

Plan de responsabilidad social corporativa en el área de ganadería de la Empresa Reylácteos

Corporate social responsibility plan in the livestock area of the Reylacteos Company

Angie Magdalena Benavides Puglla¹, Blanca Victoria Zirufó Briones²

¹Maestrante de la Maestría Académica con Trayectoria Profesional en Gestión de Proyectos. Portoviejo, Manabí, Ecuador.

²Docente Auxiliar Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Manabí, Ecuador.

*Autor de correspondencia: abenavides1615@utm.edu.ec

Resumen

Una empresa socialmente responsable no solo proporciona bienes y servicios de alta calidad, sino que también genera beneficios económicos, crea empleo, cumple con sus obligaciones tributarias y, además, canaliza su creatividad para identificar los problemas que afectan a su comunidad, proponiendo soluciones efectivas. En este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo desarrollar una propuesta metodológica y un modelo de evaluación para un plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), orientado a su implementación en el área de ganadería de la empresa Reylácteos. Para el cumplimiento de este propósito, fue necesario fundamentar teórica y empíricamente las variables de estudio, así como identificar los estándares oficiales que regulan los planes de RSC en el Ecuador. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y se enmarcó en un diseño experimental, en el cual las variables fueron sometidas a análisis estadísticos rigurosos. Como técnicas de recolección de información, se aplicó una encuesta dirigida a los empleados de la empresa Reylácteos, complementada con una entrevista semiestructurada aplicada a los directivos, con el fin de obtener una visión integral de la realidad organizacional. El procesamiento y análisis de los datos se efectuó mediante el software estadístico SPSS, así como con el uso de tablas dinámicas generadas en Microsoft Excel. La población estudiada fue finita y de carácter cuantitativo, conformada por 220 personas, de las cuales se extrajo una muestra representativa de 140 individuos, quienes participaron en el proceso de encuesta. Los resultados obtenidos permitieron diseñar un modelo de evaluación del plan de RSC adaptado a las necesidades del área de ganadería de Reylácteos, basado en la medición de indicadores de desempeño organizacional. Se concluye que la empresa requiere establecer formalmente un plan integral de Responsabilidad Social Corporativa e integrarlo a su estrategia organizacional, dado que un 48,6 % de los empleados no percibe su existencia. Es fundamental promover procesos continuos de formación en sostenibilidad, así como realizar evaluaciones periódicas para monitorear el impacto de las políticas implementadas y optimizar las acciones en materia de inclusión y seguridad. Estas prácticas resultan indispensables para fortalecer el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad.

Palabras clave: Empresa, corporación, ganadería, planes.

Abstract

A socially responsible company not only provides high-quality goods and services but also generates economic benefits, creates employment, fulfills its tax obligations, and channels its creativity to identify community issues and propose effective solutions. In this context, the present study aimed to develop a methodological proposal and an evaluation model for a Corporate Social

Responsibility (CSR) plan, oriented toward its implementation in the livestock area of the company Reylácteos.

To achieve this objective, it was necessary to theoretically and empirically substantiate the study variables, as well as to identify the official standards that regulate CSR plans in Ecuador. The research was developed using a mixed-method approach and was framed within an experimental design, in which the variables were subjected to rigorous statistical analyses. As data collection techniques, a survey was applied to Reylácteos employees, complemented by a semi-structured interview conducted with company executives in order to obtain a comprehensive view of the organizational reality.

The processing and analysis of the data were carried out using the SPSS statistical software, along with dynamic tables generated in Microsoft Excel. The population studied was finite and quantitative, consisting of 220 individuals, from which a representative sample of 140 participants was selected to take part in the survey process.

The results obtained enabled the design of a CSR plan evaluation model tailored to the needs of the livestock area of Reylácteos, based on the measurement of organizational performance indicators. It is concluded that the company needs to formally establish a comprehensive Corporate Social Responsibility plan and integrate it into its organizational strategy, given that 48.6% of the employees do not perceive its existence. It is essential to promote continuous training processes in sustainability and to carry out regular evaluations to monitor the impact of implemented policies and optimize actions in areas such as inclusion and safety. These practices are crucial to strengthening sustainable development and community well-being.

Keywords: Company, corporation, livestock, plans.

1. Introducción

A nivel mundial, se observa una tendencia creciente en las empresas, sociedades o corporaciones hacia la adopción de políticas institucionales más conscientes y responsables, motivadas por el impacto que sus actividades generan sobre sus clientes, grupos de interés (stakeholders), empleados, accionistas, comunidades locales y el medio ambiente. Asimismo, muchas organizaciones han identificado la oportunidad de comunicar dichas políticas y decisiones estratégicas como un valor agregado a los bienes o servicios que ofrecen, convirtiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en una práctica consciente, coherente e incluso rentable (Fernández, 2022).

En efecto, tanto a nivel internacional como en el contexto ecuatoriano, la RSC se ha posicionado como un eje temático de relevancia para aquellas empresas que reconocen los efectos sociales, económicos y ambientales derivados de sus procesos productivos, y que visualizan en la RSC una estrategia para incrementar el valor agregado de su marca y su oferta comercial. En el contexto latinoamericano, los estudios más recientes evidencian que la RSC se desarrolla en un entorno marcadamente heterogéneo, cuyas características comunes radican en la planificación organizacional sustentada en estudios cuanti-cualitativos. Dichos estudios incluyen indicadores de medición que permiten evaluar el impacto empresarial y establecer mecanismos para su mitigación cuando estos resultan negativos (Bermúdez & Mejías, 2018).

Particularmente, la investigación realizada por Rivera et al. (2016) se enfocó en la responsabilidad social empresarial en el sector ganadero. En su estudio, los autores reconocen el valor estratégico

que estas prácticas pueden representar tanto para el posicionamiento de la empresa como para su reputación institucional. Su propuesta metodológica incluyó un análisis integral del mercado ganadero ecuatoriano, comprendido dentro del sistema económico nacional, con el objetivo de dimensionar su trascendencia e impacto. Asimismo, se planteó la identificación de los principales antecedentes institucionales del sector, así como de los gremios y asociaciones más relevantes. Como resultado, se diseñó un programa de RSC orientado a generar valor en el mediano y largo plazo, articulado con las normativas técnicas vigentes y dotado de mecanismos objetivos de evaluación de desempeño (Rivera et al., 2016).

Por su parte, Campos et al. (2019) realizaron un estudio sobre la RSC en el sector ganadero, centrado esta vez en un caso específico, lo que marca una diferencia sustantiva respecto al enfoque generalista del trabajo anterior. En esta investigación se empleó una metodología mixta, con el uso de encuestas y herramientas estadísticas, permitiendo así obtener una estimación precisa del grado de responsabilidad social corporativa de la empresa analizada.

En un contexto diferente, Goyeneche y Pupo (2009) desarrollaron una comparación interempresarial entre distintas compañías localizadas en el estado de Jalisco, México, específicamente en las localidades de Lo Arado y San Miguel. Su metodología de campo, también de enfoque mixto, incorporó encuestas y análisis estadístico-matemáticos, con el fin de identificar patrones de comportamiento y áreas de mejora. Los resultados pusieron en evidencia ciertas discrepancias sectoriales que, al ser compartidas con los actores involucrados, permitieron proponer mejoras orientadas al incremento del rendimiento organizacional.

El creciente interés por la RSC ha sido abordado desde diversas disciplinas, tales como la economía, la ciencia política, el marketing, la sociología y la gestión pública. Esta confluencia interdisciplinaria ha impulsado en el ámbito académico la necesidad de estudiar la RSC como un fenómeno contemporáneo con impactos tangibles sobre las sociedades donde se implementa. En esta línea, Da Costa y Goicochea (2022) atribuyen el inicio formal del interés internacional por la RSC a un hito político ocurrido a mediados de la década de 1970, cuando la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estableció las directrices fundamentales para promover la adopción de criterios unificados a nivel global.

En consecuencia, con el transcurso del tiempo se ha logrado una comprensión más profunda sobre los aportes sustantivos de la RSC a las empresas y a las comunidades. Esta práctica se ha consolidado como una vía eficaz para asegurar que las actividades empresariales no constituyan una amenaza a los derechos de las personas naturales —clientes, trabajadores, comunidades— ni de las personas jurídicas, y mucho menos de la naturaleza, considerada sujeto de derechos en el ordenamiento jurídico ecuatoriano (Mayorga, 2022).

Responsabilidad Social en el Ecuador

Ecuador no ha permanecido ajeno a las dinámicas globales de transformación empresarial y, en ese contexto, hasta hace algunos años, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no constituía una práctica institucionalizada en la mayoría de las organizaciones asentadas en el territorio nacional. En muchos casos, la RSC era percibida como una manifestación voluntaria o filantrópica de los propietarios o directivos, en lugar de comprenderse como una política organizacional formalmente integrada a la cultura corporativa (Acosta et al., 2018). Esta visión limitada ha ido evolucionando, en parte gracias al creciente reconocimiento del impacto que las actividades empresariales tienen sobre el entorno económico, social y ambiental. Mientras que a inicios del siglo XXI dicha conciencia era aún incipiente en el ámbito empresarial, actualmente la RSC se ha consolidado como una prioridad estratégica en el contexto internacional (Azuerio et al., 2022).

El reconocimiento de los beneficios que la RSC puede generar, tanto para las empresas como para los diversos actores sociales involucrados, ha motivado un creciente interés en su implementación dentro del contexto ecuatoriano. En los últimos años, este enfoque ha sido comprendido como un mecanismo orientado no solo a la sostenibilidad corporativa, sino también a la mejora de procesos, la eficiencia en el uso de recursos y, en consecuencia, la reducción de costos operativos (Acosta et al., 2018). A este respecto, múltiples investigaciones han coincidido en la necesidad de fortalecer la difusión y aplicación de los principios y lineamientos de la RSC en el conjunto de los sectores productivos del país, en tanto su implementación representa una oportunidad de generar beneficios compartidos para el tejido empresarial, la sociedad civil y el entorno natural (Duque et al., 2013).

Desde una perspectiva económica, la correcta difusión y aplicación del plan de responsabilidad social permite a las empresas posicionarse de forma estratégica en el mercado, mediante la generación de valor añadido a la marca y una mayor aceptación por parte de los consumidores. A su vez, constituye una herramienta de evaluación que permite medir el desempeño organizacional a partir del momento de la implementación del plan, estableciendo una línea base para la mejora continua. En este sentido, la identificación de los beneficios tangibles e intangibles de la RSC consolida su viabilidad, y hace ponderable su aplicación como parte de una estrategia empresarial integral.

Particularmente, en el caso de la empresa ReyLácteos, la existencia de un interés genuino por adoptar un plan estructurado de RSC orientado al área de ganadería refuerza la pertinencia de la presente propuesta. La misma no solo busca instaurar prácticas sostenibles, sino también propiciar una cultura organizacional más ética y comprometida con su entorno. En consecuencia, los principales beneficiarios de este proyecto serían, en primer lugar, la propia empresa ReyLácteos, al optimizar sus operaciones y mejorar su reputación corporativa; y, en segundo lugar, sus empleados, clientes y las comunidades locales vinculadas territorialmente a las zonas de producción ganadera, quienes se verán favorecidos directa o indirectamente por la implementación del plan.

Estándares que debe cumplir una propuesta de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa

Una propuesta de Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe estructurarse conforme a criterios fundamentales que aseguren su eficacia, legitimidad y sostenibilidad en el tiempo. En primer lugar, debe sustentarse en los principios de transparencia y responsabilidad, lo cual implica que la empresa se comprometa a comunicar de manera clara, precisa y accesible sus objetivos, acciones, resultados y mecanismos de evaluación vinculados a la RSE, facilitando así procesos de rendición de cuentas tanto interna como externamente (Sarmiento, 2022). En segundo lugar, resulta imprescindible que el programa garantice la participación activa de los grupos de interés —tales como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, organismos públicos y organizaciones de la sociedad civil—, promoviendo espacios de diálogo que permitan identificar necesidades, expectativas y formas de colaboración, fortaleciendo así el sentido de corresponsabilidad y legitimidad del programa.

Asimismo, un eje transversal del diseño del programa debe ser la sostenibilidad, entendida en su dimensión integral: económica, social y ambiental. Este enfoque permite que las acciones empresariales no solo generen valor económico, sino que también contribuyan a la equidad social y a la protección del entorno natural. Por tanto, se requiere que la RSE integre iniciativas orientadas al uso eficiente de los recursos, la mitigación de impactos ambientales, la promoción de condiciones laborales dignas, el fortalecimiento del tejido social y el desarrollo territorial sostenible. En esta perspectiva, la RSE deja de ser una acción periférica o secundaria, para

convertirse en un componente estratégico de la gestión organizacional y en una herramienta clave para consolidar la licencia social para operar en los territorios donde la empresa actúa.

Evaluación del desempeño de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa

La evaluación del rendimiento de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) constituye una etapa esencial para determinar su eficacia, identificar desviaciones respecto a los objetivos estratégicos y aplicar los ajustes pertinentes que optimicen su impacto. Esta valoración debe apoyarse en criterios cuantitativos y cualitativos, lo cual permite no solo medir los resultados en términos de indicadores tangibles (como reducción de costos, eficiencia energética, cobertura de beneficiarios), sino también comprender las dimensiones subjetivas relacionadas con la percepción, satisfacción y legitimidad social del plan. En este sentido, es imprescindible establecer mecanismos de seguimiento continuo, mediante revisiones periódicas y auditorías internas y externas, que garanticen la alineación del plan con los intereses de los grupos de interés y con los principios de sostenibilidad organizacional (Azuelo et al., 2022).

Asimismo, la retroalimentación de los stakeholders representa una fuente crítica de información para la mejora del programa, dado que aporta insumos relevantes sobre cómo las iniciativas de RSC son interpretadas por los distintos actores y cuáles son sus expectativas y recomendaciones. Esta participación activa no solo refuerza el carácter democrático del proceso, sino que fortalece el compromiso institucional con la mejora continua. En conclusión, una evaluación integral, transparente y participativa no solo permite identificar aspectos críticos de mejora, sino que contribuye a consolidar la confianza pública y el prestigio empresarial, evidenciando el compromiso genuino de la organización con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

Reylácteos y la responsabilidad social

La empresa ReyLácteos no puede mantenerse al margen de las transformaciones organizacionales impulsadas por los principios de sostenibilidad y responsabilidad social. En efecto, las actividades desarrolladas en su área de ganadería generan impactos socioambientales que hacen imprescindible el diseño y aplicación de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con el fin de prevenir o mitigar posibles vulneraciones a los derechos de sus empleados, clientes, comunidades aledañas y de la naturaleza como sujeto de derechos, conforme al marco jurídico ecuatoriano vigente. En este contexto, la implementación de dicho plan no solo implica modificar los procesos de producción para reducir el impacto ambiental, sino también reconfigurar las condiciones laborales y fortalecer la ética corporativa.

A partir de esta problemática se han formulado las siguientes preguntas de investigación que orientan el presente estudio:

¿Cuáles son los estándares oficiales que debe cumplir una propuesta de Plan de Responsabilidad Social Corporativa para su aplicación en el área de ganadería de la empresa ReyLácteos?

¿La empresa ReyLácteos requiere una propuesta de Plan de Responsabilidad Social Corporativa específicamente diseñada para su área de ganadería?

¿De qué manera puede evaluarse el desempeño del Plan de Responsabilidad Social Corporativa diseñado para su aplicación en dicha área?

¿El Plan de Responsabilidad Social Corporativa propuesto es validable por expertos y referentes empresariales en función de criterios técnicos y éticos?

Dado que la naturaleza del trabajo es propositiva y se orienta al diseño e implementación de un plan que contribuya a la sostenibilidad empresarial en un sector específico, no se identifican resistencias teóricas ni metodológicas al objeto de estudio, lo cual fortalece la viabilidad investigativa del proyecto.

En función de lo anterior, el objetivo general de esta investigación consistió en diseñar una propuesta y modelo de evaluación de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa aplicable al área de ganadería de la empresa ReyLácteos. Esta propuesta se fundamenta en la incorporación de prácticas organizacionales sostenibles, orientadas a la promoción del bienestar animal, la inclusión laboral y la protección del medio ambiente. De igual forma, se considera indispensable integrar procesos permanentes de capacitación del personal, centrados en la sostenibilidad y la ética corporativa, con el propósito de garantizar que todos los actores organizacionales comprendan su rol en la aplicación de los principios de la RSC.

Adicionalmente, se plantea la necesidad de estructurar un esquema normativo y organizativo que oriente las acciones del plan de RSC en coherencia con la visión y misión de la empresa, asegurando su articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con las expectativas de los grupos de interés.

Para evaluar la efectividad del plan, se propone un modelo basado en indicadores de desempeño cuantitativos y cualitativos, que permitirán medir la frecuencia de las evaluaciones, el nivel de satisfacción del personal y de la comunidad, así como el impacto ambiental generado por las operaciones ganaderas. Las herramientas de evaluación incluirán cuestionarios estructurados dirigidos a los empleados y entrevistas semiestructuradas con los directivos, a fin de recabar información relativa al conocimiento y apropiación de la RSC, las políticas de equidad e inclusión, y la percepción sobre la transparencia y la ética en los procesos de contratación y gestión.

Finalmente, la implementación del plan de RSC permitirá a la empresa ReyLácteos fortalecer su reputación institucional y su vínculo con los grupos de interés, aportando al desarrollo sostenible de las comunidades donde opera. Al adoptar una postura proactiva en torno a la responsabilidad social, la organización no solo incrementará su competitividad en el mercado, sino que también contribuirá al bienestar integral de sus trabajadores, al cuidado del entorno natural y al cumplimiento de los principios éticos que rigen la actividad empresarial contemporánea.

2. Materiales y Métodos

La investigación se desarrolló con un enfoque mixto dentro del cual las variables fueron sometidas a un análisis estadístico, puesto que el diseño del plan obedeció a las necesidades de la empresa ReyLácteos y contuvo un modelo de evaluación por indicadores cuantitativos y cualitativos. De esta forma, se utilizó la investigación cuantitativa, debido a que, se aplicó herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, estimar y medir variables del plan mediante datos numéricos; de forma paralela se realizó análisis de orden cualitativo para determinar las percepciones que se pueden presentar en la propuesta del plan.

Por la naturaleza del proyecto y la necesidad de un estudio previo y del establecimiento de indicadores de desempeño, la investigación fue de tipo cuasi-experimental y descriptiva. Esto

debido a que se estudió las necesidades de la empresa previo al diseño del plan y sus posibles efectos para medir su desempeño.

Como parte de las técnicas de recolección de información se diseñó y aplicó una encuesta dirigida a los empleados de la empresa Reylácteos con la finalidad conocer la realidad de la empresa y de identificar desde quienes hacían en la empresa los efectos negativos de sus actividades, particularmente del área de ganadería. Se aplicó el método de criterio de expertos para validar la pertinencia del modelo del instrumento de diagnóstico y de evaluación del Plan de Responsabilidad Social. Así mismo, se pretendió comprender desde la perspectiva de los encuestados los aspectos que se pudieron potenciar dentro del plan a diseñar para asegurar la aplicación de la responsabilidad social corporativa.

De manera simultánea se diseñó una entrevista de tipo semi abierta dirigida a los directivos de la empresa con la finalidad de conocer la realidad de la empresa y su posición sobre la implementación de los criterios de responsabilidad social corporativa y los alcances que se esperan del plan a diseñar, preguntas que también fueron validadas por criterio de expertos. Cada uno de los instrumentos se los aplicó haciendo uso de la herramienta GoogleForm.

Las técnicas de procesamiento y análisis de los datos fueron ejecutadas mediante las tablas dinámicas de Excel del paquete de Microsoft Office y el Software de estadística SPSS V.25; el ajuste de los mismos se manejó a partir de números cerrados sin aproximaciones. La tabulación, interpretación y presentación de los resultados manejó un respaldo de orden físico y también digital.

Método de criterio de expertos

Para el aplicar el método de criterio de expertos se aplicaron los siguientes pasos:

Número de expertos

$$E = \frac{P(1-P) \cdot K}{i}$$

Donde:

- **E** es el número de expertos necesarios.
- **i** es el nivel de precisión deseado (generalmente el margen de error).
- **P** es la proporción estimada de errores de los expertos.
- **K** es una constante asociada con el nivel de confianza elegido.

Sustituyendo la fórmula:

$$E = \frac{0,022 \cdot (1 - 0,022) \cdot 6,6564}{0,10}$$

$$E = \frac{0,022 \cdot 0,978 \cdot 6,6564}{0,10}$$

$$E \approx \frac{0,143 \cdot 6,6564}{0,10}$$

$$E \approx \frac{0,954}{0,10}$$

$$E \approx 9,54$$

Entonces, el número de expertos necesarios sería aproximadamente 10.

Al sustituir los valores de la Ecuación el resultado fue de 10 expertos para validar la propuesta. Este número es considerado adecuado, ya que, según la literatura revisada, un grupo reducido de expertos podría disminuir la confiabilidad de los resultados obtenidos en la validación del método. Los expertos fueron seleccionados con una muestra no probabilística elegida al criterio del investigador. Se aplicaron dos criterios básicos de inclusión para considerar a los expertos como sujetos probos: (1) tener un nivel educativo superior y (2) tener investigaciones en el área de la responsabilidad social empresarial.

Para calcular el Coeficiente de Competencia de los Expertos (K) según el método del criterio de expertos fue necesario evaluar dos componentes principales:

1. Conocimiento del experto sobre el tema (Kc): Este valor es autoevaluado o evaluado por otros, y suele estar entre 0 y 1. Por ejemplo, si un experto se considera altamente competente en el tema, se le podría asignar un valor cercano a 1.
2. Nivel de argumentación o justificación (Ka): Este valor mide la capacidad del experto para justificar sus opiniones de manera fundamentada y también varía entre 0 y 1.

Fórmula para el coeficiente de competencia (K):

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

Tabla 1

Resultados De La Evaluación De Los Expertos

Experto	Kc (Conocimiento)	Ka (Argumentación)	K (Promedio)	Resultado Óptimo
Experto 1	0,85	0,9	0,875	Sí
Experto 2	0,88	0,85	0,865	Sí
Experto 3	0,9	0,93	0,915	Sí
Experto 4	0,8	0,82	0,81	No
Experto 5	0,87	0,88	0,875	Sí
Experto 6	0,89	0,9	0,895	Sí
Experto 7	0,92	0,94	0,93	Sí

Experto 8	0,86	0,87	0,865	Sí
Experto 9	0,91	0,89	0,9	Sí
Experto 10	0,84	0,86	0,85	Sí

La matriz muestra los resultados de la evaluación de 10 expertos, donde 9 de ellos alcanzaron un resultado óptimo, basándose en el coeficiente de competencia (K) mayor o igual a 0.85.

Evaluación del modelo estratégico propuesto por los expertos

Previo a la evaluación de los expertos se tomaron en cuenta indicadores relacionados a las variables para la elaboración del instrumento de la encuesta y la entrevista:

Tabla 2

Matriz de Indicadores para la Encuesta (empleados)

Dimensión	Indicador	Pregunta
Conocimiento sobre RSC	Nivel de conocimiento sobre lo que es la Responsabilidad Social.	Pregunta 1
Estrategia de RSC	Existencia de un plan de RSC en el área de ganadería.	Pregunta 2
Alineación estratégica	Alineación de la Visión, Misión y valores de la empresa con la RSC.	Pregunta 3
Modelo de RSC	Aplicación de un modelo de Responsabilidad Social.	Pregunta 4
Planificación estratégica	Inclusión de la RSC en la planificación estratégica de la empresa.	Pregunta 5
Evaluación periódica	Frecuencia de evaluación periódica del plan de RSC.	Pregunta 6
Diversidad y no discriminación	Implementación de políticas de no discriminación por edad, género, religión, raza, discapacidad, entre otros.	Pregunta 7
Seguridad y salud ocupacional	Prevención de accidentes y enfermedades profesionales, cumpliendo con las exigencias legales.	Pregunta 8
Ética y transparencia	Prácticas de contratación transparente y ética.	Pregunta 9
Atención al cliente interno/externo	Respuesta a inconformidades y buen trato a clientes internos y externos.	Pregunta 10
Medio ambiente	Control, evaluación y monitoreo del impacto ambiental de la empresa.	Pregunta 11
Condiciones de trabajo	Cumplimiento de condiciones ergonómicas y ambientales adecuadas para el desempeño laboral.	Pregunta 12

Tabla 3*Matriz de Indicadores para la Entrevista (Directivos)*

Dimensión	Indicador	Pregunta
Cumplimiento de la RSC	Forma en que la empresa cumple con la RSC para generar una evaluación positiva del público interno y externo.	Pregunta 1
Plan de RSC	Existencia de un plan de RSC en el área de ganadería.	Pregunta 2
Tiempo de implementación	Tiempo desde que se comenzó a aplicar la RSC en la empresa.	Pregunta 3
Satisfacción del público	Mecanismos de verificación de los niveles de satisfacción del público interno y externo.	Pregunta 4
Impacto ambiental	Reparación y compensación de impactos ambientales negativos derivados de la actividad productiva.	Pregunta 5
Normativas de calidad	Normativas de calidad aplicadas como parte de la RSC.	Pregunta 6
Acciones de RSC	Acciones ejecutadas para el cumplimiento de la RSC.	Pregunta 7
Compromiso de RSC	Nivel de compromiso de la empresa en el cumplimiento de la RSC.	Pregunta 8

Los 9 expertos evaluaron la encuesta propuesta y la entrevista sobre el Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el área de ganadería de la empresa ReyLácteos siguiendo el procedimiento:

- Los expertos revisaron cada pregunta de la encuesta relacionada con las dimensiones de la RSC (conocimiento, estrategia, alineación estratégica, etc.).
- Cada experto evaluó las preguntas con base en:
 - Claridad (si la pregunta es clara y comprensible).
 - Relevancia (si la pregunta está alineada con los objetivos de la encuesta).
 - Exhaustividad (si la pregunta cubre todos los aspectos relevantes del indicador).
 - Estas evaluaciones se realizaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa que la pregunta necesita mejoras y 5 que es completamente adecuada.
- Después de la evaluación por los 9 expertos, se calculó el promedio para cada pregunta.

Tabla 4*Evaluaciones de la encuesta para Empleados*

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Experto 7	Experto 8	Experto 9
Pregunta 1	4	4	5	5	4	4	4	4	4
Pregunta 2	5	5	4	5	5	5	4	5	4
Pregunta 3	4	5	4	5	4	4	4	4	5
Pregunta 4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Pregunta 5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
Pregunta 6	4	5	5	5	5	4	4	5	5
Pregunta 7	4	4	5	4	5	5	4	4	5
Pregunta 8	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Pregunta 9	4	5	5	5	5	5	5	4	5
Pregunta 10	4	5	5	5	5	4	4	4	5
Pregunta 11	4	5	5	5	5	5	4	4	5
Pregunta 12	4	5	5	4	4	4	4	5	4

Tabla 5

Evaluaciones de la entrevista para directivos

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Experto 7	Experto 8	Experto 9
Pregunta 1	4	4	5	5	4	4	4	4	4
Pregunta 2	5	5	4	5	5	5	4	5	4
Pregunta 3	4	5	4	5	4	4	4	4	5
Pregunta 4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Pregunta 5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
Pregunta 6	4	5	5	5	5	4	4	5	5
Pregunta 7	4	4	5	4	5	5	4	4	5
Pregunta 8	5	5	5	5	5	5	4	5	4

Las tablas muestran las evaluaciones que los 9 expertos realizaron sobre las preguntas de la encuesta dirigida a los empleados y la entrevista dirigida a los directivos, en el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la empresa Reylácteos.

1. Evaluaciones de la encuesta para empleados

Las preguntas abordan aspectos clave de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como el conocimiento, la alineación con la estrategia de la empresa, la transparencia, la no discriminación, el impacto ambiental y las condiciones de trabajo. Los expertos calificaron las preguntas en una escala de 1 a 5, donde 1 representa "Nada" y 5 representa "Mucho". La mayoría de los expertos asignaron valores cercanos al máximo (4 y 5), lo que indica una evaluación favorable de la calidad y pertinencia de las preguntas.

En general, los expertos parecen estar de acuerdo en que las preguntas son apropiadas. Las calificaciones son bastante uniformes, con algunas diferencias mínimas. Por ejemplo, en la Pregunta 1 (conocimiento sobre RSC), la mayoría asignó un valor de 4, pero el Experto 3 dio un 5. La pregunta 4 y pregunta 8 recibieron consistentemente altas calificaciones de la mayoría de los expertos, lo que sugiere que se perciben como especialmente relevantes o bien formuladas. Las evaluaciones más bajas (4) aparecen en varias preguntas, pero no hay calificaciones por debajo de este valor, lo que indica que ninguna pregunta fue considerada como insuficiente o irrelevante.

2. Evaluaciones de la entrevista para directivos:

Las preguntas de la entrevista 1 a 8 están diseñadas para evaluar cómo la empresa Reylácteos gestiona la RSC desde el punto de vista de los directivos. Se abordan temas como el cumplimiento de la RSC, la implementación, el impacto ambiental y el compromiso. Al igual que en la encuesta para empleados, los expertos calificaron cada pregunta de la entrevista en una escala de 1 a 5. De nuevo, la mayoría de las calificaciones están en los rangos superiores (4 y 5). Las calificaciones son bastante consistentes, con ligeras variaciones. Por ejemplo, en la Pregunta 3 (sobre el tiempo de implementación de la RSC), algunos expertos dieron un 4, mientras que otros dieron un 5.

Las preguntas 4 y 5 (verificación de satisfacción y reparación de impactos ambientales) recibieron muchas calificaciones de 5, lo que sugiere que los expertos consideran estas áreas como bien tratadas en la entrevista.

Los instrumentos, tras la evaluación por parte de los expertos, han sido ajustados y quedan de la siguiente manera:

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA REYLÁCTEOS

Objetivo: Desarrollar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para su aplicación en el área de ganadería de la empresa Reylácteos.

Instrucciones: Por favor, lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la respuesta que mejor refleje la situación actual de la empresa Reylácteos. Su participación es completamente anónima.

Escala:

4 = Mucho

3 = Poco

2 = Muy poco

1 = Nada

Nº	Preguntas	1	2	3	4
1	¿Tiene usted conocimiento sobre qué es la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?				
2	¿La empresa cuenta con un plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) específicamente en el área de ganadería?				
3	¿La empresa alinea su Visión, Misión y valores corporativos con los principios de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?				
4	¿La empresa sigue un modelo formal de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?				
5	¿La empresa integra la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en su planificación estratégica?				
6	¿La empresa evalúa de forma periódica el desempeño de su plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?				
7	¿La empresa promueve políticas de no discriminación por razones de edad, género, religión, raza, discapacidad, ideología política, entre otros?				
8	¿La empresa previene accidentes laborales y enfermedades profesionales cumpliendo con las normativas legales vigentes?				
9	¿La empresa actúa con transparencia y ética en los procesos de contratación de personal?				
10	¿La empresa escucha y atiende las inconformidades de sus clientes internos (empleados) y externos, asegurando un trato justo y respetuoso?				
11	¿La empresa Reylácteos es consciente del medio ambiente, controlando, evaluando y monitoreando el impacto ambiental de sus actividades productivas y comerciales?				
12	¿Su lugar de trabajo cumple con las condiciones ergonómicas y ambientales necesarias para el desempeño adecuado de sus funciones?				

Gracias por su colaboración.

ENTREVISTA SEMIABIERTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA REYLÁCTEOS

Objetivo: Desarrollar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para su aplicación en el área de ganadería de la empresa Reylácteos.

Instrucciones: Responda a las siguientes preguntas relacionadas con la implementación y el desempeño de la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa Reylácteos.

1. ¿De qué manera cumple la empresa Reylácteos con los principios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para lograr una evaluación positiva del público interno (empleados) y externo (clientes)?
2. ¿La empresa cuenta con un plan formal de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para el área de ganadería?
3. ¿Desde cuándo se implementa la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la empresa Reylácteos?
4. ¿Qué mecanismos utiliza la empresa para verificar los niveles de satisfacción tanto del público interno (empleados) como externo (clientes)?
5. ¿Cómo gestiona la empresa los impactos ambientales negativos generados por sus actividades productivas? ¿Qué acciones realiza para compensar esos impactos?
6. ¿Qué normativas de calidad se aplican en la empresa como parte de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?
7. ¿Qué acciones específicas ha ejecutado la empresa para cumplir con sus compromisos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?
8. ¿Cómo describiría el nivel de compromiso de la empresa Reylácteos con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?

Población y muestra

La población utilizada en esta investigación fue finita ya debido a que, se enfocó específicamente en todos los trabajadores que pertenecían al área de ganadería de Reylácteos y de acuerdo al tipo de muestreo a implementar todos los miembros de la población tuvieron la misma oportunidad de formar parte de la muestra.

Se tomó como población el número de ($N = 220$) para el análisis de la muestra, y se estableció un margen de error muestral $e = 0.05\%$ con un nivel de confianza de 95% ($Z_{\alpha} = 1.96$) que está dentro del margen de error y con p y q igual al 0.5 cada una, en base a la proporción de individuos que respondería con un sí o no a las preguntas; para realizar el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Parametro	Valor
N	220
Z	1,960
P	50,00%
Q	50,00%
e	5,00%

$$n = \frac{(220)(1,96*1,96)(0,5)(0,5)}{((0,05*0,05)(220-1)+(1,96*1,96)(0,5)(0,5))}$$

$$n = 140$$

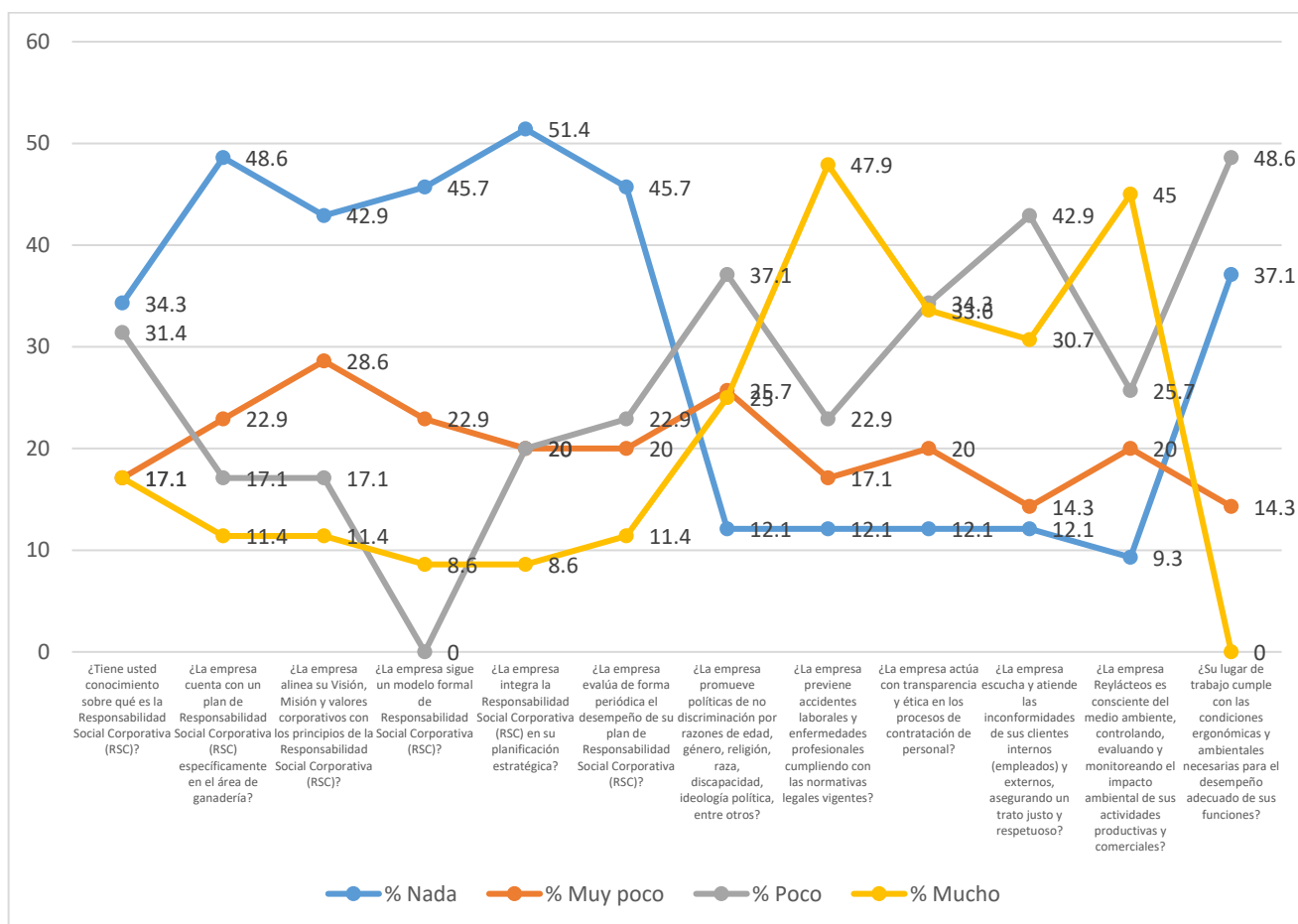
En base a este cálculo, para establecer la percepción del personal de Reylácteos correlación a temas de Responsabilidad Social Corporativa fue necesario la aplicación de 140 encuestas. El tipo de muestreo fue de orden probabilístico y fue de tipo aleatorio simple, de tal manera que cada una de las muestras tuvo la misma probabilidad de ser elegida o no seleccionada.

3. Resultados y Discusión

Tabla 6.

Resultado de la encuesta dirigida a los empleados de la Empresa Reylácteos

N°	Preguntas	1	%	2	%	3	%	4	%
1	¿Tiene usted conocimiento sobre qué es la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	48	34.3	24	17.1	44	31.4	24	17.1
2	¿La empresa cuenta con un plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) específicamente en el área de ganadería?	68	48.6	32	22.9	24	17.1	16	11.4
3	¿La empresa alinea su Visión, Misión y valores corporativos con los principios de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	60	42.9	40	28.6	24	17.1	16	11.4
4	¿La empresa sigue un modelo formal de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	64	45.7	32	22.9	32	22.9	12	8.6
5	¿La empresa integra la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en su planificación estratégica?	72	51.4	28	20.0	28	20.0	18	8.6
6	¿La empresa evalúa de forma periódica el desempeño de su plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	64	45.7	28	20.0	32	22.9	16	11.4
7	¿La empresa promueve políticas de no discriminación por razones de edad, género, religión, raza, discapacidad, ideología política, entre otros?	17	12.1	36	25.7	52	37.1	35	25.0
8	¿La empresa previene accidentes laborales y enfermedades profesionales cumpliendo con las normativas legales vigentes?	17	12.1	24	17.1	32	22.9	67	47.9
9	¿La empresa actúa con transparencia y ética en los procesos de contratación de personal?	17	12.1	28	20.0	48	34.3	47	33.6
10	¿La empresa escucha y atiende las inconformidades de sus clientes internos (empleados) y externos, asegurando un trato justo y respetuoso?	17	12.1	20	14.3	60	42.9	43	30.7
11	¿La empresa Reylácteos es consciente del medio ambiente, controlando, evaluando y monitoreando el impacto ambiental de sus actividades productivas y comerciales?	13	9.3	28	20.0	36	25.7	63	45.0
12	¿Su lugar de trabajo cumple con las condiciones ergonómicas y ambientales necesarias para el desempeño adecuado de sus funciones?	52	37.1	20	14.3	68	48.6	0	0



De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada el 34.3% de los participantes sostiene saber qué es la RSC, mientras que el 31.4% se siente poco conocido. Esto indica que una porción considerable del personal posee una comprensión elemental, pero también existe un porcentaje significativo que necesita formación. Un 48.6% de los participantes en la encuesta indica que la compañía no posee un plan oficial de Responsabilidad Social Corporativa en el sector ganadero. Este detalle es crucial, pues señala la necesidad de elaborar e instaurar un plan concreto para atender las demandas y expectativas de los interesados.

Un 42.9% considera que la compañía alinea su visión, misión y valores con los fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa. No obstante, este porcentaje señala que existe una oportunidad para potenciar tal alineación y robustecer la vinculación entre los valores de la empresa y las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. Un 45.7% sostiene que la compañía no se adhiere a un modelo oficial de Responsabilidad Social Corporativa; esto subraya la necesidad apremiante de definir un marco organizado que oriente las acciones de responsabilidad social, garantizando consistencia y eficacia.

El 51.4% de los participantes señala que la Responsabilidad Social Corporativa no se incorpora en la estrategia de la empresa. Esto resulta alarmante, dado que incorporar la RSC en la estrategia corporativa es esencial para garantizar que las acciones de responsabilidad social estén en sintonía con las metas de la organización. Un 45.7% de los participantes en la encuesta indica que la compañía no realiza evaluaciones periódicas del rendimiento de su plan de Responsabilidad Social Corporativa; este factor es crucial para asegurar el perfeccionamiento constante y la modificación de las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa a las demandas en constante cambio.

Un 37.1% de los participantes en la encuesta sustenta que la compañía fomenta políticas de no discriminación, mientras que un 25.7% considera que esto es "muy poco"; esto indica que existe potencial para robustecer las políticas de inclusión y asegurar un ambiente de trabajo justo. Un 47.9% de los participantes en la encuesta sostiene que la compañía evita accidentes de trabajo de forma eficaz.; este resultado es favorable, pero también señala que un 30% percibe que se hace "poco" o "muy poco", lo que implica que las acciones de seguridad necesitan ser fortalecidas. Un 34.3% sostiene que la compañía se comporta con claridad en los procedimientos de contratación, aunque un 12.1% piensa que esto no se respeta. Es crucial fomentar prácticas éticas en el proceso de contratación para generar confianza y fidelidad entre los trabajadores.

El 42.9% de los encuestados señala que la compañía presta atención y solución a las discrepancias de sus clientes tanto internos como externos. Este es un punto favorable, sin embargo, existe una posibilidad de mejora en la comunicación y el servicio al cliente. Un 45.0% sostiene que Reylácteos está consciente de su entorno y supervisa su efecto. No obstante, un 29.3% se mantiene indiferente o discrepa, lo que señala la importancia de optimizar la comunicación acerca de las iniciativas medioambientales. Un 48.6% sostiene que su entorno laboral satisface las condiciones ergonómicas y ambientales apropiadas. Este es un número alentador, sin embargo, el 37.1% que tiene una opinión contraria indica la importancia de valorar y mejorar las condiciones de trabajo.

Tabla 7.

Resultado de la entrevista dirigida a los directivos de la Empresa Reylácteos

Preguntas	1	2	3	4	5	6
1. ¿De qué manera cumple la empresa Reylácteos con los principios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para lograr una evaluación positiva del público interno (empleados) y externo (clientes)?	Mediante acuerdos con el cliente	No posee alineación a la RSC	Se preocupa de los empleados, siempre cumpliendo la integridad	Ética y Transparencia en las Operaciones; Bienestar Laboral y Desarrollo Profesional; Compromiso con el Medio Ambiente; Compromiso con la Comunidad y el Entorno Social; Igualdad, Diversidad e Inclusión; Evaluación y Mejora Continua	En su misión y visión empresarial.	No a profundidad
2. ¿La empresa cuenta con un plan formal de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para el área de ganadería?	No	No	Si, siempre	Desconozco.	No	No exactamente
3. ¿Desde cuándo se implementa la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la empresa Reylácteos?	No cuenta con normas de responsabilidad social	No hay ninguno	Desconozco	Desconozco	No se ha puesto en marcha	No se ha puesto en marcha
4. ¿Qué mecanismos utiliza la empresa para verificar los niveles de satisfacción tanto del público interno (empleados) como externo	Encuestas	No posee	Siempre la comunicación	DEsconozco	Ninguno	No muchos

(clientes)									
5.	¿Cómo gestiona la empresa los impactos ambientales negativos generados por sus actividades productivas? ¿Qué acciones realiza para compensar esos impactos?	Acuerdos con clientes	Mediante convenios con los proveedores	Desconozco	Desconozco	No se lleva registro	Alto riesgo de contaminación podría catalogarse		
6.	¿Qué normativas de calidad se aplican en la empresa como parte de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	No cuentas con políticas	Ninguna	Desconozco	Normas ISO	No a profundidad	No todas		
7.	¿Qué acciones específicas ha ejecutado la empresa para cumplir con sus compromisos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	Ninguna hasta el momento	Tratamiento de envases tóxicos con el proveedor	Desconozco	Desconozco	Muy básicas	No a profundidad		
8.	¿Cómo describiría el nivel de compromiso de la empresa Reylácteos con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	Deficiente	Bajo nivel, ya que no hay un plan de RSC aplicado a la empresa	Siempre válida con los empleados	Desconozco	Bajo	Bajo		

El estudio de las entrevistas hechas a seis directivos de Reylácteos muestra una perspectiva conjunta acerca de la condición presente de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la organización. Aunque ciertos líderes resaltan valores como la ética, la transparencia y el compromiso con el bienestar en el trabajo, también se nota la ausencia de un plan formal de Responsabilidad Social Corporativa, particularmente en el sector ganadero, lo que restringe la habilidad de la compañía para aplicar prácticas eficientes y sostenibles.

La mayor parte de los entrevistados reconocen no conocer la presencia de regulaciones o medidas específicas vinculadas con la Responsabilidad Social Corporativa, lo que indica una falta de claridad en la manera en que la compañía administra sus efectos ambientales y sociales. Además, se describe el nivel de compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa como bajo o insuficiente, lo que demuestra la necesidad de un enfoque más organizado y proactivo. La falta de instrumentos formales para medir la satisfacción de empleados y clientes, junto con la falta de medidas concretas para atenuar efectos adversos, resalta la necesidad de crear un marco sólido que oriente la responsabilidad social de la compañía, asegurando de esta manera no solo el acatamiento de las regulaciones, sino también la mejora constante y la concordancia con las expectativas de sus grupos de interés.

Discusión:

El debate sobre los resultados de la encuesta y las entrevistas efectuadas a los dirigentes de Reylácteos revela una serie de descubrimientos relevantes en cuanto a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la compañía. De acuerdo con los resultados del sondeo, únicamente el 34.3% de los participantes sostiene poseer un conocimiento apropiado sobre la RSC, mientras que el 31.4% se siente poco versado en el asunto. Esto indica que, pese a tener una base de conocimiento,

hay una urgente necesidad de formación para el personal, lo cual concuerda con la literatura que resalta la relevancia de la educación en Responsabilidad Social Corporativa para potenciar la comprensión y la puesta en práctica de prácticas responsables (Sarmiento, 2022).

Un descubrimiento crucial es que el 48.6% de los participantes en la encuesta señala que la compañía no posee un plan oficial de Responsabilidad Social Corporativa en el sector ganadero. Este punto es crucial, puesto que la ausencia de un marco organizado restringe la habilidad de la compañía para atender las expectativas de sus grupos de interés y satisfacer los criterios de sostenibilidad necesarios en el presente (Vásquez et al., 2019). Adicionalmente, el 51.4% de los participantes indica que la RSC no se incorpora en la estrategia empresarial, lo que resulta preocupante, ya que la incorporación de la RSC en la estrategia de la empresa es crucial para garantizar que las acciones de responsabilidad social estén en sintonía con los objetivos de la organización. De acuerdo con Sancho (2025) en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa, esto implica que la compañía no solo debe aspirar a generar ganancias, sino a hacerlo de forma sostenible, asegurándose de que sus elecciones económicas no dañen los derechos de sus grupos de interés ni el bienestar de la sociedad a largo plazo.

La percepción de que la compañía no lleva a cabo evaluaciones regulares del desempeño de su RSC, con un 45.7% de respuestas positivas, subraya la importancia de instaurar sistemas de monitoreo y evaluación que faciliten la mejora constante de las iniciativas de RSC. La evaluación de la RSC es crucial por varias razones. En primer lugar, esta evaluación posibilita que las compañías sean claras acerca de sus prácticas y acciones en este sector, lo que incrementa la confianza de los grupos de interés y estimula una mayor responsabilidad; además, esta evaluación contribuye a detectar áreas de mejora en las políticas y prácticas de la empresa, favoreciendo la puesta en marcha de modificaciones positivas y relevantes (Paz y Vásconez, 2024). Además, desempeña un rol crucial en la administración de riesgos, al identificar y tratar aquellos vinculados con factores ambientales, sociales y de gobierno empresarial. Un análisis firme de la Responsabilidad Social Corporativa puede fortalecer la reputación y competitividad de las compañías, volviéndolas más atractivas para consumidores, inversores y trabajadores (Torres et al., 2020).

Igualmente, el 37.1% de los participantes en la encuesta piensa que la compañía fomenta políticas de no discriminación, mientras que un 25.7% considera que esto es "muy poco", lo que señala que existe un posible potencial para robustecer las políticas de inclusión y diversidad en el entorno laboral. Respecto a la administración de los impactos ambientales, la mayoría de los directivos consultados admiten la falta de un plan oficial y la falta de acciones concretas para atenuar estos efectos, lo que concuerda con la percepción de un compromiso limitado con la Responsabilidad Social Corporativa. Esto resulta alarmante, dado que una correcta administración de los efectos ambientales es esencial para la sostenibilidad a largo plazo de la compañía (Sancho, 2025). La falta de transparencia en las normativas y acciones concretas también se manifiesta en la limitada divulgación de las iniciativas medioambientales, lo que podría impactar la imagen de la compañía y su vínculo con los grupos de interés.

Los hallazgos de la encuesta y las entrevistas señalan que, a pesar de que existen ciertos elementos positivos en la RSC de Reylácteos, existen áreas críticas que necesitan atención inmediata. La puesta en marcha de un plan oficial de Responsabilidad Social Corporativa, la formación del personal, la incorporación de la RSC en la estrategia de la empresa y la evaluación regular de las iniciativas son acciones fundamentales para incrementar el compromiso de la compañía con la responsabilidad social y asegurar su viabilidad a largo plazo.

4. Conclusiones

El estudio de la encuesta señala que, aunque existen elementos positivos en las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa de Reylácteos, también existen zonas críticas que requieren atención. Es fundamental elaborar un plan de Responsabilidad Social Corporativa específico para el sector ganadero que incluya la formación del personal en RSC, la elaboración de un plan oficial y un modelo de RSC que se incorpore a la estrategia de la empresa, además de realizar evaluaciones regulares para evaluar la eficacia de las iniciativas y su concordancia con los objetivos de la compañía. Además, resulta crucial fortalecer las políticas de inclusión y seguridad para promover un ambiente de trabajo más justo y seguro. La puesta en marcha de estas acciones no solo potenciará la percepción interna acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, sino que también aportará al crecimiento sostenible de la compañía y su ambiente.

Referencias

- Acosta, M.; Lovato, S.; Buñay, J. (2018). La responsabilidad Social Corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 100-110.
- Azuero-Rodríguez, A.; García-Solarte, M.; Garibello-García, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2), 18(2).
- Azuero, A.; García, M.; Garibello, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del cauca: literatura vs. práctica. *Entramado*, 1-23.
- Bermúdez, Y.; Mejías, A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Revista Ingeniería Industrial*, 290-219.
- Campos, S.; Velázquez, J.; Pelayo, M. (2019). La responsabilidad social corporativa en el sector gaandero: Caso San Miguel, municipio de Villa Purificación, Jalisco. *Revista Visión Contable*, 103-122.
- Da-Costa, C.; Goicochea, J. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. *Economía y Política*, 1-25.
- Duque, Y.; Cardona, M.; Rendón, J. (2013). Responsabilidad social empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 196-206.
- Fernández, A. (2022). La legitimación en el discurso de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC): eL sector energético y financiero del Ibex35. *Signos*, 762-789. Retrieved from https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/bizcomm/05_Symposien/intercultural-aspects-in-CSR-communication/Fernandez_Vallejo.pdf
- Goyeneche, E.; Pupo, R. (2009). *Vínculo entre el sector público y la empresa ganadera del Departamento del César en el para de la responsabilidad social*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Mayorga, P. (2022). Redefining Corporate Social Responsibility and its relation to Sustainable Development. *Mercados y Negocios*.
- Paz-loayza, J.; Vásquez, L. (2024). Auditoría de gestión en la responsabilidad social corporativa en las cooperativas de ahorro y crédito. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 4(Especial), 222-233. doi: <https://doi.org/10.62574/rmpi.v4iespecial.141>
- Rivera, J.; Tachong, L.; Paredes, M.; Moncayo, O.; Nuñez, E.; Cano, J. (2016). La responsabilidad social empresarial (RSE) del sector ganadero ecuatoriano. *Observatorio Economía Latinoamericana*.
- Sancho, J. (2025). *Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de Carrefour* (Universitat Politècnica de Valencia). Universitat Politècnica de Valencia. Retrieved from <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/213386/Sancho> - Analisis de la Responsabilidad Social Corporativa de

Carrefour.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sarmiento, R. (2022). Análisis Cualitativo de las Prácticas Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador de. *Revista Científica Zambos*, 1(2), 17–33. doi: <https://doi.org/10.69484/rcz/v1/n2/25>

Torres, A., Narváez, C., Erazo, J., Torres, M. (2020). Auditoría de la responsabilidad social corporativa en el sector financiero popular y solidario. *Digital Publisher CEIT*, 5(4–1), 70-86. Retrieved from <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.4-1.282>

Vásquez-Bravo, J., López-Guzmán, T., Ribeiro-Soriano, D. (2019). Corporate Social Responsibility and the role of SMEs in the tourism sector: The case of Ecuador. *Sustainability*, 11(14).

Conflicto de Intereses

El trabajo de investigación no presenta conflicto de intereses.

Contribución de los autores

Angie Magdalena Benavides Puglla. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2583-489>

Participó en el diseño de la investigación, curación de los datos y redacción del manuscrito.

Blanca Victoria Zirufu Briones. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2583-489>

Participó en el diseño de la investigación, metodología, supervisión y redacción del manuscrito.