

Artículo de Investigación

Responsabilidad Social Empresarial en la sostenibilidad ambiental de Sucre, Manabí, Ecuador

Corporate Social Responsibility in the environmental sustainability of Sucre, Manabí, Ecuador

Ana Cecilia Vélez-Falcones¹: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

anac.velez@uleam.edu.ec

Alan Emilio Garcia-Bermudez: Universidad Técnica de Manabí, Sucre, Manabí, Ecuador.

alan.garcia@utm.edu.ec

Santiago David Demera-Centeno: Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

santiago.demera@utm.edu.ec

Jenny Carolina Herrera-Bartolome: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

jenny.herrera@uleam.edu.ec

Gema Viviana Carvajal-Zambrano: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

gema.carvajal@uleam.edu.ec

Gladys Germania Salazar-Olives: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

gladys.salazar@uleam.edu.ec

Derli Francisco Álava-Rosado: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

derli.alava@uleam.edu.ec

Fecha de Recepción: 13/10/2025

Fecha de Aceptación: 14/11/2025

Fecha de Publicación: 19/11/2025

Cómo citar el artículo

Vélez-Falcones, A. C., Garcia-Bermudez, A. E., Demera-Centeno, S. D., Herrera-Bartolome, J. C., Carvajal-Zambrano, G. V., Salazar-Olives, G. G. y Álava-Rosado, D. A. (2026). Responsabilidad Social Empresarial en la sostenibilidad ambiental de Sucre, Manabí, Ecuador. [Corporate Social Responsibility in the environmental sustainability of Sucre, Manabí, Ecuador]. *European Public & Social Innovation Review*, 11, 01-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2074>

¹ Autor Correspondiente: Ana Cecilia Vélez-Falcones. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador).

Resumen

Introducción: El estudio investiga la interacción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y estrategias ambientales y su impacto en la competitividad de las empresas del Cantón Sucre, Manabí Ecuador. **Metodología:** Mediante un diseño descriptivo basado en escenarios con 140 participantes, esta investigación explora cómo la responsabilidad social empresarial influye en el comportamiento de compra de consumidores. Además, se examinan los efectos percepción pública, como la confianza de los consumidores y disminuir los riesgos empresariales. **Resultados:** Muestran que el 56% de los consumidores valora positivamente el compromiso ambiental, y el 53% muestra alta intención de visitar negocios con RSE. Sin embargo, el 39% tiene percepción neutral sobre la gestión de desperdicios, indicando riesgos de lavado verde. **Discusión:** Los Hallazgos la investigación revela que las empresas cantón Sucre deben priorizar la RSE no solo como un requisito legal, sino como una conciencia clara del impacto ambiental y social de sus actividades. **Conclusiones:** La RSE estratégica impulsa la sostenibilidad, competitividad, pero requiere métricas estandrizadas y regulaciones como "Punto Verde" para apoyar a las PYMEs. Sucre puede ser un modelo sostenible, aunque persisten brechas en auditorías ambientales. Futuras investigaciones deben desarrollar indicadores prácticos para medir el impacto social y ambiental.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial; Estrategias ambientales; Competitividad empresarial; Comportamiento de compra; Percepción pública; Confianza del consumidor; Reciclaje; Tecnología ambiental.

Abstract

Introduction: This study investigates the interaction of Corporate Social Responsibility (CSR) and environmental strategies and their impact on the competitiveness of companies in the Canton of Sucre, Manabí, Ecuador. **Methodology:** Using a descriptive scenario-based design with 140 participants, this research explores how corporate social responsibility influences consumer purchasing behavior. Additionally, the effects on public perception, such as consumer trust and reduced business risks, are examined. **Results:** Results: 53% of respondents have a positive purchasing intention toward companies that implement Corporate Social Responsibility activities. Furthermore, positive perceptions about environmental management and recycling programs are shown, with 42% suggesting that companies should attract consumers and improve business competitiveness. **Discussions:** The findings of this research reveal that companies in the Sucre Canton must prioritize CSR not only as a legal requirement, but also as a clear awareness of the environmental and social impact of their activities. **Conclusions:** The implementation of environmental technology and satisfaction with businesses that promote Corporate Social Responsibility programs reflect that consumers value these efforts, which could increase loyalty and trust in companies.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Environmental Strategies; Business Competitiveness; Purchasing Behavior; Public Perception; Consumer Trust; Recycling; Environmental Technology.

1. Introducción

El cambio climático y las amenazas ambientales han posicionado la sostenibilidad como un eje estratégico del sector empresarial (Sharma y Changkakati, 2022). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) enfrenta desafíos políticos, sociales, ambientales y económicos, además de obstáculos como infraestructura limitada, carencia de capacidades de gestión, acceso restringido a tecnologías y ausencia de políticas públicas (Rodríguez, 2021). Estos factores afectan la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), dificultando su crecimiento en mercados competitivo.

En América Latina, la RSE está en etapas iniciales, requiriendo una adaptación a contextos culturales, económicos y sociales específicos (Capito, 2025). Definida como un conjunto de iniciativas que mejoran las condiciones laborales y generan beneficios sociales (Hernández *et al.*, 2022), la RSE debe integrarse en la misión y operaciones empresariales para fortalecer modelos de negocios y las relaciones con los grupos de interés, basadas en una ética de corresponsabilidad.

En el Cantón Sucre, provincia de Manabí, Ecuador, una minoría de empresas han adoptado la RSE con un enfoque en sostenibilidad ambiental, especialmente en sectores industriales y agropecuarios. Prácticas como la gestión responsable de residuos, la reforestación y el uso eficiente de recursos, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ha permitido reducir la contaminación y preservar los ecosistemas. Estas iniciativas no solo han fortalecido una cultura organizacional ecoeficiente, sino que también han mejorado la calidad de vida local, demostrando que el desarrollo económico sostenible es viable en conjunto con la protección ambiental.

La implementación constante de prácticas sostenible en el Cantón Sucre podría potenciar PYMEs para superar limitaciones estructurales y tecnológicas (Rodríguez, 2021) mediante innovaciones que generen valor compartido. Este enfoque no solo fortalece la resiliencia empresarial frente a retos globales, sino que también posiciona al Cantón Sucre como un modelo de desarrollo sostenible, con un impacto positivo en la sociedad y un precedente para otras regiones.

1.1. Revisión de la literatura

La implementación de prácticas responsables involucra a empresas públicas y privadas, empleados, clientes y comunidades, fortaleciendo las relaciones comerciales internacionales y aumentando la competitividad empresarial (Carrillo *et al.*, 2022). Asimismo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) impulsa la sostenibilidad ambiental al apoyar a las instituciones mediante el diseño de políticas y reglamentos que difunden el valor organizacional (Afsa y Umrani, 2023). La sostenibilidad ambiental implica el uso responsable de los recursos para garantizar su disponibilidad para las generaciones futuras (Ahmad *et al.*, 2023).

El Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE, 2014) desarrolló la herramienta "Punto Verde" para fomentar la competitividad del sector industrial y de servicios, incentivando prácticas productivas y de servicios sostenibles. La RSE implica que las empresas asuman activamente sus responsabilidades hacia la sociedad, el medio ambiente y las partes interesadas, con el objetivo de obtener beneficios económicos (Ge *et al.*, 2024). Esto mejora la percepción pública, fortalece la confianza y reduce los riesgos en la gestión y crecimiento empresarial (Zaid *et al.*, 2023). La calidad de las auditorías de gestión ambiental es un indicador clave de la autenticidad y transparencia de la información divulgada, influyendo en la confianza de las partes interesadas (Wang *et al.*, 2023).

En Ecuador, la calidad ambiental y los derechos de la naturaleza son prioritarios para un modelo de desarrollo sostenible (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024). La gestión ambiental propone acciones concretas para prevenir y mitigar daños al entorno, siendo la planificación del desarrollo regional un componente esencial (Pimentel *et al.*, 2023). Un modelo de gestión de RSE permite a las empresas contribuir activamente al mejoramiento social, económico y ambiental, generando beneficios para todos (Poveda y Párrales, 2018). Este compromiso promueve, desde los sectores productivos, la ejecución de acciones de sostenibilidad ambiental conforme a las políticas y normas nacionales.

El Plan Nacional del Buen Vivir (2021) señala que la calidad del agua en la región no cumple con los estándares internacionales, y el tratamiento para el consumo humano es insuficiente. Además, en 2020, la producción per cápita de residuos sólidos en Manabí fue de 0,71 kg por día, inferior a la media nacional (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021). Estos problemas ambientales afectan al 49% de las personas mayores de 12 años, y el 41,3% de los jóvenes consideran la conservación ambiental una prioridad (Ramirez, 2022).

Entre los desafíos ambientales destacan la contaminación por la tala indiscriminada de árboles, la quema excesiva y el desperdicio doméstico, que generan desequilibrios sociales, económicos y políticos (Rosete *et al.*, 2023). A pesar de la literatura existente sobre Responsabilidad social y normativas vigentes, hay varias brechas en la práctica de sostenibilidad que justifican la necesidad del estudio, se requiere un seguimiento y control de la gestión ambiental, así como un compromiso empresarial para cumplir con normas y reglamentos. Para garantizar el futuro de empresas que generen cuidado y protección al medio ambiente, para alcanzar el máximo la preservación de recursos naturales y culturales el sector. Las preguntas de investigación clave incluyen:

1. ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en las interacciones entre empresas, comunidad y gobierno?
2. ¿Cómo varían las percepciones sobre la gestión de desperdicios por parte de los propietarios de negocios de los habitantes?
3. ¿Qué factores influyen en la práctica sustentable de visitantes a empresas que cumplen con normativas de responsabilidad social empresarial?

1.2. Objetivos e hipótesis del estudio

Esta investigación tiene como objetivo analizar la correlación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el nivel de actividades de sostenibilidad ambiental en Sucre, Manabí, para contribuir al desarrollo sostenible del país.

Para abordar este objetivo, se han formulado las siguientes hipótesis:

1. ¿La responsabilidad social empresarial incide positivamente en las interacciones entre empresas, comunidad y gobierno?
2. ¿Las percepciones sobre la gestión de desperdicios por parte de los propietarios de negocios, afecta, negativamente en crecimiento económico, social del Cantón Sucre?
3. ¿La práctica sustentable de visitantes a empresas que cumplen con normativas de respuesta de RSE, fomentan la transparencia y confianza de clientes en las empresas locales?

Las hipótesis, mencionadas guían el diseño del estudio y con el análisis de los datos, proporcionando una revisión literaria para comprender las dinámicas sociales empresariales.

1.3. Importancia del estudio

Este estudio es relevante porque aborda desafíos urgentes como el cambio climático y la sostenibilidad ambiental, que afectan a nivel mundial. La RSE se posiciona como una herramienta estratégica para que las empresas mitiguen estos problemas, generando beneficios ambientales y sociales. En un contexto donde la acción empresarial es esencial para cumplir metas de sostenibilidad global, esta investigación subraya la importancia de integrar prácticas responsables en la gestión corporativa (Sharma y Changkakati, 2022).

La investigación tiene un valor particular para Ecuador, específicamente en la provincia de Manabí, donde persisten problemas como la baja calidad del agua y la gestión inadecuada de residuos (INEC, 2021). Al analizar la relación entre la RSE y la sostenibilidad ambiental en Sucre, el estudio puede ofrecer soluciones prácticas para enfrentar estos retos, alineándose con las prioridades de desarrollo sostenible del país y mejorando las condiciones de vida en la región.

Finalmente al integrar la RSE no solo contribuye a la sostenibilidad ambiental, sino que también otorga ventajas competitivas a las empresas, fortaleciendo su relación con grupos de interés como clientes y comunidades (Hernández *et al.*, 2022). Este estudio puede guiar a las organizaciones en la adopción de prácticas responsables que mejoren su reputación, reduzcan riesgos y las positionen favorablemente en un mercado global cada vez más enfocado en la responsabilidad ambiental.

2. Metodología

El estudio cuantitativo corresponde la formulación de hipótesis, que consiste en declaraciones de resultados, relaciones al tema de investigación (Barroga y Matanguihan, 2022). Además, la técnica de investigación cuantitativa permite obtener facilidades en la determinación de datos y el análisis estadístico, logrando así la fiabilidad de la información. (Alem, 2020) El enfoque de diseño descriptivo para este estudio permite a investigadores identificar las perspectivas de encuestados sobre un grupo de personas y tema objeto de estudio (Babbie, 2020) Recopilar datos cuantitativamente, utilizando frecuencias, porcentajes, figuras, promedios, análisis estadísticos para identificar relaciones de variables.

2.1. Procedimiento de Muestreo

Se seleccionó el Cantón Sucre provincia de Manabí, Ecuador, para este estudio, debido a su rápido crecimiento empresarial del sector. La mayoría de las organizaciones involucradas en Responsabilidad Social Empresarial. Clientes de este sector tendrán conocimiento sobre el tema (Lim *et al.*, 2024).

Se utilizó un muestreo intencional, puesto que, datos recopilados es de consumidores que han tenido experiencias o realizada compra de bienes o servicios en establecimientos del sector. De hecho, el muestreo intencional es idóneo, para la selección de grupo específico de interés con características similares de acuerdo con a criterio del investigador. (Campbell, *et al.*, 2020).

Se establece muestra representativa de 140 consumidores de establecimientos, y el presente estudio con un cuestionario de 10 respuestas, la investigación de comportamiento debe tener tamaños de muestra de mínimo 30 hasta 500, ya que un tamaño de muestra superior a 500 puede generar errores de tipo II (Memon, *et al.*, 2020).

2.2. Procesamiento de datos

El análisis de datos se realizó mediante el sistema SPSS, utilizando escala Likert y con la medición de variables a través de Alfa de Cronbach para dar confianza a la presente investigación.

3. Resultados

De acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Censos (23), la población de Sucre- Manabí, Ecuador es de 62.841 habitantes. EL Cantón posee dos parroquias Urbanas (Bahía de Caráquez y Leonidas Plaza) y dos Rurales (Charapotó y San Isidro). Se ha optado por realizar encuestas con el propósito de identificar la responsabilidad social empresarial más eficaces para influir en la decisión de compra de los consumidores para la sostenibilidad ambiental del cantón Sucre, seleccionando intencionalmente a 140 personas.

El análisis de fiabilidad mostró que el Alfa de Cronbach es una medida que evalúa la consistencia interna de un conjunto de ítems, en este caso, 8 elementos. Un valor de 0.932 en el Alfa de Cronbach indica una alta consistencia interna, lo que sugiere que los ítems del cuestionario o escala están altamente correlacionados y miden de manera confiable el constructo subyacente, como se presenta en la tabla 1.

Tabla 1.

Estudio de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0,932 | 8 |

Fuente: Elaboración por autores, 2025.

En 2022, las empresas en Ecuador destinaron más de 40 millones de dólares a bienes y servicios ambientales. La mayor parte de estas inversiones, un 29,3 %, se concentró en la distribución de agua y alcantarillado. La explotación de minas y canteras fue la segunda actividad económica en términos de inversión ambiental, con un 18,6 % de empresas involucradas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022).

Tabla 2.

Proporción de Empresas que realizan inversión ambiental en Ecuador

| Actividad Económica | 2021 | 2022 |
|---|-------|-------|
| Distribución de agua, alcantarillado, gestión | 28,3% | 29,3% |
| Eplotación de Minas y Canteras | 17,1% | 18,6% |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire | 17,6% | 10,0% |
| Industria manufacturera | 5,4% | 6,1% |
| Otras actividades económicas | 0,4% | 0,5% |

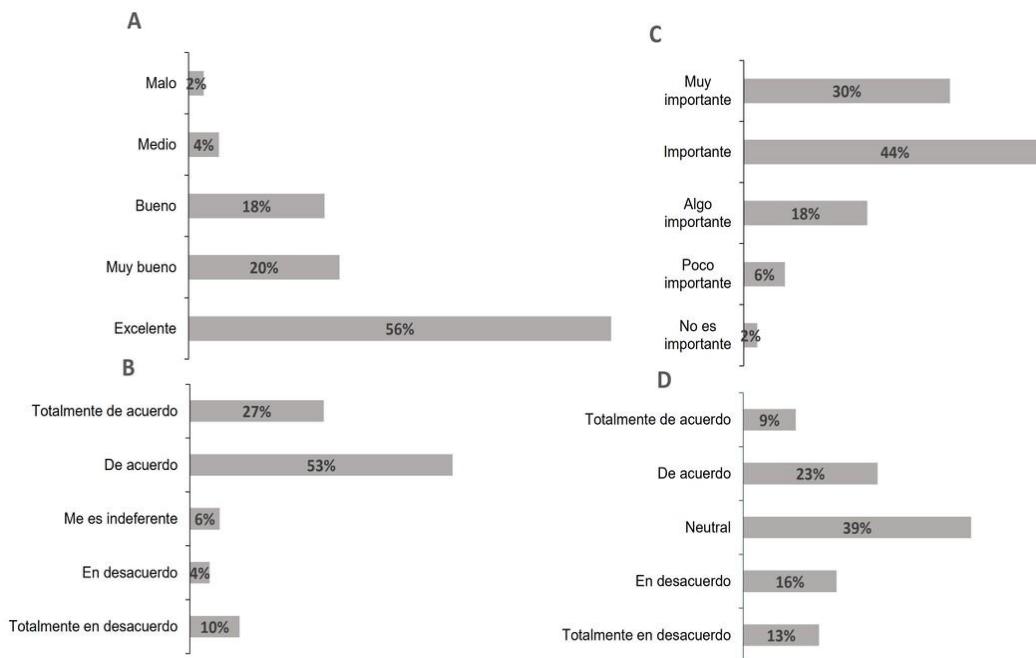
Fuente: Elaboración por autores con a (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022).

Se destaca el impacto positivo de las visitas de inversores institucionales a las empresas en el desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial y que para mejor desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial, beneficiará a socios (Diminución de riesgos operacionales entre otros).

El análisis de mediación confirma la función del control interno y la calificación de información para explicar las posibles actividades afectan el desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial (Liu y Hou, 2023).

Figura 1.

Calificación de los consumidores sobre el compromiso ambiental de los emprendimientos al momento de la compra (A); Intención de visita a emprendimientos con responsabilidad social empresarial (B); Importancia de la responsabilidad social empresarial en la comunidad según los consumidores (C); Percepción sobre la gestión de desperdicios por parte de los propietarios de negocios (D)



Fuente: Elaboración por autores, 2025

(A) Con relación a la calificación de consumidores califican el compromiso ambiental de organizaciones como excelente por un el 56% de los consumidores califican el compromiso ambiental de los emprendimientos como excelente, seguido por un 20% que lo considera muy bueno. Solo un 2% lo califica como malo. Estos resultados indican una percepción positiva generalizada sobre las prácticas ambientales de las empresas, es posible que influya en la decisión de compra y la fidelidad de los consumidores.

(B) La intención de visita a empresas con responsabilidad social empresarial es alta, con un 53% de los encuestados de acuerdo y un 27% totalmente de acuerdo. Solo un 10% está totalmente en desacuerdo. Estos datos sugieren que la RSE es un factor importante para atraer a consumidores, destacando la necesidad de que los negocios implementen prácticas responsables para mejorar su atractivo y competitividad en un mercado.

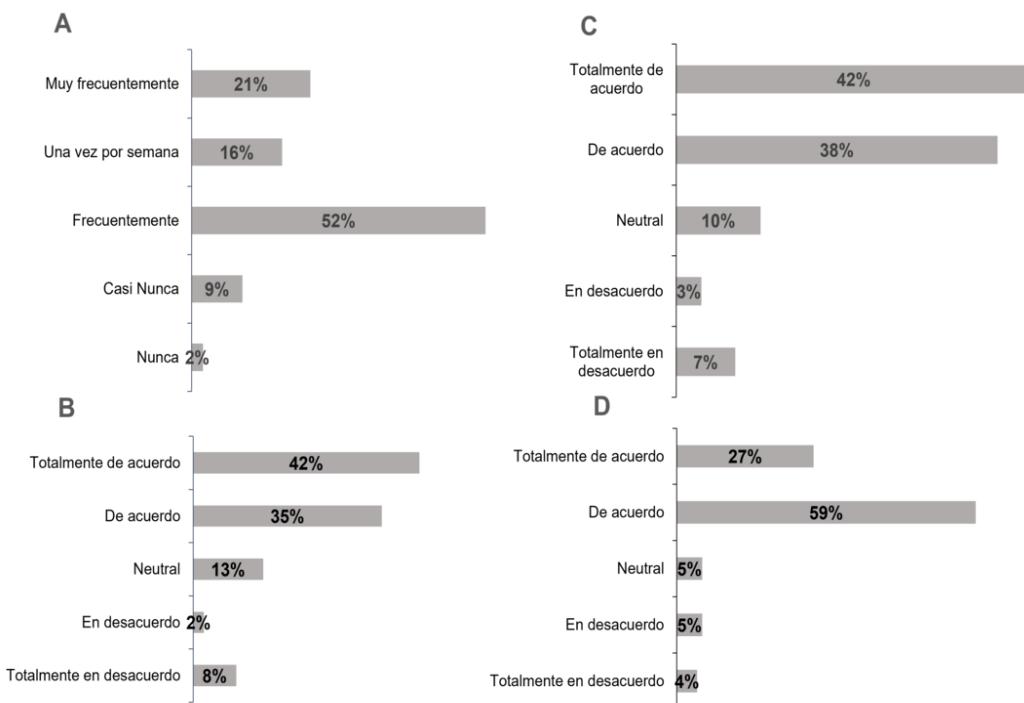
(C) La figura revela que el 44% de los consumidores consideran la responsabilidad social empresarial como importante y el 30% como muy importante. Solo un 2% opina que no es importante. Esto refleja una fuerte demanda por parte de la comunidad hacia las empresas para que adopten prácticas responsables, esto conlleva a fortalecer las relaciones con los grupos de interés y mejorar la imagen corporativa.

(D) La percepción sobre la gestión de desperdicios muestra que el 39% de los encuestados

están neutrales, mientras que el 23% están de acuerdo y el 16% en desacuerdo. Estos resultados indican que hay una variabilidad en la percepción de la gestión de desperdicios, sugiriendo que aún hay espacio para mejorar las prácticas de manejo de residuos y aumentar la conciencia ambiental entre los propietarios de negocios.

Figura 2.

Frecuencia de visitas a emprendimientos con responsabilidad social empresarial (A); Opinión sobre la implementación de programas de reciclaje en los emprendimientos (B); Opinión sobre la implementación de tecnología de sistema ambiental para mejorar la atención al cliente en los negocios (C); Satisfacción con negocios que fomentan programas de responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad ambiental



Fuente: Elaboración por autores (2025).

(A) Se demuestra que el 52% de los consumidores visitan frecuentemente emprendimientos con responsabilidad social empresarial, y el 21% lo hace muy frecuentemente. Solo un 2% nunca los visita. Esto vincula que las prácticas de RSE pueden ser un factor determinante en la frecuencia de visitas, incentivando a los negocios a adoptar estas prácticas para atraer consumidores, y aumento de rentabilidad.

(B) La opinión sobre la implementación de programas de reciclaje es mayoritariamente positiva, con un 42% totalmente de acuerdo y un 35% de acuerdo. Solo un 2% está en desacuerdo. Estos datos sugieren que los consumidores valoran los esfuerzos de reciclaje, lo cual puede mejorar la percepción pública y la reputación de los emprendimientos que implementan estos programas.

(C) La implementación de tecnología de sistema ambiental para mejorar la atención al cliente es vista favorablemente, con un 42% totalmente de acuerdo y un 38% de acuerdo. Solo un 7% está totalmente en desacuerdo. Esto indica que los consumidores aprecian la integración de tecnología ambiental, es probable mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del consumidor.

(D) La satisfacción con negocios que fomentan programas de RSE para la sostenibilidad ambiental es alta, con un 59% de acuerdo y un 27% totalmente de acuerdo. Solo un 4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan que los consumidores valoran esfuerzos de sostenibilidad, esto podría establecer aumento de lealtad y la confianza en los negocios que promueven la Responsabilidad Social Empresarial.

4. Discusión

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge como un componente estratégico en la gestión organizacional, impulsada tanto por expectativas sociales como por la necesidad de competitividad en un entorno global dinámico. Si bien estudios como el de Villacis *et al.* (2022) destacan la relevancia de la preocupación ambiental y el comportamiento ecológico en el desarrollo sostenible, es clave analizar no solo los beneficios, sino también las limitaciones y posibles contradicciones de estas prácticas.

Por ejemplo, el 39% de los encuestados considera la gestión de desperdicios como un factor clave en la intención de compra; sin embargo, esta percepción puede estar influenciada por campañas de marketing que proyectan una imagen de sostenibilidad sin un impacto real, un fenómeno conocido como lavado verde. Esta práctica plantea preguntas sobre la autenticidad de las iniciativas de RSE y su verdadera contribución al medio ambiente.

La relación entre RSE y lealtad del consumidor, como señalan Kim *et al.* (2025), es innegable, pero merece un análisis más profundo. Las percepciones de los consumidores pueden estar sesgadas por narrativas corporativas bien elaboradas, lo que sugiere que la lealtad podría depender más de la imagen proyectada que de resultados concretos. Schaefer *et al.* (2023) refuerzan esta idea, indicando que los mensajes centrados en la reputación impulsan significativamente el gasto y la satisfacción, con un 53% de encuestados mostrando una intención de compra positiva hacia empresas con actividades de RSE.

Sin embargo, esta conexión plantea una paradoja: ¿hasta qué punto la RSE es una respuesta genuina a las demandas sociales y no una estrategia de relaciones públicas diseñada para maximizar beneficios económicos? La falta de métricas estandarizadas para evaluar el impacto real de las iniciativas de RSE dificulta determinar si estas acciones generan un cambio sustantivo o simplemente responden a tendencias de mercado.

La distinción entre RSE táctica y estratégica, propuesta por Bansal *et al.*, (2025), ofrece un marco útil para analizar la sostenibilidad de estas iniciativas. Mientras que la RSE táctica, con horizontes temporales cortos y bajos recursos, tiende a ser más vulnerable en tiempos de crisis económica, la RSE estratégica, que implica compromisos a largo plazo y ajustes estructurales, parece más resiliente.

No obstante, esta dicotomía pone en evidencia una limitación estructural: las empresas con menos recursos, a menudo pymes, pueden carecer de la capacidad para implementar estrategias de RSE de largo alcance, lo que perpetúa desigualdades en la adopción de prácticas sostenibles. Además, Aronson *et al.*, (2025) destacan que las organizaciones más innovadoras participan en una mayor diversidad de iniciativas de RSE, pero esta ventaja competitiva puede ampliar la brecha entre grandes corporaciones y empresas más pequeñas, limitando el impacto transformador de la RSE a nivel sistémico.

Otro aspecto crítico es la percepción de los consumidores sobre la importancia de la RSE, con un 44% considerándola relevante (Kuo *et al.*, 2021). Aunque esta expectativa refleja un cambio cultural hacia la valoración del equilibrio entre crecimiento empresarial y progreso social, también genera presión sobre las empresas para cumplir con estándares que a veces son ambiguos o contradictorios.

Por ejemplo, la exigencia de maximizar la riqueza de los accionistas mientras se promueven oportunidades para minorías desfavorecidas o se protege el medio ambiente (De Oliveira *et al.*, 2024) puede generar tensiones internas, especialmente en contextos donde los recursos son limitados. Esta dualidad plantea la pregunta de si las empresas pueden realmente equilibrar estas prioridades sin comprometer alguna de ellas, o si la RSE se convierte en un ejercicio de compensación entre intereses económicos y sociales.

La implementación de programas de reciclaje, valorada positivamente por el 42% de los encuestados, ilustra los beneficios de la RSE en la sostenibilidad ambiental y el compromiso de los empleados (Silva *et al.*, 2025). Sin embargo, estos programas a menudo se centran en acciones visibles y fáciles de comunicar, como el reciclaje, mientras que problemas más complejos, como la reducción de emisiones de carbono o la gestión de cadenas de suministro éticas, reciben menos atención. Esto sugiere que las empresas podrían estar priorizando iniciativas de alto impacto mediático sobre aquellas con un impacto ambiental alto pero menos visibles.

Desde una perspectiva gerencial, Huerta y García (2009) argumentan que la gestión ambiental es una responsabilidad interna que define las acciones de la empresa hacia su entorno. No obstante, esta visión puede ser criticada por su enfoque endógeno, que a veces ignora las presiones externas, como regulaciones gubernamentales o expectativas de los consumidores, que suelen ser los verdaderos catalizadores de cambio.

Pérez *et al.* (2016) refuerzan esta idea al destacar que la RSE no solo responde a requisitos legales, sino a una conciencia del impacto de las industrias en la sociedad. Sin embargo, la carencia de regulaciones globales estandarizados permite que algunas empresas adopten prácticas de RSE mínimas para cumplir con normativas locales, mientras evaden responsabilidades en contextos menos regulados.

El modelo de Creación de Valor Compartido (CSV) propuesto por Holgado (2023) ofrece una alternativa prometedora al enfoque tradicional de RSE, al integrar la generación de valor económico con el impacto social y ambiental. Sin embargo, este modelo no está exento de críticas. Su énfasis en la innovación y la competitividad puede marginalizar a las empresas que carecen de recursos para invertir en procesos o productos innovadores, lo que limita su aplicabilidad universal. Además, Valencia y Esquivel (2022) sugieren que un compromiso auténtico con la RSE genera beneficios económicos a largo plazo, pero la medición de estos beneficios sigue siendo un desafío, ya que los indicadores financieros tradicionales no siempre capturan el valor social o ambiental generado.

Finalmente, Mendoza *et al.*, (2023) subrayan la importancia de la RSE como base para investigaciones futuras, proporcionando mecanismos para evaluar el desempeño sostenible. Sin embargo, las empresas necesitan desarrollar marcos de evaluación más prácticos que vayan más allá de métricas superficiales, como el porcentaje de materiales reciclados, y aborden indicadores más complejos, como el impacto en las comunidades locales o la huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor.

5. Conclusiones

La investigación en el Cantón Sucre, Manabí, demuestra que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) promueve la sostenibilidad ambiental mediante prácticas como la gestión eficiente de residuos y la reforestación, fortaleciendo la competitividad de las empresas. Con un Alfa de Cronbach de 0.932, el 56% de los consumidores califica positivamente el compromiso ambiental, aunque el 39% mantiene una percepción neutral sobre la gestión de desperdicios, evidenciando riesgos de lavado verde. La adopción de una RSE estratégica es clave para el desarrollo de las PYMEs, pese a las limitaciones estructurales y tecnológicas que enfrentan.

Las prácticas de RSE, como reciclaje y tecnologías ambientales, atraen consumidores (53% de intención de visita) y aumentan la lealtad (59% satisfechos). Sin embargo, las empresas deben abordar problemas complejos como emisiones para evitar acciones superficiales. El gobierno puede apoyar a las PYMEs con regulaciones y herramientas como "Punto Verde". El modelo de Creación de Valor Compartido requiere métricas más robustas para contextos como Manabí.

Sucre puede ser un modelo de desarrollo sostenible, pero la carencia de estandarización en auditorías ambientales y narrativas corporativas limita la RSE. Las empresas deben integrar la RSE estratégicamente para un impacto duradero. Futuras investigaciones deben explorar dinámicas entre empresas y desarrollar indicadores prácticos para medir el valor social y ambiental.

6. Referencias

- Afsar, B., Bibi, A. y Umrani, W. A. (2023). Strategic HRM and environmental performance the role of corporate environmental policies and employees' eco-initiatives. *European Journal of International Management*, 19(2), 158-176. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2023.128429>
- Ahmad, N., Ahmad, A., Lewandowska, A. y Han, H. (2023). From screen to service: how corporate social responsibility messages on social media shape hotel consumer advocacy. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 33(3), 384-413. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2271448>
- Alem, D. D. (2020). An overview of data analysis and interpretations in research. *International Journal of Academic Research in Education and Review*, 8(1), 1-27.
- Aronson, O., Hanson, S. y LaFont, M. (2025). Innovative organizations' CSR signaling: Consumer perceptions, expectations, and outcomes. *Journal of Business Research*, 186, 115041. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115041>
- Babbie, E. R. (2020). The practice of social research (15 th ed.). Belmont: Wadsworth.
- Bansal, P., Jiang, G. F. y Jung, J. C. (2015). Managing responsibly in tough economic times: Strategic and tactical CSR during the 2008–2009 global recession. *Long Range Planning*, 48(2), 69-79. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2014.07.002>

- Barroga, E. y Matanguihan, G. J. (2022). A practical guide to writing quantitative and qualitative research questions and hypotheses in scholarly articles. *Journal of Korean Medical Science*, 37(16), e121. <https://doi.org/10.3346/jkms.2022.37.e121>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walker, K., Young, S., Bywaters, D., y Walker, K. (2020). Purposive sampling: ¿complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing: JRN*, 25(8), 652-661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Capito-Álvarez, J. G. (2025). La responsabilidad social empresarial en el contexto latinoamericano. *Revista Episteme & Praxis*, 3(1), 116-124. <https://epistemeypraxis.org/index.php/revista/article/view/81/77>
- Carrillo, T., Urrea, M. L., Tereso, L. y Verdugo, L. M. (2022). Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(6), 352-363.
- De Oliveira Santini, F., Lugo, D. B., Junior Ladeira, W., Akhtar, S., Rocha, L. D. S. y Sott, M. K. (2024), «La responsabilidad social corporativa como moderadora de los antecedentes de lealtad en el contexto bancario brasileño», *Revista Internacional de Marketing Bancario*, 42(7), 2075-2098. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2023-0667>
- Ge, C., Cheng, H., Niu, Q. y Yang, M. (2024). The conjoint effects of corporate social responsibility performance and report tone on financial constraints: Evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 87, 102506. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2024.102506>
- Hernández Cortez, N., Soto Benítez, J. y Recéndez Guerrero, J. (2022). La cuarta transformación en México como proyecto nacional-popular. *Sapientiae: Revista de Ciencias Sociales, Humanas e Ingenierías*, 8(1), 108-126. <https://www.redalyc.org/journal/5727/572767999008/html/>
- Holgado, M. J. C. y Bejarano, M. N. V. (2023). Valor compartido, el nuevo paradigma en la gestión empresarial: un análisis bibliométrico de las bases de SCOPUS y WOS. *Revista Científica Integración*, 7(1), 49-59.
- Huerta, E. y García, J. (2009). Estrategias de gestión ambiental: Una perspectiva de las organizaciones modernas. *Clío América*, 3(5), 15-30.
- INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). (2021). Estadística de Información Ambiental Económica de Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales. *Gestión de Residuos Sólidos*. <https://bit.ly/3VbZOx4>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Encuesta Ambiental en Empresas 2022*. <https://surl.li/sbcldy>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). INEC promueve datos clave sobre sostenibilidad en el ODS Leaders Summit 2024. <https://surl.li/wszhun>

- Kim, S., Kim, A., Huh, K. y Park, S. (2025). The effects of corporate social responsibility on member loyalty: The mediating effect of psychological ownership and customer citizenship behaviour in Korean consumer cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 96(1), 99-120. <https://doi.org/10.1111/apce.12485>
- Kuo, Y. F., Lin, Y. M. y Chien, H.-F. (2021). Corporate social responsibility, enterprise risk management, and real earnings management: Evidence from managerial confidence. *Finance Research Letters*, 41, 101805. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101805>
- Lim, J. Y. A., Teoh, B. A., Yasin, N. I., Mohd Arzaman, A. F., Ooi, C. A. y Goh, K. M. (2024). Determinants of consumers' intention to purchase and switch to products of bio-waste: Potential support for a closed-loop supply chain. *Issues and Perspectives in Business and Social Sciences*, 4(1), 43-53. <https://doi.org/10.33093/ibpss.2024.4.1.4>
- Liu, H., y Hou, C. (2023). The impact of institutional investors' corporate site visits on corporate social responsibility. *Emerging Markets Review*, 55, 100975. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2022.100975>
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Ramayah, T., Chuah, F. y Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i-xx.
- Mendoza Vélez, C. y Loor Zambrano, H. (2023). Responsabilidad Social Empresarial: Una herramienta para la gestión administrativa de las empresas públicas ecuatorianas: Corporate Social Responsibility: A tool for the administrative management of ecuadorian public companies. *Revista Científica Ecociencia*, 10(2), 107-126. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.102.804>
- Ministerio del Ambiente del Ecuador-MAE. (2014). *Ministerio del Ambiente entregó Reconocimiento Ambiental 'Punto Verde' a Adelca*. Recuperado de <https://surl.lu/baveen>
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C. y Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista universidad y sociedad*, 8(3), 169-178.
- Pimentel, M., Guiñan, A. y Acosta, Y. (2016). Estrategias de gestión ambiental para impulsar el turismo sostenible como actividad socio-productiva en Playa Sur, Adícora, Estado Falcón, Venezuela. *Multiciencias*, 16(3), 277-287. <https://www.redalyc.org/pdf/904/90453464006.pdf> el 18 de diciembre de 2021
- Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021. Páginas 55 y 56.
- Poveda Burgos, G. y Parrales Vidal, J. (2018). Una visión a la Responsabilidad Social Ambiental en el Ecuador. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*, 31(febrero 2018). Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/delos/31/guido-poveda4.html>
- Ramírez, R. (2022). Portoviejo: Conservación y ambiente. Quito: FARO. <https://grupofaro.org/analisis/portoviejo-conservacion-y-ambiente/>

Rodríguez, P. (2021). Barriers and policies affecting SME development in Latin American countries. *Journal of Business and Management*, 23(7), 34-45

Rosete Blandariz, S., Velásquez Cedeño, L. Y., Cisne Mejía Coello, G. y Panezo Cobeña , L. F. (2022). Relación – Ambiente en la plancha, Manabí, Ecuador . UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria, 6(2), 203-212. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v6.n2.2022.648>

Schaefer, S. D., Cunningham, P., Diehl, S. y Terlutter, R. (2023). *Employees' positive perceptions of corporate social responsibility create beneficial outcomes for firms and their employees: Organizational pride as a mediator*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. <https://doi.org/10.1002/csr.2999>

Sharma, U. y Changkakati, B. (2022). Dimensions of global financial inclusion and their impact on the achievement of the United Nations Development Goals. *Borsa Istanbul Review*, 22(6), 1238-1250. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.08.010>

Silva, D. N., Wehrmeyer, W. y Murphy, R. (2025). Managing organisational sustainability and corporate social responsibility: Perspectives for sustainable development. *Circular Economy and Sustainability*, 5(1), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s43615-025-00508-4>

Valencia, W. S. y Esquivel, M. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en Latinoamérica en tiempos de pandemia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 415-435. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1507

Villacis Zambrano, L. M., Lemoine Quintero, F. A. y Guadamud Zambrano, G. J. (2022). La responsabilidad comunitaria para el cuidado ecológico. *ULEAM Bahía Magazine* (UBM) E-ISSN 2600-6006, 3(5), 106-118. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/219

Wang, Y., Wang, L., Liang, Z., Yang, J., Timofte, R., Guo, Y., Jin, K., Wei, Z., Yang, A., Guo, S., Gao, M., Zhou, X., Van Duong, V., Nguyen Huu, T., Yim, J., Jeon, B., Liu, Y., Cheng, Z., Xiao, Z., Xu, R., Xiong, Z., Liu, G., Jin, M., Yue, H., Yang, J., Gao, C., Zhang, S., Chang, S., Lin, Y., Chao, W., Wang, X., Wang, G., Duan, F., Xia, W., Wang, Y., Xia, P., Wang, S., Lu, Y., Cong, R., Sheng, H., Yang, D., Chen, R., Wang, S., Cui, Z., Chen, Y., Lu, Y., Cai, D., An, P., Salem, A., Ibrahim, H., Yagoub, B., Kang, H. S., Zeng, Z. y Wu, H. (2023). NTIRE 2023 challenge on light field image super-resolution: Dataset, methods and results. En *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition* (pp. 1320-1335).

Zaid, A. A., Arqawi, S. M., Mwais, R. M. A., Al Shobaki, M. J. y Abu-Naser, S. S. (2020). The impact of Total quality management and perceived service quality on patient satisfaction and behavior intention in Palestinian healthcare organizations. *Technology Reports of Kansai University*, 62(03), 221-232.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Vélez-Falcones, Ana Cecilia; **Software:** Garcia-Bermudez Alan Emilio, y Demera-Centeno, Santiago David **Validación:** Herrera-Bartolome, Jenny Carolina **Análisis formal:** Carvajal Zambrano, Gema Viviana; **Curación de datos:** Salazar Olives, Gladys; **Redacción-Preparación del borrador original:** Alava Rosado, Derli **Redacción-Re- visión y Edición:** Vélez Falcones, Ana Cecilia **Visualización:** Garcia Bermudez, Alan Emilio **Supervisión:** Herrera Bartolome, Jenny Carolina **Administración de proyectos:** Vélez Falcones, Ana Cecilia y García Bermudez, Alan Emilio **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Vélez Falcones, Ana Cecilia, Carvajal Zambrano, Gema Viviana.

Financiación: Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

Agradecimientos: Este texto surge en el marco de proyecto “Estudio de emprendimiento y negocio populares, para el desarrollo de zona 4, caso Pedernales”.

Conflicto de intereses: No existen conflictos de intereses.

AUTOR/ES:

Ana Cecilia Vélez Falcones

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, con dos maestrías en Administración de Empresas y Gestión de Empresas Turísticas. Especialista en Administración de Microfinanzas, actualmente cursando un doctorado en Planificación Pública y Privada en Universidad Nacional de Tumbes – Perú. Docente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí desde 2019, con más de seis años de experiencia en docencia universitaria en las extensiones de Bahía de Caráquez y Pedernales. Con trayectoria en Contabilidad y Auditoría, su compromiso con la enseñanza y el aprendizaje busca fomentar la gestión del conocimiento en jóvenes. Líder del proyecto de investigación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, extensión Pedernales (2019-2025), impulsando iniciativas académicas y profesionales en el ámbito empresarial.

anac.velez@uleam.edu.ec

Índice H: 3

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7835-7075>

Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?user=d0qcd_MAAAAJ&hl=es&oi=ao

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Ana-Velez-Falcones>

Alan Emilio Garcia-Bermudez

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Docente en la Universidad Técnica de Manabí (UTM). Licenciado en Acuicultura. Magister Scientiae y candidato a Doctoris Philosophiae en Ciencias Ambientales por la Universidad Nacional Agraria La Molina. Líder en proyectos de investigación.

alan.garcia@utm.edu.ec

Índice H: 2

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9544-7723>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Alan-Garcia-Bermudez>

Santiago David Demera-Centeno

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

Docente en la Universidad Técnica de Manabí (UTM). Ingeniero en Medio Ambiente por la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM), Magister en Química Ambiental por la UTM. Participante de proyectos de vinculación con la sociedad y de investigación.

santiago.demera@utm.edu.ec

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5257-0916>

Jenny Carolina Herrera-Bartolome

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Ingeniera en Marketing. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Magister en Marketing. Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Máster en marketing digital y comercio electrónico. Universidad Internacional de la Rioja. Colabora como docente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí-Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas-Extensión Sucre (Bahía de Caráquez) en la carrera de Mercadotecnia. Integrante del proyecto de investigación referente a Diagnóstico de calidad de las playas que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre - San Vicente - Jama - Pedernales. Autora de libros académicos y artículos científicos.

jenny.herrera@uleam.edu.ec

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3576-3334>

Gema Viviana Carvajal-Zambrano

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) Extensión Bahía de Caráquez. Ingeniera Comercial mención proyectos de inversión. Magíster en Administración de Empresas con mención en Marketing. Diplomado en Marketing (Universidad de Guadalajara, México). Diplomado en Marketing Digital (Universidad De Especialidades Espíritu Santo). Investigadora - acreditada agregada 1 por la SENESCYT (reg-inv-16-01656). Doctorante de la Universidad de Matanzas (Cuba). Líder de proyectos de vinculación con la sociedad y de investigación. Autora y coautora de artículos científicos.

gema.carvajal@uleam.edu.ec

Índice H: 13

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=XYdvTo4AAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Gema-Carvajal-Zambrano>

Gladys Germania Salazar-Olives

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Ingeniera Comercial. - Universidad Técnica de Manabí - Ecuador. Diplomado Superior en Educación Universitaria por Competencias. Universidad del Azuay Ecuador. Magister en Gerencia Educativa. Universidad Estatal del Sur - Ecuador. Doctora (PhD) en Ciencias Sociales y Económicas (En Proceso de Formación). Universidad del Zulia (Venezuela). Docente Titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas, Turismo, Economía Autora de artículos científicos en el Mercado bursátil y su participación en la actividad empresarial del Ecuador. Experiencia laboral en el ámbito privado por más de 20 años en la Jefatura y Gerencia en áreas de Educación, y en el ámbito público por más de 23 años en áreas de Educación rectora, vicerrectora, docente, Ponente en Congresos.

gladys.salazar@uleam.edu.ec

Índice H: 8

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4684-4324>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=3p3ciOMAAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: <https://acortar.link/ugDM7q>

Derli Francisco Álava-Rosado

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Contador Público autorizado CPA, Ingeniero en contabilidad y auditoría, magister en contabilidad y auditoría, Doctor en Ciencias administrativas, Docente: en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), decano de la Extensión Pedernales, coordinador académico de las áreas administrativas, miembros de proyectos de investigación, autor de artículos científicos entre otros. He contribuido con tutorías de tesis de Posgrado y Pregrado de la Universidad.

derli.alava@uleam.edu.ec

Índice H: 4

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9906-5784>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=AWGTZNkAAAAJ&hl=es&oi=ao>