básicos, mientras que el 5,88% el tratamiento preventivo de maquinaria.

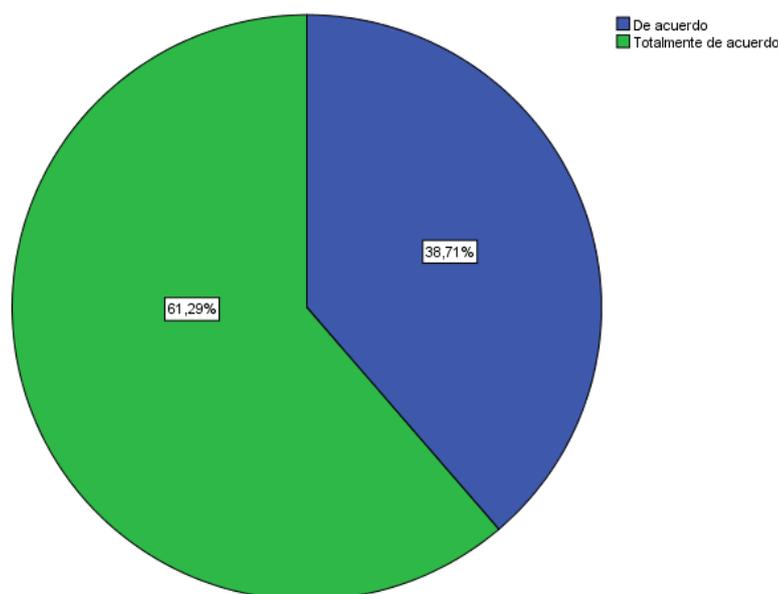
4. c Según su criterio ¿Las empresas productoras y exportadoras de mango deben implementar políticas ambientales?

Tabla 39 Políticas ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	12	38,7	38,7	38,7
	Totalmente de acuerdo	19	61,3	61,3	100
	Total	31	100	100	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

**Figura 28 Políticas ambientales**

Elaborado por: Las autoras

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Interpretación:

El 61,29% de los encuestados están totalmente de acuerdo que las empresas productoras y exportadoras de mango deben implementar políticas ambientales: mientras que el 38,71% está de acuerdo.

3.9.1 Coeficiente de correlación de Tabu-b de Kendall

Se lo realizó en el programa estadístico SPSS mediante el coeficiente de correlación Tabu- b de Kendall es una medida no paramétrica de asociación definido para variables ordinales el objetivo es indicar la dirección de la relación y su valor absoluto, los valores cercanos a 1 indican a una correlación fuerte o positiva, mientras que los valores cercanos a -

1 indican correlación negativa, los valores próximos a cero indican que no existen correlación.

Por otra parte, es necesario considerar que en este método la hipótesis nula (H_0) en el programa SPSS indica el nivel criterio dando así que los coeficientes de correlación que contengan un (*) tiene nivel significativo de 0,05 y los que tienen dos (**) tiene un nivel significativo de 0,001.

A continuación, se verificará la correlación en el instrumento de recolección de datos:

	Reporte ambiental	coeficiente de correlación	0,121	0,128	-,303*	,292*	0,182	-0,005	-,265*	1	-,318*
		Sig (bilateral)	0,379	0,353	0,019	0,033	0,185	0,973	0,05	.	0,018
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	ISO 14001	coeficiente de correlación	-0,086	0,084	,289*	-0,074	-0,06	0,051	,429**	-,318*	1
		Sig (bilateral)	0,52	0,532	0,022	0,58	0,655	0,706	0,001	0,018	.
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

Fuente: IBM SPSS STATISTIC

Elaborado: Las autoras

Tabla 41 Determinación de las variables utilizadas en Kendall

Variables	Preguntas
ISO 26000	¿La empresa cumple con la guía de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial?
Principio	Si su respuesta es sí indique a que principio de Responsabilidad Social empresarial va dirigido
Sector	¿Cree usted que el sector agroindustrial debe remover las prácticas de responsabilidad social empresarial para mejorar el comercio justo?
Mercado	¿Cuál es el principal inconveniente que tiene la empresa para acceder a mercados internacionales?
Desviación	¿La empresa compara sus resultados económicos presupuestados con los reales y toma de decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse?
Precios	¿Cuándo suben los costos, la empresa incurre en el alza de los precios al consumidor final?
Exportaciones	¿Cree usted que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola en el país?
Reporte Ambiental	Según su criterio ¿La transparencia en la emisión de los reportes financieros genere confianza tanto al personal como al inversionista?
ISO 14001	¿La empresa actualmente realiza práctica ambiental? ¿En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14001?

Elaborado: Las autoras

Fuente: Propia

Tabla 42 Rangos correlación de Kendall

Rangos	Descripción
0,00 a 0,09	Muy baja correlación
0,20 a 0,39	Baja correlación
0,40 a 0,59	Moderada correlación
0,60 a 0,79	Buena correlación
0,80 a 1,00	Muy buena correlación

Elaborado: Las autoras

Fuente: Propia

3.10 Entrevistas realizadas al personal administrativo de las empresas productoras y exportadoras de Mango

Entrevista No. 1

Ing. Luis Ávila

Empresa Durexporta

- 1. Según su criterio. ¿El cumplimiento de normativas internacionales dentro del comercio Exterior favorece a la producción? ¿Qué certificaciones considera que son más relevantes y por qué?**

Sí porque permite abarcar más mercados, las certificaciones más relevantes en el mundo de las exportaciones son fairtrade International o comercio justo, la norma ISO 9001 de calidad.

- 2. En cuanto a su experiencia ¿Cuáles es el mercado internacional con mayor demandan en la compra de mango y cuáles son sus exigencias?**

Según mi experiencia los países que tienen alta demanda de mango son Estados Unidos, Chile, Canadá, Nueva Zelanda y Holanda.

- 3. Según su criterio. ¿De qué manera impacta en el desarrollo de la empresa y en sus factores internos y externos de producción la aplicación de una guía de responsabilidad social empresarial?**

Creando externalidades positivas que generan un impacto en el cambio de la exportación mediante factores que influyen en la producción.

- 4. Basado en el supuesto que la empresa cuente con una certificación o programa internacional de responsabilidad social empresarial ¿Cuál sería la importancia de que la empresa tenga este esquema de buenas prácticas empresariales?**

Mejoraría la posición de las empresas a nivel de competitividad, daría más reconocimiento, mejor gestión dentro y fuera de la compañía.

5. Según su criterio. ¿Cuál es la importancia de que las empresas productoras y exportadoras de frutas no tradicionales sean acreditadas ante el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES)?

Las acreditaciones permiten tener mucho beneficio y ventajas para las empresas como acceso a nuevos mercados, y un mejor reconocimiento.

Entrevista No. 2

Claudia Medina

Sembriexport

1. Según su criterio. ¿El cumplimiento de normativas internacionales dentro del comercio exterior favorece la producción? ¿Qué certificación considera que son relevantes y por qué?

Las certificaciones internacionales ayudan a que sus productos ingresen a mercados internacionales como la certificación SGE, la norma ISO 22000 que asegura la calidad de los alimentos, donde gestiona un sistema de inocuidad alimenticia.

2. En cuanto a su experiencia ¿Cuál es el mercado internacional con mayor demanda en la compra de mangos y cuáles son sus exigencias?

Holanda, China y Estados Unidos.

3. Según su criterio. ¿De qué manera impacta en el desarrollo de la empresa y en sus factores internos y externos de producción la aplicación de una guía de responsabilidad social empresarial?

De una manera positiva al aplicar, una guía de responsabilidad social empresarial permite el acceso a nuevos mercados mejora continua, tanto ambiental, económico, y social.

4. Basado en el supuesto que la empresa cuente con una certificación o programa internacional de responsabilidad social empresarial ¿Cuál sería la importancia de que la empresa tenga este esquema de buenas prácticas empresariales?

Permitirá ser más reconocida en los mercados internacionales, eso ayudaría a vender más y obtener más demanda de mango, aplicar a nuevas oportunidades en el mercado.

1. Según su criterio. ¿Cuál es la importancia que las empresas productoras y exportadoras de frutas no tradicionales sean acreditadas ante el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES)?

No conozco las ventajas, pero sería muy importante informarse de que se trata y poderlas aplicarlas en la empresa.

Entrevista No. 3

Ing. Ricardo Chiriboga

Pilot S.A

1.- Según su criterio. ¿El cumplimiento de normativas internacionales dentro del comercio exterior favorece a la producción? ¿Qué certificaciones considera que son más relevantes y por qué?

Claro, son reconocimientos para la empresa el cual permite afrontar la competencia local e internacional actualmente contamos con la certificación OKO BSC, HACCP y EUREP GAP asegurando la calidad de la empresa como del producto.

2.- En cuanto a su experiencia ¿Cuál es el mercado internacional con mayor demanda en la compra de mangos y cuáles son sus exigencias?

El mercado Europeo y de Estados Unidos mismos que exigen certificaciones de calidad para que la fruta pueda ingresar a su país.

3.- Según su criterio. ¿De qué manera impacta en el desarrollo de la empresa y en sus factores internos y externos de producción la aplicación de una guía de responsabilidad social empresarial?

Realmente sería una certificación importante para la empresa, mayormente reconocida también por el cumplimiento con la responsabilidad social empresarial.

4.- Basado en el supuesto que la empresa cuente con una certificación o programa internacional de Responsabilidad Social Empresarial ¿Cuál sería la importancia de que la empresa tenga este esquema de buenas prácticas empresariales?

Sería mayormente reconocida en los mercados más exigentes como el mercado Europeo y Estadounidense.

5.- Según su criterio. ¿Cuál es la importancia de que las empresas productoras y exportadoras de frutas no tradicionales sean acreditadas ante el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES)?

Nos favorecería para ser más competitivos en el mercado productor y exportador de mango ante los demás competidores.

3.10.1 Análisis e interpretación de las empresas exportadoras y productoras de mango

Tabla 43 Entrevista realizadas a las empresas exportadoras y productoras de Mango

No.	Preguntas	Durexporta	Sembriexport	Pilot S.A.	Análisis de criterio
1	Según su criterio. ¿El cumplimiento de normativas internacionales dentro del comercio Exterior favorece a la producción? ¿Qué certificaciones considera que son más relevantes y por qué?	Sí porque permite abarcar más mercados, las certificaciones más relevantes en el mundo de las exportaciones son fairtrade International o comercio justo, la norma ISO 9001 de calidad.	Las certificaciones internacionales ayudan a que sus productos ingresen a mercados internacionales como la certificación SGE, la norma ISO 22000 que asegura la calidad de los alimentos, donde gestiona un sistema de inocuidad alimenticia.	Claro, son reconocimientos para la empresa el cual permite afrontar la competencia local e internacional actualmente contamos con la certificación OKO BSC, HACCP y EUREP GAP asegurando la calidad de la empresa como del producto.	Las exportadoras y productoras piensan que es importante el cumplimiento de certificaciones porque permiten el acceso a mercados internacionales como son las normas ISO 9001- ISO 22000.
2	En cuanto a su experiencia ¿Cuáles es el mercado internacional con mayor demanda en la compra de mango y cuáles son sus exigencias?	Los países que tienen alta demanda de mango son Estados Unidos, Chile, Canadá, Nueva Zelanda y Holanda.	Holanda, China y Estados Unidos.	El mercado Europeo y de Estados Unidos mismos que exigen certificaciones de calidad para que la fruta pueda ingresar a su país.	Las exportadoras y productoras coinciden que son Estados Unidos, Holanda específicamente el mercado Europeo
3	Según su criterio. ¿De qué manera impacta en el desarrollo de la empresa y en sus factores internos y externos de producción la aplicación de una guía de responsabilidad social empresarial?	Creando externalidades positivas que generan un impacto en el cambio de la exportación mediante factores que influyen en la producción.	De una manera positiva al aplicar, una guía de responsabilidad social empresarial permite el acceso a nuevos mercados mejora continua, tanto ambiental, económico, y social.	Realmente sería una certificación importante para la empresa, mayormente reconocida también por el cumplimiento con la responsabilidad social empresarial.	Las exportadoras y productoras piensan que impacta las exportaciones, de manera positiva por el cumplimiento de RSE al ser reconocida en mercados internacionales y ante la competencia.
4	Basado en el supuesto que la empresa cuente con una certificación o programa internacional de responsabilidad social empresarial ¿Cuál sería la importancia de que la empresa	Mejoraría la posición de las empresas a nivel de competitividad, daría más reconocimiento, mejor gestión dentro y fuera de la compañía.	Permitirá ser más reconocida en los mercados internacionales, eso ayudaría a vender más y obtener más demanda de mango, aplicar a nuevas oportunidades en el mercado.	Sería mayormente reconocida en los mercados más exigentes como el mercado Europeo y Estadounidense.	Las exportadoras y productoras coinciden en ser más competitivo y permitir el acceso a mercados internacionales exigentes

tenga este esquema de buenas prácticas empresariales?

5	<p>Según su criterio. ¿Cuál es la importancia de que las empresas productoras y exportadoras de frutas no tradicionales sean acreditadas ante el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES)?</p>	<p>Las acreditaciones permiten tener mucho beneficio y ventajas para las empresas como acceso a nuevos mercados, y un mejor reconocimiento.</p>	<p>No conozco las ventajas, pero sería muy importante informarse de que se trata y poderlas aplicarlas en la empresa.</p>	<p>Nos favorecería para ser más competitivos en el mercado productor y exportador de mango ante los demás competidores.</p>	<p>Las exportadoras y productoras coinciden en obtener beneficios, ser más competitivo que otras empresas</p>
---	---	---	---	---	---

Elaborado: Las autoras

3.11 Entrevistas realizadas a entidades del sector publico

Entrevista No. 1

Ing. Irene Minga

PROEcuador

- 1. ¿Actualmente las instituciones del estado promueven la implementación de certificaciones y normas de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango y que tipo de acción promueven para el ejercicio del mismo?**

Permite e impulsa la Normas ISO 22000 de inocuidad alimenticia que asegura seguridad alimentaria, la ISO 9001 de calidad y servicio, la ISO 14001 de gestión ambiental, la norma global G.A.P. de producción y procesamiento agrícolas, ganaderos y de acuicultura.

- 2. ¿Cuáles son las certificaciones y normativas que deben portar las productoras y exportadoras de mangos para poder exportar a mercados internacionales?**

Actualmente las normas ISO son fundamental para el acceso al mercado internacional, así también la normal global G.A.P.

- 3. ¿De qué manera la institución actúa para promover la exportación de mango en el país?**

A través de ferias internacionales, congresos internacionales que permiten que mercados internacionales conozcan el producto.

- 4. ¿Cuál es la participación de la institución en las actividades de exportación de mangos en el país?**

Actualmente está cubiertas un 60% debido a la temporada y a ser un producto muy solicitado en mercados internacionales.

5. Según su criterio. ¿Las instituciones públicas y privadas deberían priorizar que las empresas posean certificaciones internacionales y normativas al momento de buscar proveedores?

Las instituciones promueven la certificación internacional como la norma ISO 9001.

Entrevista No. 2

Ing. David Salas

Inspector de producción y plagas (AGROCALIDAD)

1.- ¿Actualmente las instituciones del estado promueven la implementación de certificaciones y normas de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango y que tipo de acción promueven para el ejercicio del mismo?

Agrocalidad como autoridad fitosanitaria certifica que la fruta (mango) pueda ingresar a todos los destinos libres de plagas de importancia frutícola mundial como la mosca de la fruta.

2. ¿Cuáles son las certificaciones y normativas que deben portar las productoras y exportadoras de mango para poder exportar a mercados internacionales?

Las fincas de origen deben contar con un sistema de trampas para la vigilancia de la mosca de la fruta que permita mantenerlas libre de plagas

3.- ¿De qué manera la institución actúa para promover las exportaciones de mango en el país?

Declarando los sitios de zonas productoras como áreas libres de las plagas.

4.- ¿Cuál es la participación de la institución en las actividades de exportación de mango en el país?

Certificar y registrar fincas y centros de acopio que cuenten con sistemas de tratamientos cuarentenarios y elaboración de protocolos de aperturas o mejoramiento de mercados internacionales.

5.-Según su criterio. ¿Las instituciones públicas y privadas deberán priorizar que las empresas posean certificaciones internacionales y normativas al momento de buscar proveedores?

Sí, certificaciones como las buenas prácticas agrícolas de predios libres de plagas, certificaciones de plantaciones orgánicas.

Entrevista N° 3

Ing. Teodora Magallanes

Asistente técnica en innovación agrícola (MAGAP)

1.- ¿Actualmente las instituciones del estado promueven la implementación de certificaciones y normas de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango y que tipo de acción promueven para el ejercicio del mismo?

Sí, actualmente MAGAP promueve y establece acciones que permiten el desarrollo de responsabilidad social en los pequeños y medianos productores mediante un reglamento de buenas prácticas ambientales brindando asistencia técnica.

2. ¿Cuáles son las certificaciones y normativas que deben portar las productoras y exportadoras de mango para poder exportar a mercados internacionales?

Actualmente MAGAP se rige mediante el manual de procedimientos e inspección del mango, mismo que trata de la evolución y calidad del fruto y su tratamiento hidrotérmico.

3.- ¿De qué manera la institución actúa para promover las exportaciones de mango en el país?

Mediante una atención prioritaria en su requerimiento de asistencia técnica de la fruta a los pequeños y medianos productores.

4.- ¿Cuál es la participación de la institución en las actividades de exportación de mango en el país?

Contamos con un programa de mejora competitivo en la fruta que involucra acciones que incrementan la producción de mango también buscamos erradicar las plagas que afectan al cultivo con ayuda del INIAP.

5.-Según su criterio. ¿Las instituciones públicas y privadas deberán priorizar que las empresas posean certificaciones internacionales y normativas al momento de buscar proveedores?

Definitivamente, las certificaciones garantizan el producto y apertura su exportación hacia más mercados.

3.11.1 Análisis e interpretación de las entidades del sector público

Tabla 44 Entrevistas realizadas a las entidades del sector público

No	Preguntas	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP)	Análisis de Criterio
1	¿Actualmente las instituciones del estado promueven la implementación de certificaciones y normas de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango y que tipo de acción promueven para el ejercicio del mismo?	Permite e impulsa la Normas ISO 22000 de inocuidad alimenticia que asegura seguridad alimentaria, la ISO 9001 de calidad y servicio, la ISO 14001 de gestión ambiental, la norma global G.A.P. de producción y procesamiento agrícolas, ganaderos y de acuicultura.	Agrocalidad como autoridad fitosanitaria certifica que la fruta (mango) pueda ingresar a todos los destinos libres de plagas de importancia frutícola mundial como la mosca de la fruta	Sí, actualmente MAGAP promueve y establece acciones que permiten el desarrollo de responsabilidad social en los pequeños y medianos productores mediante un reglamento de buenas prácticas ambientales brindando asistencia técnica	Las entidades públicas en la actualidad conocen la importancia de las normas y certificaciones en las pequeñas y medianas empresas, mismas que brindan su apoyo para implementar una norma de calidad en el agro y aplicación de la misma.
2	¿Cuáles son las certificaciones y normativas que deben portar las productoras y exportadoras de mango para poder exportar a mercados internacionales?	Actualmente las normas ISO son fundamental para el acceso al mercado internacional, así también la normal global G.A.P.	Las fincas de origen deben contar con un sistema de trampas para la vigilancia de la mosca de la fruta que permita mantenerlas libre de plagas	Actualmente MAGAP se rige mediante el manual de procedimientos e inspección del mango, mismo que trata de la evolución y calidad del fruto y su tratamiento hidrotérmico.	Las entidades consideran que las certificaciones debidas para estas empresas sean las relacionadas con la calidad del fruto y cuidado del medio ambiente.
3	¿De qué manera la institución actúa para promover las exportaciones de mango en el país?	A través de ferias internacionales, congresos internacionales que permiten que mercados internacionales conozcan el producto.	Declarando los sitios de zonas productoras como áreas libres de las plagas.	Mediante una atención prioritaria en su requerimiento de asistencia técnica de la fruta a los pequeños y medianos productores.	Las entidades públicas promueven la exportación de mango a través de los cuidados en la fruta manifestándolo en congresos y ferias internacionales. Las entidades promueven su

4	¿Cuál es la participación de la institución en las actividades de exportación de mango en el país?	Actualmente está cubiertas un 60% debido a la temporada y a ser un producto muy solicitado en mercados internacionales.	Certificar y registrar fincas y centros de acopio que cuenten con sistemas de tratamientos cuarentenarios y elaboración de protocolos de aperturas o mejoramiento de mercados internacionales	Contamos con un programa de mejora competitivo en la fruta que involucra acciones que incrementan la producción de mango también buscamos erradicar las plagas que afectan al cultivo con ayuda del INIAP	participación colaborando con la promoción, información y charlas de protección en la fruta.
5	Según su criterio. ¿Las instituciones públicas y privadas deberán priorizar que las empresas posean certificaciones internacionales y normativas al momento de buscar proveedores?	Las instituciones promueven la certificación internacional como la norma ISO 9001	Sí, certificaciones como las buenas prácticas agrícolas de predios libres de plagas, certificaciones de plantaciones orgánicas.	Definitivamente, las certificaciones garantizan el producto y apertura su exportación hacia más mercados.	Las entidades públicas consideran muy importante tratar el punto de priorización de las certificaciones en las empresas al momento de buscar proveedor.

Elaborado: Las autoras

3.12 Entrevistas realizadas al personal administrativo de la universidad

Entrevista N° 1

Ing. Mario Mata

Catedrático (Universidad de Guayaquil)

1.- Según su criterio. ¿Qué competencias usted considera que los alumnos van a obtener con la enseñanza y aplicación de la guía de responsabilidad social empresarial?

Primero, toma de conciencia de la responsabilidad en las empresas todo tema de estudio debe evolucionar al conocimiento en toda formación.

2.-Según su criterio. ¿De qué manera las universidades podrían promover la norma de responsabilidad social empresarial en el país?

Estando dentro de un pensum académico, en la vinculación con la sociedad, deberá haber una materia que oriente al conocimiento de la responsabilidad social empresarial.

3.- Según su criterio ¿Considera usted que la capacitación de la norma de responsabilidad social en los alumnos brindara la sostenibilidad en las empresas que ejecuten en el futuro?

Algo, el tema de responsabilidad es constante.

4.-Según su criterio. ¿Actualmente cuáles son los mecanismos o herramientas más importantes para la capacitación de los estudiantes con respecto a las empresas?

En las inducciones y capacitaciones debe haber un sentido de pertenencia, un plan de nuevas tendencias y retos.

5.-Según su criterio ¿Qué competencia considera usted que se logre en los alumnos con la enseñanza de los requisitos y normativas que requieren La Unión Europea y Estados Unidos para la importación de productos en sus países?

Mejor formación para los estudiantes, es importante enfocarse en estos temas.

Entrevista N° 2

Ing. Roberto Gonzalez Gonzalez MSc. PHD

Catedrático (Universidad de Guayaquil)

1.- Según su criterio. ¿Qué competencias usted considera que los alumnos van a obtener con la enseñanza y aplicación de la guía de responsabilidad social empresarial?

Pueden observar problemas internos y externos, observar la sistematización y su cumplimiento de las obligaciones con respecto a la guía de responsabilidad social empresarial.

2.-Según su criterio. ¿De qué manera las universidades podrían promover la norma de responsabilidad social empresarial en el país?

Las universidades podrían hacer la promoción en función de las prácticas pre-profesionales y la vinculación con la sociedad.

3.- Según su criterio ¿Considera usted que la capacitación de la norma de responsabilidad social en los alumnos brindara la sostenibilidad en las empresas que ejecuten en el futuro?

Sí, los estudiantes pueden aplicarla y no pueden estar desarticulados con las demás normas como las de procesos, medioambiente y de trazabilidad.

4.-Según su criterio. ¿Actualmente cuáles son los mecanismos o herramientas más importantes para la capacitación de los estudiantes con respecto a las empresas?

Primero juega un papel importante al desarrollo justo y acciones formativas, como visitas, talleres en el cual permita a los estudiantes formarse para mejorar las empresas en responsabilidad sociales empresarial.

5.-Según su criterio ¿Qué competencia considera usted que se logre en los alumnos con la enseñanza de los requisitos y normativas que requieren La Unión Europea y Estados Unidos para la importación de productos en sus países?

Fundamentalmente van a estar más preparados para enfrentar el mercado laboral, se rigen de profesionales preparados según la importancia de la buena calidad en sus profesiones y tercero es el mercado laboral y el proceso exploratorio y nuevo vinculadas con la Unión Europea y las alternativas.

Entrevista N° 3

Ing. Margarita Ávila

Asistente de investigación (Universidad de Guayaquil)

1.- Según su criterio ¿Qué competencias usted considera que los alumnos van a obtener con la enseñanza y la aplicación de la guía de responsabilidad social empresarial?

Complemento de los objetivos de desarrollo sostenible e ISO 26000 aprender sobre la ética y transparencia, ligado a todo eso.

2.- Según su criterio ¿De qué manera las universidades podrían promover la norma de responsabilidad social empresarial en el país?

A través de la educación, a lo largo de la carrera, principio, intermedio y final, mediante congresos, eventos para darlos a conocer aliándose con el gobierno.

3.- Según su criterio ¿Considera usted que la capacitación de la norma de responsabilidad social en los alumnos brindara la sostenibilidad en las empresas que se ejecuten en el futuro?

Si lo harán con conciencia social, ambiental, económica para el desarrollo de los pueblos.

4.- Según su criterio actualmente ¿Cuáles son los mecanismos o herramientas más importantes para la capacitación de los estudiantes con respecto a las empresas?

A través de medios sociales conferencias, eventos seminarios donde se de conocer empresarios, gobiernos, medios internacionales, sosteniendo experiencia.

5.-Según su criterio ¿Qué competencia considera usted que se logre en los alumnos con la enseñanza de los requisitos y normativas que requieren La Unión Europea y Estados Unidos para la importación de productos en sus países?

Un país si desconoce de leyes no va a poder crecer, es importante conocerlas, así como la ISO 26000, otras normativas de Unión Europea para tener impacto internacional.

3.12.1 Análisis e interpretación de la Universidad

Tabla 45 Entrevistas realizadas al personal administrativo de la universidad

No	Pregunta	Ing. Mario Mata	Ing. Roberto Gonzalez MSc. PHD	Ing. Margarita Ávila	Análisis de Criterios
1	Según su criterio. ¿Qué competencias usted considera que los alumnos van a obtener con la enseñanza y aplicación de la guía de responsabilidad social empresarial?	Primero, toma de conciencia de la responsabilidad en las empresas todo tema de estudio debe evolucionar al conocimiento en toda formación	Pueden observar problemas internos y externos, observar la sistematización y su cumplimiento de las obligaciones con respecto a la guía de responsabilidad social empresarial.	Complemento de los objetivos de desarrollo sostenible e ISO 26000 aprender sobre la ética y transparencia, ligado a todo eso	Los docentes coinciden en que las competencias que obtendrán los alumnos con la aplicación de RSE es principalmente la responsabilidad, respeto y transparencia misma que deben aplicarla en su formación.
2	Según su criterio. ¿De qué manera las universidades podrían promover la norma de responsabilidad social empresarial en el país?	Estando dentro de un pensum académico, en la vinculación con la sociedad, deberá haber una materia que oriente al conocimiento de la responsabilidad social empresarial	Las universidades podrían hacer la promoción en función de las prácticas pre-profesionales y la vinculación con la sociedad.	A través de la educación, a lo largo de la carrera, principio, intermedio y final, mediante congresos, eventos para darlos a conocer aliándose con el gobierno.	Los docentes coinciden en que la promoción de la responsabilidad social en el país debe integrarse dentro de las enseñanzas académicas en forma de materia.
3	Según su criterio ¿Considera usted que la capacitación de la norma de responsabilidad social en los alumnos brindara la sostenibilidad en las empresas que ejecuten en el futuro?	Algo, el tema de responsabilidad es constante	Sí, los estudiantes pueden aplicarla y no pueden estar desarticulados con las demás normas como las de procesos, medioambiente y de trazabilidad.	Si lo harán con conciencia social, ambiental, económica para el desarrollo de los pueblos.	Los docentes están de acuerdo en la importancia de las capacitaciones de la norma de responsabilidad social empresarial, lo cual permite que los alumnos tomen conciencia de la sostenibilidad que pueden brindarle a futuras empresas.
	Según su criterio. ¿Actualmente cuáles	En las inducciones y	Primero juega un papel		Los docentes consideran los

4	son los mecanismos o herramientas más importantes para la capacitación de los estudiantes con respecto a las empresas?	capacitaciones debe haber un sentido de pertenencia, un plan de nuevas tendencias y retos.	importante al desarrollo justo y acciones formativas, como visitas, talleres en el cual permita a los estudiantes formarse para mejorar las empresas en responsabilidad sociales empresarial.	A través de medios sociales conferencias, eventos seminarios donde se de conocer empresarios, gobiernos, medios internacionales, sosteniendo experiencia	seminarios y eventos como las herramientas más importantes para la enseñanza de esta norma.
5	Según su criterio ¿Qué competencia considera usted que se logre en los alumnos con la enseñanza de los requisitos y normativas que requieren La Unión Europea y Estados Unidos para la importación de productos en sus países?	Mejor formación para los estudiantes, es importante enfocarse en estos temas.	Fundamentalmente van a estar más preparados para enfrentar el mercado laboral, se rigen de profesionales preparados según la importancia de la buena calidad en sus profesiones y tercero es el mercado laboral y el proceso exploratorio y nuevo vinculadas con la Unión Europea y las alternativas.	Un país si desconoce de leyes no va a poder crecer, es importante conocerlas, así como la ISO 26000, otras normativas de Unión Europea para tener impacto internacional	Los docentes consideran que los alumnos estarán más preparados para actuar de manera más competitiva en los mercados internacionales.

Elaborado: Las autoras

4 Capítulo IV: Propuesta

4.12 Tema

Diseñar un programa estratégico de responsabilidad social empresarial para impulsar la competitividad en el sector agroindustrial de mango.

4.12.1 Justificación

El sector agroindustrial de mango es uno de los sectores de frutas no tradicionales con mayor impacto a nivel local, pero no existen estrategias aplicadas que integren las normas de responsabilidad social empresarial en las empresas dedicadas a la producción y exportación de esta fruta.

Con el cumplimiento de esa norma se contribuiría a la competitividad a nivel local e internacional de las productoras y exportadoras de mango por lo que esta norma favorecería tanto a los individuos que laboran en una empresa como a su entorno.

Así mismo con la aplicación de esta norma cada empresa estaría certificada por el Global GAP un programa de buenas prácticas agrícolas, que cubre aspectos de manejo responsable de agroquímicos, seguridad alimenticia y actual estándar para productores agroalimentarios reconocido a nivel internacional e incluidos en las exigencias actuales en varios países como los que conforman la Unión Europea y Estados Unidos como acrónimo de excelentes prácticas de agricultura, y principales importadores de mango del país.

4.12.2 Objetivos

- Identificar las dificultades que afrontan las productoras y exportadoras de mango para acceder a mercados internacionales
- Promover la ejecución de capacitaciones por parte de instituciones públicas y privadas para fortalecer al sector agroindustrial de mango.

- Identificar el impacto obtenido mediante el diseño de un cronograma de actividades donde se incluyan a las normas de responsabilidad social empresarial.

4.12.3 Fundamentación

Debido a que cada vez los países extranjeros tienen mayores exigencias al momento de importar especialmente alimentos es importante que las empresas del sector agroindustrial de mango cuenten con este tipo de certificación internacional que avala la calidad de una empresa como lo es la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial que es una guía que establece el lineamiento correcto de una empresa misma que opera de manera socialmente responsable con la sociedad y su entorno.

La presión por cumplir con exigencias cada vez hace más competitivos a las empresas y no solo localmente sino a nivel internacional, así mismo los líderes de cada organización lo consideran importante para el éxito a largo plazo, por lo que en la actualidad se vive en un mundo cambiante que exige avances y mejoras en los servicios que necesita mediante certificaciones de calidad.

Con la implementación de la norma ISO 26000 de responsabilidad se aplicarán los principios adecuadas en el ámbito empresarial entre las que se destacan la prevención de malas actividades como la contabilidad fraudulenta y la explotación laboral que favorecen a todos los individuos que conforman la empresa.

4.12.4 Limitaciones

Actualmente el país cuenta con un grado alto de exportación de mango hacia los mercados más importantes como son los países de la Unión Europea y Estado Unidos, países que cada vez consideran importante las certificaciones de sus proveedores. En Ecuador hay un déficit de conocimiento en cuanto a la certificación Global GAP de la norma de

responsabilidad social, por temas de desconocimiento de las normas que rigen el mercado internacional.

Por otro lado, las limitaciones financieras por los problemas económicos que atraviesa el país, y falta de políticas de estado que regulen, integren y promuevan la norma 26000 de responsabilidad social empresarial en el sector agrícola del país, misma que aumentaría el grado de exportación hacia los demás mercados fuertes como Nueva Zelanda y Canadá.

4.2 Actividades a desarrollar

Es importante tener en cuenta que para iniciar una actividad se debe socializar el tema pues existen muchas empresas que aún desconocen del tema de la presente normativa por lo cual ellos deben considerarlas como parte de su visión y misión empresarial. La actividad se desarrollará en base a las dimensiones que conforma los principios de la norma de responsabilidad social empresarial y que también formaron parte de los instrumentos de investigación como la encuesta realizada, el cual dio a conocer los problemas que ayudaran a plantear las soluciones.

4.2.1 Aspecto Social

El objetivo principal del aspecto social es encontrar la manera de acentuar las normas de responsabilidad social empresarial en el sector agroindustrial así mismo dar a conocer la importancia de la aplicación de la misma a todas las partes interesadas. Con el fin de llevar a cabo la propuesta es importante la participación de las instituciones que están involucradas con el tema abordado, por ende, es indispensable la ejecución de alianzas con estas entidades para que capaciten al sector agroindustrial de mango.

4.2.1.1 Programa de capacitación

Es importante reconocer que la capacitación incentiva el desarrollo y crecimiento de los sectores productivos del país, por ende, incrementa la productividad y competitividad para

la mejora en los mercados nacionales, dentro de los programas de capacitación se deben establecer las alianzas estratégicas con las entidades públicas que rigen al sector agrícola, como:

- La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), entidad fitosanitaria, sanitaria y de inocuidad que regula y controla las actividades productivas del agro nacional tanto para los productos agrícolas para la exportación como para los que vayan a ser importados al país contribuyendo con la eliminación de las plagas y tratamiento de enfermedades de las plantas y frutos del sector agroindustrial.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), entidad que ejecuta los alineamientos y el respectivo asesoramiento de la actividad agrícola a través de planes y programas como el seguro agrícola, la innovación agrícola, plan de tierras entre otros beneficiando al sector agrícola del país.
- PROECUADOR, entidad que fomenta el desarrollo de las exportaciones en el país, mismo que contribuye con los contactos para atraer a la inversión extranjera. Es indispensable que los sectores agroindustriales reciban capacitaciones por medio de esta entidad ya que es la principal institución en conocer las actualizaciones en cuanto a las exigencias de los países que actualmente se consideran como nichos de mercado como son los países de la Unión Europea y Estados Unidos por la nueva tendencia de consumo en la producción agrícola como los materiales orgánicos en los cultivos.
- El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), entidad que formula y ejecuta políticas públicas, para el desarrollo especialización industrial con el fin de que las empresas puedan operar procesos industriales que favorece al desarrollo de las mismas.

Así mismo es importante contar con el apoyo de Fundación Mango Ecuador, que es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es brindar soporte a los productores, exportadores sectores agroindustriales de mango basándose en el adecuado trato de los recursos naturales con el propósito de aumentar la productividad, investigación, educación y tecnología con respecto al mango y su exportación.

4.2.1.2 Alianzas Estratégicas.

Un ejemplo de la realización de alianzas estratégicas fue el IV Congreso Internacional del Mango Ecuatoriano, que se realizó en Guayaquil el 31 de agosto, en el cual la banca pública manifestó que otorgó créditos. Agrocalidad indicó su participación en la verificación de la calidad del mango de exportación. Fundación Mango Ecuador mencionó que el sector logró certificaciones por las buenas prácticas agrícolas mismas que permiten abrir nuevos mercados, por ende, todo el conjunto de estas entidades y organizaciones brindaron su soporte y respaldo a las exportaciones de mango.

4.2.1.3 Programa para establecer la responsabilidad Social empresarial en las empresas exportadoras y productoras de Mango.

Al implementar la RSE en las empresas productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil brindará acceso a mercado internacional y fortalecerá la competitividad, logrando tener un negocio sustentable generando más ingreso y rentabilidad. Para eso se debe cumplir con cada factor de responsabilidad social empresarial implementándola en las empresas, obteniendo múltiples beneficios e involucrando directamente a los miembros.

Objetivos del programa estratégico.

Tabla 46 Objetivos del programa estratégico

Objetivos del programa estratégico
Involucrar y mejorar el vínculo laboral de los empleados

Definir una política ambiental y laboral

Crear canales de diálogos

Elaborado: Las autoras

4.2.1.4 Actividades a desarrollar

El objetivo de este programa de estrategia es lograr principios sociales, económicos y ambientales, además de implementar la Responsabilidad Social Empresarial en el sector productivo de mango. Por lo cual se ha visto en la necesidad de crear vínculos con las instituciones relacionadas con la RSE o gestión ambiental, una de ellas es el grupo CERES, Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social, entidad privada sin fines de lucro cuyo objetivo es promover la responsabilidad social en las empresas.

Donde:

- Capacita y brinda información sobre los pasos a seguir para implementar la Responsabilidad social.
- Realiza cursos sobre la elaboración de la memoria del Global reporting Initiative
- Asesoramiento y pasos a seguir para la obtención de la certificación global G.A.P.(Global good agricultural practices- Norma de buenas prácticas agrícolas)

Esta alianza ayudará a las empresas productoras y exportadoras de mango a ejecutar de una manera factible la RSE. Esto se verá reflejado en la misión y visión de la empresa para darla a conocer de manera interna y externa de la organización. Una vez realizada la vinculación se deben implementar objetivos estratégicos para lograr con éxito su ejecución.

Involucrar y mejorar el vínculo laboral de los empleados

Para mantener un buen ambiente laboral es necesario que los empleados sean capacitados profesionalmente, esto generará equilibrio laboral y armonía entre los colaboradores.

Impulsar las habilidades de los empleados que permite ayudar a los grupos comunitarios, mediante el voluntariado dentro del horario de trabajo.

Establecer un sistema de motivación e incentivos, no necesariamente debe ser motivación monetaria sino reconocer el esfuerzo del trabajador a través de su desempeño, esto creará hábitos instituciones y el colaborador se sentirá comprometido con la empresa

Comunicar los avances, intenciones y desarrollo de la empresa para evitar os rumores que provocan inestabilidad en el desempeño laboral.

Definir una política ambiental y laboral:

Mediante buenas prácticas agrícolas, realizando el uso responsable de agroquímicos en la producción del mango, esto a su vez generará seguridad alimenticia y sostenibilidad que permitirá acceder a nuevos mercados. Al realizar el uso responsable de agroquímicos, se brindará protección y seguridad laboral para reducir accidentes laborales.

Crear canales de diálogos

Generar relaciones sólidas mediante la tríada que son gobierno, universidades y empresas productoras y exportadoras de mango, la universidad apoyada por el gobierno brindando soluciones a las problemáticas expuestas por las productoras y exportadoras de mango esto generará reducir los conflictos expuesto por mercados internacionales como son las certificaciones o normas establecidas para poder acceder a nuevos mercados. Estos tres elementos vinculados entre sí mismo que permitirá una eficaz y eficiente gestión.

4.2.2 Aspecto económico.

En el levantamiento de información se manifestó que las productoras y exportadoras de Mango eran capaz de tomar acciones correctivas para controlar sus desviaciones, se refiere a que deben prestar su atención a su valor presupuestados y su valor real, sin embargo los

productores y exportadores recalcan que cuando aumentan el precio de los químicos o se ven afectada su producción por factores externos como la naturaleza el precio del mango se ve afectado.

Debido a esto se vio en la necesidad de crear estrategias para impulsar al sector:

- Proporcionar microcréditos a largo plazo, que el sector mida su eficiencia y produzcan tomando como referencia su capacidad de producción, así no aumentar los precios al cliente final ya que esto genera que la demanda se vea afectada y en muchos casos provoca la decadencia del negocio.
- Realizar un Balance social empresarial relacionadas a las acciones sociales y ambientales, esto será medidos por indicadores que deben ser considerados según el nivel de importancia, donde se ven reflejados y crean un alerta los puntos débiles que tiene la empresa, lo cual permitirá crear metas para el próximo periodo los cuales pueden ser: rango de trabajadores que soliciten una jornada más flexible o hayan recibido capacitación, número de proyectos socializados con la comunidad, medios usados para mejorar en entorno medioambiental,
- Elaborar reportes de sustentabilidad a través del GRI (Global report initiative) donde se incluya los aspectos sociales, ambientales y económicos donde se definiera los resultados logrados.

4.2.3 Aspecto ambiental.

El impacto ambiental se da en la utilización de químicos al momento de producir el mango, el uso de pesticidas crea una serie de problemas para el medio ambiente, ya que llegan a los animales, aire, agua, sedimentos de ríos entre otros. Estas partículas se dispersan por el aire y provocan contaminación, aunque debemos recalcar que los pesticidas son contaminantes orgánicos persistentes que contribuyen a la contaminación atmosférica.

Sin embargo, debemos tener claro que es imposible dejarlo de usar debido a la plagas causas que afectan al producto final por eso es importante crear un plan de fumigación, el cual sea respetuoso con el medio ambiente esto permitirá la reducción de contaminación atmosféricas, fluvial y terrestre.

Par eso es necesario que el programa cuente con los siguientes elementos:

- Niveles aceptables de plagas: aplicar controles cuando se excede
- Prácticas preventivas del cultivo: técnicas de cultivos, medidas sanitarias mediante la destrucción de plantas infectadas para cortar la posible propagación
- Muestreo: esto se da mediante control, mediante observación visual, trampas de insectos o esporas, el muestreo ayuda a detectar el momento óptimo de una plaga específica.
- Control mecánico: si no funciona el método de muestreo que llega a este que es de manera manual a través de barreras, trampas o aspiradoras para interrumpir su reproducción.
- Control biológico: esto se da promoviendo los insectos beneficiosos que atacan a los insectos que causan plaga: como los micro orgánicos, hongos entre otros.
- Control químico: Usando pesticidas sintéticos y son usados cuando es necesario y una cantidad adecuada y así tener impacto en el ciclo vital de la plaga.

4.2.4 Programa estratégico Project

		mié 28/02/18											
		05 feb '18	12 feb '18	19 feb '18	26 feb '18	05 mar '18	12 mar '18	19 mar '18	26 mar '18	02 abr '18	09 abr '18	16 abr '18	23 abr '18
Comienzo	01/02/18	Agregar tareas con fechas a la línea de tiempo											
Modo de	Qué	Cómo	Quién	Cuánto	Duración	Comienzo	Fin						
	Programa de estrategias				1 día?	jue 01/02/18	jue 01/02/18						
	Aspecto Social				63 días	jue 01/02/18	lun 30/04/18						
	Dar a conocer las Normas de Responsabilidad Social Empresarial	El Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Ceres, capacitará y asesorará mediante una charla sobre los pasos a seguir para implementar la responsabilidad Social Empresarial	El gerente en convenio con CERES	450	3 días	jue 01/02/18	lun 05/02/18						
	Asesorar a las empresas sobre los requisitos para obtener la norma ISO 26000	A través de CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social), entidad privada sin fines de lucro que asesorará sobre los pasos a seguir para la obtención de la ISO 26000	El gerente en convenio con CERES		5 días	jue 01/02/18	mié 07/02/18						
	Mejorar la la imagen de la empresa	A través de la renovación de la etapa filosófica empresarial donde la visión, misión y filosofía de la empresa este relacionado la Responsabilidad social interna y externa de la organización. Externamente se realizará campañas publicitarias	Departamento de Marketing y de Recursos Humanos	0	30 días	mar 06/02/18	lun 19/03/18						
	Incentivar el desarrollo y crecimiento del sector productivo del Mango	Mediante Chister, promoviendo el comercio justo y participando en ferias internacionales.	El gerente en convenio con PROECUADOR	0	30 días	mar 20/03/18	lun 30/04/18						
	Aspecto económico				15,25 días	jue 01/02/18	jue 22/02/18						
	Asesoría en aspectos tributarios, contables y financieros	Ejecutando convenios con la cámara de la pequeña Industria del Guayas	El Gerente en convenio con la	300	2 horas	jue 01/02/18	jue 01/02/18						
	Elaborar Reportes de Responsabilidad social empresarial sostenibles	A través del GRI (Global reporting Initiative) reportando lo que se ha realizado anualmente en cuanto a los puntos: económico, social y ambiental	Gerente general, coordinadora de Recursos humanos, y gerente financiero	0	15 días	jue 01/02/18	jue 22/02/18						
	Aspecto Ambiental				1 día	jue 22/02/18	vie 23/02/18						
	Implementar buenas prácticas agrícolas que cubran aspectos de agroquímicos, seguridad alimenticia y sostenibilidad	Tomar Asesorías con Ceres para la obtención del Global G.A.P	El Gerente en convenio con Ceres	300	1 día	jue 22/02/18	vie 23/02/18						

Figura 29 Programa estratégico

Elaboras: Las autoras

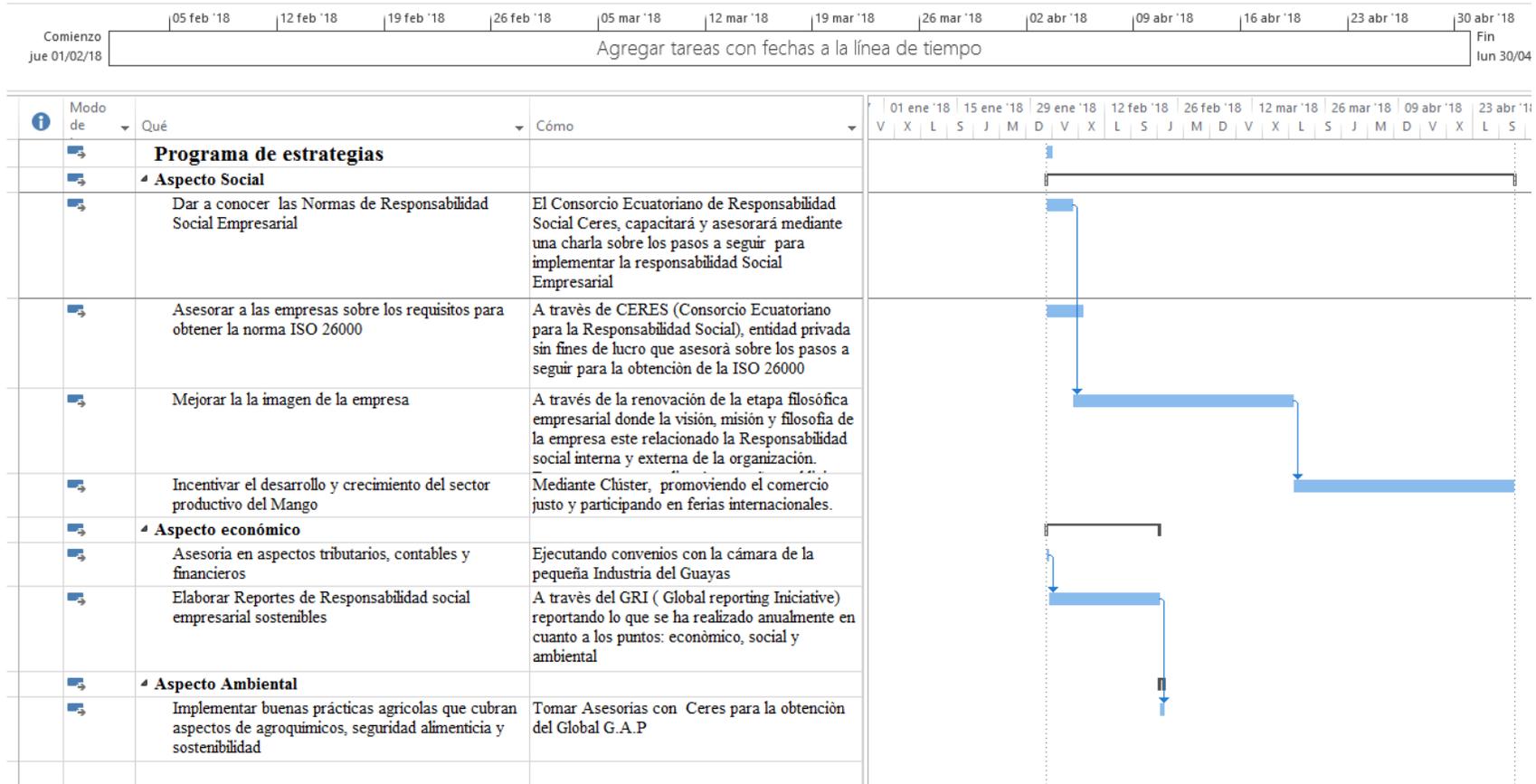


Figura 30 Diagrama de Gantt

Elaborado: Las autoras

4.2.5 Aplicación del programa estratégico de responsabilidad social empresarial para impulsar la competitividad en las productoras y exportadoras de mango.

Aspecto Social

Dar a conocer la norma de responsabilidad social empresarial

El Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial (CERES) brindara asesoría sobre los siguientes temas:

- Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial
- Principios de Responsabilidad Social Empresarial
- Pasos para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial
- Dialogo Social, Comunicación responsable, derechos humanos y empresas
- Alianzas estratégicas con instituciones educativas nacionales e internacionales
- Beneficios de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial

Estas capacitaciones se brindaran durante tres días con una duración de una hora y media en las mañanas dentro de la jornada laboral, donde los involucrados conocerán todo lo relacionado a la norma de Responsabilidad Social Empresarial.

Asesorar a las empresas sobre los requisitos para la obtención de la Norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial

A través de capacitaciones de la guía de Responsabilidad Social Empresarial ISO 26000 mismos que contienen:

- Principios y prácticas relacionadas a la RSE
- Integrar e implementar la RSE en la organización
- La identificación y el compromiso con los grupos de interés que son clientes, empleados, proveedores, propietarios.

- Comunicación y desempeño dentro de la organización en relación a la RSE
- Contribuir al desarrollo sostenible

CERES apoyara y dará soporte durante el proceso para la obtención de la ISO 26000, donde desarrollara estrategia en las áreas a mejorar, estas asesorías serán una vez a la semana durante un mes, luego se darán visitas trimestrales para observar el cumplimiento de los requisitos de la ISO 26000.

Mejorar la imagen de la empresa a través de las siguientes estrategias.

De manera interno

- Aplicar la igualdad de género en cuanto a la contratación del personal, como en el caso de madres solteras para el área operativa de sanitización y empaque del mango para su exportación.
- Implementación de guarderías dentro de la empresa para las trabajadoras que son madres solteras mismas que aprovecharían la hora de almuerzo para compartir con sus hijos en la guardería, mediante un porcentaje de 80% por parte de la empresa cubriendo los gastos de la guardería y un 20% por parte de las madres.
- Iniciativa por los jóvenes del sector brindándoles capacitaciones de cómo obtener su primer empleo, mismo que detalla la elaboración de curriculum, como responder a una entrevista de trabajo y vestimenta.
- Brindar capacitaciones a los jóvenes de la comunidad para que puedan generar proyectos de emprendimiento.
- Renovar la etapa filosófica de la empresa donde la misión, visión y filosofía esté relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial

De manera externa

- Mostrar en la página web de la empresa las acciones de responsabilidad social empresarial que se llevan a cabo, mediante pestanas que muestren la vinculación con la comunidad, trabajadores y jóvenes.
- Diseñar una logo que represente la aplicación de la responsabilidad social empresarial, mismo que debe encontrarse en el producto para obtener una mayor demanda del consumidor final y ser reconocidos a nivel internacional.
- Implementación de campañas publicitarias de manera semestral sobre la norma.

Incentivar el desarrollo y crecimiento del sector productivo del mango

Mediante Cluster de productoras y exportadoras de mango apoyadas por PROECUADOR, esto permitirá darse a conocer en ferias internacionales que realice esta entidad.

Aspecto económico**Asesoría en aspectos tributarios, contables y financieros**

Estas asesorías permitirán llevar un mejor control financiero dentro de la empresa, mismas que se llevaran a cabo dos horas cada bimestre donde se será capacitada el área financiera por la cámara de la pequeña industria.

Elaborar reportes de responsabilidad social empresarial sostenible

A través del Global Reporting Initiative (GRI) reportando lo que ha realizado anualmente la empresa en cuanto a los puntos económicos, sociales y ambientales.

Aquí se elaborara un informe de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Donde se verá detallado los siguientes puntos:

- Criterios del informe: donde se ve reflejado el alcance del informe del año en vigencia
- Visión, misión, valores y principios corporativos de la empresa, su estructura organizacional, operativa y principales marcas.
- Se mostrara los resultados financiero anual: ventas netas, activos no corrientes, ventas netas y otros ingresos, obligaciones sociales, donaciones en impuesto a la renta y participación laboral.
- Proyectos de responsabilidad, sostenibilidad realizados en el año.
- Normas de calidad, seguridad, gestión ambiental del producto y de los trabajadores.
- Fotos, rendición de cuenta a los empleados sobre las inversiones y estrategias.
- El índice de rotación de personal y beneficios dados durante el año.

Aspecto económico

Implementar buenas prácticas agrícolas que cubran aspecto agroquímicos, seguridad alimenticia y sostenibilidad.

Tomar asesorías con CERES para la obtención del Global G.A.P el cual es la norma de reconocimiento internacional para la producción agropecuaria de buenas prácticas agrícolas que combina la inocuidad de los alimentos y la responsabilidad ambiental donde se deberá cumplir con los siguientes requisitos desde la etapa de producción, pre cosecha, como la gestión fitosanitaria y del suelo hasta que finaliza la cosecha y se obtiene el producto.

También se debe tener en cuenta el empaque y almacenamiento integrado del mango con la ayuda de CERES que guiara cuales son los pasos a seguir si no se cumple con las normas establecidas por el G.A.P. e implementará estrategias para obtener la certificación

Este programa estratégico, permitirá que las empresas exportadoras y productoras de mango cumplan con los principios de Responsabilidad Sociales empresarial y puedan acceder a los beneficios de mercados internacionales.

Conclusión

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 Mexico, Brasil y La India.

En cuando a la responsabilidad Social empresarial desconocían del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social CERES ente encargada de promover la responsabilidad Social en el Ecuador cuyo objetivo es lograr negocio socialmente responsable generando una sociedad más justa y sostenible

En el presente estudio se determinó que es importante dar a conocer el término Responsabilidad Social Empresarial, este término es muy poco usado y desconocen los beneficios al ejecutarlo como el acceso a certificaciones que apertura a nuevos mercados internacionales, sin embargo, seria de mucha ayuda que cada empresa productora y exportadora de nango realice un análisis interno y externo para conocer las falencias que causa al no cumplir con los 7 principios de RSE.

Debido a que las empresas desconocen en el tema se vio en la necesidad de crear un programa de estrategias sostenibles para potencializar las capacidades de las Productoras y exportadoras de mango tocando como punto el ámbito social, económico y ambiental. Se pudo observar que al implementar certificaciones vuelve más competitiva a las empresas, satisfaciendo las exigencias impuesto por mercados extranjeros por lo cual cuando se realizó

el levantamiento de información se percató que desconocían de la certificación G.A.P que permite que el mango este en supermercados Europeos y por lo cual se está limitando el acceso.

Recomendación

Fomentar las exportaciones de mango Tommy, Haden hacia otros mercados principalmente los Europeos que disfrutan de esta fruta deliciosa, sin embargo aún nos queda mucho por cumplir para poder incluir esta fruta no tradicional a mercados exigentes, se sugiere realizar un seguimiento a las estrategias establecidas.

Cambiar la manera de pensar de los administradores de productoras y exportadoras de mango mediante capacitaciones y talleres las que impulsan dicho sector aplicando normativas internacionales en materia de sustentabilidad, además no dejar a un lado la parte ambiental y así acogerse a los múltiples beneficios de mercados internacionales, donde las exigencias del consumidor final son grandes queriendo en su hogar productos de calidad con responsabilidad económica, social y ambiental, que permitirá posicionarse y ser la diferencia de la competencia dándole valor agregado.

Definir un plan estratégico empresarial enfocado en responsabilidad social empresarial donde se vea ejecutado los 8 principios de manera sustentable. Trabajando conjuntamente con las Universidades y gobiernos estas tres entidades juntas lograrían muchos beneficios y sobre todo ayudarían al crecimiento económico y social.

Alianzas estratégicas donde el gobierno debe trabajar más en políticas sostenibles y amigables con el medio ambiente, se recomienda dar continuidad al presente estudio, debido a que ciertas empresas cumplen o algunos principios de responsabilidad Social Empresarial sin embargo no se ha definido un plan estratégico para cada empresa que permita dar seguimiento y control.

Dar continuidad a futuras investigaciones a empresas de este sector la importancia de la responsabilidad social empresarial es una realidad que cada vez se hace más presente, la realización de informes sustentables por medio del Global Initiative Report .

Referencias

- Aja Quiroga, L. (2015). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8. Recuperado a partir de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Azua, S. (2016). La Responsabilidad Social, Corporativa Como Refuerzo De La Estrategia Y La Competitividad Empresarial. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), 73-75. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611495007>
- Barba Bayas, D. (2015). Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba.
- Briones Kusactay, V. H., & Avila Pita, M. D. (2017). Responsabilidad Social Empresarial E STUDIOS DE CASOS.
- Castro, A. A., & Becerra, D. P. P. (2016). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- CERES. (2017). Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES. Recuperado 18 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.redceres.com>
- Chousa, J. P., & Castro, N. R. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y resiliencia. *Revista Galega de Economía*, 20(2), 1-34. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39121262006>
- Comisión Europea. (2017). La responsabilidad social de las empresas (RSE) en la UE - Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión - Comisión Europea. Recuperado 16 de

noviembre de 2017, a partir de

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=es>

Constituyente, E. A. (2008). Constitución de la República del Ecuador.

GLOBALG.A.P. (2017). GLOBALG.A.P. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de

<http://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p/>

Gómez, O. (2015). Nuevos organismos internacionales para una aldea global. *Salud Pública*

de México, 45(5), 333-334. Recuperado a partir de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10645501>

Hale, T., & Held, D. (2014). *The Handbook of Transnational Governance: Institutions and Innovations*. Polity.

ISO - International Organization for Standardization. (2017). ISO - International

Organization for Standardization. Recuperado 16 de noviembre de 2017, a partir de

<https://www.iso.org/home.html>

ISO 26000 Guidance on social responsibility. (2017). Recuperado 16 de noviembre de 2017,

a partir de <https://www.iso.org/standard/42546.html>

José Alejandro. (2015). El sistema de gestión de calidad: elemento para la competitividad y la

sostenibilidad de la producción agropecuaria colombiana. *Revista de Investigación*

Agraria y Ambiental (RIAA), 2(1), 9-22. Recuperado a partir de

<http://hemeroteca.unad.edu.co/entrenamiento/index.php/riaa/article/view/909>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). Ministerio de Industrias y Productividad –

Ecuador. Recuperado 18 de noviembre de 2017, a partir de

<http://www.industrias.gob.ec/>

Moya, J. R. V., & Villacrés, M. B. J. (2017). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL. *Eídos*, (4), 92-100.

<https://doi.org/10.29019/eidos.v0i4.87>

ONU. (2017). La ONU y las empresas. Recuperado a partir de

<http://www.un.org/es/business/guidelines.shtml>

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.

<https://doi.org/10.15446/profile.v19n2.57215>

Perdiguero, T. G. (2013). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Universitat de València.

Perdomo, J., & Escobar, A. (2015). La investigación en RSE: una revisión desde el management. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 193-219. Recuperado a partir de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20521435009>

Plan Nacional del Buen vivir (Ed.). (2017). *Buen vivir: plan nacional 2013-2017: todo el mundo mejor* (Primera edición). Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ramírez, M. M. H., & Castro, J. A. O. (2014). Perspectiva de trazabilidad en la cadena de suministros de frutas: un enfoque desde la dinámica de sistemas. *Ingeniería*, 19(2),

63-84. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498850179004>

Romero, L. (2015). Trazabilidad una característica para un artículo científico. *Revista Peruana de Biología*, 14(1), 3-4. Recuperado a partir de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195018583001>

Salazar, J. C. R. (2010). Apuntes sobre la responsabilidad social empresarial. *Revista de Derecho Privado*, (40), 2-10. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360033195004>

Vives, A. (2014). Guías para la Responsabilidad Social en las PyMEs: Efectividad de herramientas de autoevaluación. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability / Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad / Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 8(2), 29-54. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511851341006>

Apéndices

Apéndice A Formato de encuesta

Formato de encuesta



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



Encuesta de análisis de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un programa estratégico

Encuesta: n° _____

Genero:

Tiempo de funcionamiento:

La presente encuesta está dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango, es importante que pueda contestar de manera breve, cabe indicar que todas las respuestas se consideran anónimas.

Objetivo General: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Responsabilidad social empresarial: Es un modelo de prácticas empresarial basado en principios que favorecen a todos los individuos de una empresa como también al desarrollo social y a su entorno natural.

Ejemplo

¿El precio de un producto es el indicador más importante para que la sociedad lo adquiera de manera concurrente?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indeciso
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

X

Desarrollo de la encuesta

ASPECTO SOCIAL

1.a ¿La empresa cumple con la guía de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial?

SI

NO

2.a ¿La empresa tiene implementado algún programa de responsabilidad social empresarial basado en la guía de la norma ISO 26000?

SI

NO

Si su respuesta es sí indique a que principio de Responsabilidad Social Empresarial va dirigido

1. Rendición de cuentas
2. Transparencia
3. Comportamiento Ético
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas
5. Respeto a la ley
6. Respeto a la normativa internacional
7. Respeto a los derechos humanos

Otros _____

3.a ¿Cree usted que el sector agroindustrial debe promover las prácticas de responsabilidad social empresarial para mejorar el comercio justo?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indeciso
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

4.a Según su criterio ¿Cuál es el principal inconveniente que tiene la empresa para acceder a mercados internacionales?

Alta competencia

Falta de certificaciones internacionales

Falta de información en las normas que rigen el comercio internacional

Barreras arancelarias

ASPECTO ECONÓMICO

1.b ¿La empresa compara sus resultados económicos presupuestado con los reales y toma decisiones para controlar las desviaciones que puedan suscitarse?

SI

NO

2.b ¿Cuando suben los costos, la empresa incurre en el alza de los precios al consumidor final?

SI

NO

3.b ¿Cree usted que una guía de responsabilidad social empresarial favorecería a las exportaciones del sector agrícola en el país?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indeciso
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

4.b Según su criterio. ¿La transparencia en la emisión de los reportes financieros genera confianza tanto al personal como al inversionista?

- f) Totalmente en desacuerdo
- g) En desacuerdo
- h) Indeciso
- i) De acuerdo
- j) Totalmente de acuerdo

ASPECTO AMBIENTAL**1.c ¿La empresa actualmente realiza prácticas ambientales?**

SI

NO

2.c ¿En la actualidad la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001?

SI

NO

3.c En caso de haber sido positiva la respuesta anterior podría indicar que tipo de práctica realiza su empresa

Tratamiento preventivo de maquinaria

Ahorro efectivo de los servicios básicos

Utilización de materiales reciclables

Capacitación al personal sobre el medio ambiente

Otros _____

4.c ¿Según su criterio? ¿Las empresas productoras y exportadoras de mango deben implementar políticas ambientales?

a) Totalmente en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Indeciso

d) De acuerdo

e) Totalmente de acuerdo

Apéndice B Formato de validación de instrumento de investigación



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un programa estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información. Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un programa estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.			
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.			
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.			
Su intuición sobre el tema abordado.			

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Formato para validar instrumentos por expertos

‘Técnica de recolección de datos cuantitativa														
<p>Objetivo General.: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil y el diseño de un programa estratégico.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar las productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil -Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial <p>Hipótesis: Si las empresas productoras y exportadoras de mango del Cantón Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.</p> <p>Variables Dependientes: a.- Competitividad en los mercados internacionales b.- Exportaciones en el sector agrícola</p>	Técnica de recolección de datos		Encuesta: Dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar sus factores de responsabilidad social empresarial.											
	Ítems		1. a	2. a	3. a	4. a	1. b	2. b	3. b	4. b	1. c	2. c	3. c	4. c
	Claridad en la redacción	Si												
		No												
	Coherencia Interna	Si												
		No												
	Inducción a la respuesta (sesgo)	Si												
		No												
	Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si												
		No												
Mide lo que pretende	Si													
	No													
Observaciones														

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir				
VALIDEZ				
Aplicable:		No aplicables:		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validador por:			Fecha	
Teléfono:		Correo:	C.I.	
Grado de instrucción:			Firma:	

Muchas gracias por su aporte

Apéndice C Validación de instrumentos por los expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información.

Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		X	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		X	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		X	
Su intuición sobre el tema abordado.			X

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta		X		Revisar debe hacer los cambios sugeridos.
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		X		
VALIDEZ				
Aplicable:		X		No aplicables:
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validador por:	Henry Vendoza-Juiles			Fecha: 29-11-2017
Teléfono:	0998965517			C.I.: 012222213
Grado de instrucción:	Master en Ciencias			Firma: 

Muchas gracias por su aporte.

Aplicación



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información. Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							X			

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	X		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		X	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		X	
Su intuición sobre el tema abordado.	X		

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
 TESIS DE GRADO



Formato para validar instrumentos por expertos

Técnica de recolección de datos		Encuesta: Dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar sus factores de responsabilidad social empresarial.																	
		1.a	2.a	3.a	4.a	1.b	2.b	3.b	4.b	1.c	2.c	3.c	4.c						
Ítems																			
Claridad en la redacción	Si		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No	X				X													
Coherencia Interna	Si			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No	X	X												X				
Inducción a la respuesta(sesgo)	Si	X																	
	No		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No	X	X							X									
Mide lo que pretende	Si	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No																		
Observaciones																			

Objetivo General: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Objetivos Específicos:

- Identificar los productores y exportadoras de mango de la ciudad de Guayaquil
- Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial
- Diseñar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial

Hipótesis: Si las empresas productoras y exportadoras de mango en Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.

Variables Dependientes: a.- Competitividad en los mercados internacionales
 b.- Exportaciones en el sector agrícola

Variable Independiente: Aplicación de la norma de responsabilidad social empresarial



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
 TESIS DE GRADO



ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta			X	
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación			X	
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial			X	
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir			X	- Información de la empresa - Profundizar en algunas de ellas.
VALIDEZ				
Aplicable:		No aplicables: ✓		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validador por:	PhD (c) Fúlbien Vilemas			Fecha: 20/04/2017
Teléfono:	0791579857	Correo: Segundo.villemas@ug.edu.ec		C.I. 06003165390
Grado de instrucción:	Doctor (c)			Firma:

Muchas gracias por su aporte.

Aplicación



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información. Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		X	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.	X		
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.			X
Su intuición sobre el tema abordado.		X	

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



Formato para validar instrumentos por expertos

Técnica de recolección de datos		Encuesta: Dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar sus factores de responsabilidad social empresarial.											
		1.a	2.a	3.a	4a	1.b	2.b	3.b	4.b	1.c	2.c	3.c	4.c
Clareidad en la redacción	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Coherencia Interna	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Inducción a la respuesta(sesgo)	Si												
	No	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Mide lo que pretende	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Observaciones													

Objetivo General: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.
Objetivos Específicos:
 -Identificar los productores y exportadoras de mango de la ciudad de Guayaquil
 -Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial
 -Diseñar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial

Hipótesis: Si las empresas productoras y exportadoras de mango en Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.

Variable Independiente: Aplicación de la norma de responsabilidad social empresarial
Variables Dependientes: a- Competitividad en los mercados internacionales
 b- Exportaciones en el sector agrícola



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
 TESIS DE GRADO



ASPECTOS GENERALES	SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta	X		
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		La idea es más clara de pasar a la práctica y comprender.
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir	X		
VALIDEZ			
Aplicable:	No aplicables:		
Aplicable atendiendo las observaciones			
Validador por:	Laura Paro Abreu MSc		
Teléfono:	0998685918		
Grado de instrucción:	MSc		
	Correo:	laura.paro@uniguayaquil.edu.ec	C.I.
			0906233790
	Fecha		24/06/2017
	Firma:		

Muchas gracias por su aporte.

Aplicación

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información. Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	X		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.	X		
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.	X		
Su intuición sobre el tema abordado.	X		

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Formato para validar instrumentos por expertos

*Técnica de recolección de datos cuantitativa													
Técnica de recolección de datos		Encuesta: Dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar sus factores de responsabilidad social empresarial.											
Ítems		1.a	2.a	3.a	4*	1.b	2.b	3.b	4.b	1.c	2.c	3.c	4.c
Claridad en la redacción	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Coherencia Interna	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Inducción a la respuesta(sesgo)	Si												
	No	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Mide lo que pretende	Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	No												
Observaciones													

Objetivo General: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Objetivos Específicos:

- Identificar los productores y exportadores de mango de la ciudad de Guayaquil
- Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial
- Diseñar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial

Hipótesis: Si las empresas productoras y exportadoras de mango en Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.

Variable Independiente: Aplicación de la norma de responsabilidad social empresarial

Variables Dependientes: a.- Competitividad en los mercados internacionales
b.- Exportaciones en el sector agrícola

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta		X		
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación		X		
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial		X		
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir		X		
VALIDEZ.				
Aplicable: X	No aplicables:			
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validador por:	Ing. Com. Ext. Margarita Denisse Avila Pita			Fecha 20/11/2017
Teléfono:	0980327209	Correo: m.denissavila@gmail.com		C.I. 0939974744
Grado de instrucción:	Ingeniera en Comercio Exterior			
Firma: 				

Muchas gracias por su aporte.

Aplicación



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado experto, el objetivo del presente cuestionario es analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.

Teniendo en cuenta su experiencia académica, investigadora y/o de gestión en este campo, ha sido seleccionado como experto para validar la escala diseñada para recopilar la información. Antes de realizar la consulta correspondiente, le agradeceríamos que responda las siguientes preguntas, para efectos de reforzar la validez de los resultados.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda el grado de conocimiento que usted posee acerca de los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en la producción y exportación de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico, valorando en una escala de 0 a 10 (Considere, 0 como no tener absolutamente ningún conocimiento y 10 pleno conocimiento de la problemática tratada).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	

2. De acuerdo a su experticia y formación académica valore los siguientes tópicos tratados en la siguiente matriz

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	X		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		X	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		X	
Su intuición sobre el tema abordado.	X		

Para efectuar la validación del instrumento, usted deber leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia y otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
TESIS DE GRADO



Formato para validar instrumentos por expertos

***Técnica de recolección de datos cuantitativa**

Técnica de recolección de datos		Encuesta: Dirigida al personal administrativo de las productoras y exportadoras de mango con el objetivo de analizar sus factores de responsabilidad social empresarial.											
		1.a	2.a	3.a	4.a	1.b	2.b	3.b	4.b	1.c	2.c	3.c	4.c
Items	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Claridad en la redacción	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Coherencia Interna	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inducción a la respuesta(sesgo)	Si	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	No	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lenguaje adecuado con el nivel del informante	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mide lo que pretende	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones													

Objetivo General: Analizar los factores de responsabilidad social empresarial que inciden en las productoras y exportadoras de mango en Guayaquil y el diseño de un plan estratégico.
Objetivos Específicos:
 -Identificar los productores y exportadoras de mango de la ciudad de Guayaquil
 -Analizar si las empresas productoras y exportadoras de mango cumplen con los factores de responsabilidad social empresarial
 -Diseñar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial
Hipótesis: Si las empresas productoras y exportadoras de mango en Guayaquil aplican la norma de responsabilidad social empresarial entonces estas podrán tener una mayor competitividad en los mercados internacionales y aumento de las exportaciones en el sector agrícola.
Variable Independiente: Aplicación de la norma de responsabilidad social empresarial
Variables Dependientes: a.- Competitividad en los mercados internacionales
 b.- Exportaciones en el sector agrícola



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
 TESIS DE GRADO



ASPECTOS GENERALES		SI	NO	RECOMENDACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder la encuesta		✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial		✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		✓		
VALIDEZ				
Aplicable:		No aplicables:		
Aplicable atendiendo las observaciones				
Validador por:	Brihan Borras Morán			Fecha
Teléfono:	0994501041			C.I.
Grado de instrucción:	Maestría			Firma:
				20/11/2017
				0917689779

Muchas gracias por su aporte.

Aplicación

Apéndice D Caracterización de los expertos

Experto	Puesto de trabajo actual	Área de docente
Blog. Henry Mendoza Avilés MSc	Universidad de Guayaquil	Coordinador de investigación de Comercio Exterior.
Phd. Fabian Vilema Escudero	Universidad de Guayaquil	Docente de la institución.
Ing. Agro. Laura Parismoreno Rivas	Universidad de Guayaquil	Docente en área de investigación en la facultad de Agronomía
Ing. Margarita Denisse Ávila Pita	Universidad de Guayaquil	Asistente de investigación y ayudante de cátedra .
Ing. Cristian Correa Morán	Universidad de Guayaquil	Docente de la institución

Apéndice E Formato de entrevista



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



Entrevistas realizadas al personal administrativo de las empresas productoras y exportadoras de mango.

Entrevista N° _____

Entrevistado

Desarrollo de la entrevista

SECTOR PRODUCTIVO

1.- Según su criterio. ¿El cumplimiento de normativas internacionales dentro del comercio exterior favorece a la producción? ¿Qué certificaciones considera que son más relevantes y por qué?

2.- En cuanto a su experiencia ¿Cuál es el mercado internacional con mayor demanda en la compra de mangos y cuáles son sus exigencias?

3.- Según su criterio. ¿De qué manera impacta en el desarrollo de la empresa y en sus factores internos y externos de producción la aplicación de una guía de responsabilidad social empresarial?

4.- Basado en el supuesto que la empresa cuente con una certificación o programa internacional de Responsabilidad Social Empresarial ¿Cuál sería la importancia de que la empresa tenga este esquema de buenas prácticas empresariales?

5.- Según su criterio. ¿Cuál es la importancia de que las empresas productoras y exportadoras de frutas no tradicionales sean acreditadas ante el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social (CERES)?

Entrevistas realizadas al personal administrativo de la universidad

Entrevista N° _____

Entrevistado**Desarrollo de la entrevista****UNIVERSIDADES**

1.- Según su criterio. ¿Qué competencias usted considera que los alumnos van a obtener con la enseñanza y aplicación de la guía de responsabilidad social empresarial?

2.-Según su criterio. ¿De qué manera las universidades podrían promover la norma de responsabilidad social empresarial en el país?

3.- Según su criterio ¿Considera usted que la capacitación de la norma de responsabilidad social en los alumnos brindara la sostenibilidad en las empresas que ejecuten en el futuro?

4.-Según su criterio. ¿Actualmente cuáles son los mecanismos o herramientas más importantes para la capacitación de los estudiantes con respecto a las empresas?

5.-Según su criterio ¿Qué competencia considera usted que se logre en los alumnos con la enseñanza de los requisitos y normativas que requieren La Unión Europea y Estados Unidos para la importación de productos en sus países?

Entrevistas realizadas a entidades del sector publico

Entrevista N° _____

Entrevistado**Desarrollo de la entrevista****GOBIERNO**

1.-¿Actualmente las instituciones del estado promueven la implementación de certificaciones y normas de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango y que tipo de acción promueven para el ejercicio del mismo?

2. ¿Cuáles son las certificaciones y normativas que deben portar las productoras y exportadoras de mango para poder exportar a mercados internacionales?

3.- De qué manera la institución actúa para promover las exportaciones de mango en el país?

4.- ¿Cuál es la participación de la institución en las actividades de exportación de mango en el país?

5.- Según su criterio. ¿Las instituciones públicas y privadas deberían priorizar que las empresas posean certificaciones internacionales y normativas al momento de buscar proveedores?

Apéndice F Fotografías del levantamiento de la información

Fotografía 1: Entrevista con la Ing. Teodora Magallanes- Asesora Técnica en MAGAP



Fotografía 2: Entrevista en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca



Fotografía 3: Entrevista en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro



Fotografía 4: Entrevista al Ing. David Salas - Inspector y autoridad fitosanitaria en AGROCALIDAD



Fotografía 5: Entrevista en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-Departamento de investigación



Fotografía 6: Entrevista al Ing. Ricardo Chiriboga- Gerente de Pilot S.A



Fotografía 7: Tabulación de encuestas realizadas en el laboratorio de computación



Fotografía 8: Entrevista realizada a la Ing. Margarita Ávila



Fotografía 10: Entrevista al PhD Roberto González

Apéndice G Perfiles profesionales de los expertos

Perfil de expertos

A continuación, se detallan breves biografías de los docentes expertos que brindaron el soporte requerido con la validación en los instrumentos de encuesta y entrevista para la realización de una tesis bien fundamentada.

Los docentes colaboradores son:

- Blgo. Henry Mendoza Avilés
- Phd. Fabian Vilema Escudero
- Ing. Agro. Laura Lucia Parismoreno Rivas
- Ing. Margarita Denisse Ávila Pita
- Ing. Cristian Correa Morán

Blgo. Henry Mendoza Avilés



Biólogo Henry Mendoza Avilés, Msc - Universidad de Guayaquil

Diplomado Superior en Manejo Ambiental- Escuela Superior

Politécnica del litoral

Magister en Educación Superior- Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Diplomado Superior en sistemas de Educación Superior Modular basados en créditos acumulables y transferibles.

Experto en temas de certificaciones internacionales, políticas nacionales e internacionales relacionadas a la sustentabilidad.

Phd. Fabian Vilema Escudero

Phd. Fabian Segundo Vilema Escudero de nacionalidad ecuatoriana con Cedula de ciudadanía 0603165390.

Es doctor en administración de negocios, economista con especialización en gestión pública. Es magister en comercio exterior y procesos de integración título otorgado en la universidad de Buenos Aires, Argentina.

Es magister en Cambio climático. Ha realizado varias publicaciones en artículos científicos en los cuales destacan los siguientes:

- Generación de energía eléctrica a través de un sistema fotovoltaico para escuelas ubicadas en la zona de acceso fluvial de la Isla Puna
- Análisis Económico Electoral en el Ecuador a partir de datos de Panel.
- Efecto Cultural en los negocios entre países de la Comunidad Andina de Naciones y Mercado Común
- Banana Republic
- Desigualdad y pobreza en la Comunidad Andina

En el año 2011 obtuvo el premio de investigación al mejor Caso de Estudio del Congreso Sociedad Latinoamericana de Estrategia (SLADE)

Ing. Agro. Laura Lucia Parismoreno Rivas

Ing. Agro. Laura Parismoreno Rivas de nacionalidad ecuatoriana. Master en Biotecnología Agrícola Espol. Es docente en la facultad de agronomía desde el año 2012. Laboro en el instituto de Agrocalidad como inspectora desde el año 2010 hasta 2011.

Directora de treinta y dos tesis de grado para ingenieros agrónomos e ingenieros agropecuarios. Laboro como docente en las cátedras de fitopatología y Cultivos además de responsable del laboratorio de propagación in Vitro de plantas en la Espol. Laboro como investigadora en el laboratorio de biotecnología en INIAP en el año 1986.

Ha realizado valiosas publicaciones entre ellas se destacan:

- Los clones en la agricultura
- Tecnología al servicio del agro (Diario El Universo)

Ha participado en varios proyectos semillas entre ellos, el rescate de materia Vegetal in Vitro de frutales nativos de la costa ecuatoriana en peligro de extinción.

Ha obtenido varias distinciones entre las cuales se destacan:

- Segundo Congreso Internacional de Cultivos de Células y tejidos vegetales
- Mención de honor por la participación en la II Feria Expo Orientación.
- Condecoración al mérito científico por el Colegio de Ingenieros Agrónomos

Ing. Margarita Denisse Ávila Pita**Educación Superior**

Ing. En comercio Exterior

Facultad de Ciencias Administrativa- Universidad de Guayaquil.

Expediente de empleo

Asistente de Investigación y ayudante en las asignaturas Planeación estratégica, Negociación y solución de conflictos, trabaja con el Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay, MBA

Cursos

Investigaciones sobre Responsabilidad social universitaria, Responsabilidad Social organizacional, Emprendimiento en las Universidades, Negocios Internaciones y Solución de conflictos.

Ha participado en congresos internaciones, IV congreso Internacional de Emprendimiento AFIDE 2016 en la ciudad de Montevideo-Uruguay en la elaboración e artículos científicos regionales y de alto impacto Scopues.

Simposio Internacional de Responsabilidad Social Organizacional SIRSO 2016 Bogota- Colombia. Congreso Internacional de Clustering 2016 en Valencia- España, Congreso Internacional de Marketing en la ciudad de Guayaquil- Ecuador.

Ing. Cristian Correa Morán

Graduado de School of Management ESPOL.

Docente en la Universidad de Guayaquil, profesor de legislación aplicada a las TICs, operaciones de medios de transporte, operaciones portuarias, normativa de intercambio comercial, trámites Aduaneros, normas de valoración, créditos documentarios,

distribución física internacional.

Especialista en gestión ZEDE y comercio

Analistas Informáticos II- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador