Revista Científica Arbitrada Reporte Climatológico
ISSN (e): 3080 – 2504 / Depósito Legal: ZU2024000193
Vol. 2(1), enero-junio 2026

DEL ENFOQUE TRADICIONAL A LA SOSTENIBILIDAD INTELIGENTE: GESTIÓN DE STAKEHOLDERS EN EMPRESAS BANANERAS FRENTE A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Mariana Verdezoto*
https://orcid.org/0000-0002-2023-6681

RECIBIDO: 19/06/2025 **ACEPTADO**: 03/12/2025 **PUBLICADO**: 20/01/2026

Cómo citar: Verdezoto, M. (2026). Del enfoque tradicional a la sostenibilidad inteligente: gestión de stakeholders en empresas bananeras frente a la transformación digital. *Revista Científica Arbitrada Reporte Climatológico, 2*(1), 67-82.

RESUMEN

La transformación digital está redefiniendo la sostenibilidad empresarial, especialmente en sectores tradicionales como el bananero, donde los modelos clásicos de responsabilidad social muestran limitaciones frente a los desafíos actuales. Este estudio analiza cómo las empresas bananeras de El Oro gestionan sus stakeholders en un contexto de cambio tecnológico acelerado. Se parte de encuestas aplicadas en años anteriores, las cuales, aunque no consideraban aún herramientas de Industria 4.0, permiten establecer una línea base sobre prácticas tradicionales de responsabilidad social empresarial. A partir de estos datos, se identifican brechas en la incorporación de tecnologías emergentes como inteligencia artificial, trazabilidad inteligente y automatización de procesos. Con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo, se encuestaron 136 trabajadores del sector, revelando una gestión centrada en el cumplimiento básico de obligaciones sociales, sin integración tecnológica significativa. La escasa digitalización limita la capacidad de las empresas para anticipar demandas sociales y ambientales, y para tomar decisiones basadas en datos. El estudio propone una ruta hacia la gestión inteligente de stakeholders, articulando tecnología, economía circular y sostenibilidad. Esta investigación se enmarca en un proyecto institucional sobre responsabilidad social empresarial en el sector bananero de Machala, ofreciendo una propuesta innovadora con aplicación práctica en el contexto local.

Palabras clave: Transformación digital, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, sostenibilidad inteligente.

---

* Universidad Técnica de Machala, Machala-Ecuador, mverdezoto@utmachala.edu.ec

CC BY

From the traditional approach to smart sustainability: stakeholder management in banana companies in the face of digital transformation

ABSTRACT

Digital transformation is redefining corporate sustainability, especially in traditional sectors such as the banana industry, where traditional models of social responsibility are limited in the face of current challenges. This study analyzes how banana companies in El Oro manage their stakeholders in a context of accelerated technological change. It is based on surveys conducted in previous years, which, although they did not yet consider Industry 4.0 tools, allow for establishing a baseline of traditional corporate social responsibility practices. Based on these data, gaps in the incorporation of emerging technologies such as artificial intelligence, smart traceability, and process automation are identified. Using a quantitative approach, non-experimental design, and descriptive scope, 136 workers in the sector were surveyed, revealing a management approach focused on the basic fulfillment of social obligations, without significant technological integration. Limited digitalization limits companies' ability to anticipate social and environmental demands and make data-driven decisions. The study proposes a path toward smart stakeholder management, articulating technology, the circular economy, and sustainability. This research is part of an institutional project on corporate social responsibility in the Machala banana sector, offering an innovative proposal with practical application in the local context..

Keywords: digital transformation, corporate social responsibility, stakeholders, smart sustainability.

1. INTRODUCCIÓN

En un entorno de transformación digital, el respeto por el medioambiente y la construcción de una sociedad más justa representan desafíos trascendentales para la gestión empresarial. Aunque se han registrado avances en responsabilidad social empresarial (RSE), persisten barreras estructurales y culturales que dificultan su consolidación, especialmente en sectores productivos como el bananero, históricamente rezagados en innovación y sostenibilidad. Frente a ello, la gestión organizacional requiere poner a las personas y a sus intereses legítimos —los stakeholders— en el centro de sus decisiones estratégicas.

La teoría de los stakeholders, formulada por Freeman (1984), plantea que el éxito empresarial depende de la capacidad de identificar, escuchar y gestionar activamente a los grupos de interés, más allá de los enfoques centrados exclusivamente en accionistas o beneficios financieros. Contreras et al. (2022) destacan que los trabajadores son actores

clave en los procesos empresariales, mientras que Bellucci et al. (2019) advierten que aún no se ha logrado traducir esta interacción en mecanismos contables y de gestión participativa, transparentes y dialógicos. En esta línea, Guamán et al. (2020) sostienen que las organizaciones buscan consolidarse mediante estrategias que respondan a las expectativas crecientes de sus públicos clave, dando paso a una RSE más dinámica.

Este desafío cobra especial importancia en las empresas bananeras del cantón Machala, provincia de El Oro, Ecuador, cuya actividad agroexportadora tiene repercusiones económicas, sociales y ambientales de amplio alcance. Estudios como el de Peralta et al. (2022) han abordado las dimensiones económicas, jurídicas y sociales de la RSE en este contexto, pero todavía queda pendiente explorar su integración con las tecnologías emergentes.

En este escenario, la presente investigación resulta pertinente y necesaria, ya que contribuye a llenar un vacío académico y práctico en torno a la incorporación de herramientas de la Industria 4.0 como inteligencia artificial, trazabilidad inteligente y automatización, en los modelos de gestión responsable. La escasa digitalización observada en el sector limita la capacidad de las empresas para anticipar riesgos, mejorar su relación con los grupos de interés y tomar decisiones informadas, lo que podría comprometer su competitividad y sostenibilidad en el mediano plazo. De ahí que el estudio aporte no solo evidencia diagnóstica, sino también lineamientos estratégicos orientados a una transformación realista y contextualizada.

En este contexto, el objetivo de este artículo es analizar cómo las empresas bananeras de la provincia de El Oro gestionan a sus stakeholders frente a la transformación digital, e identifica las brechas en la adopción de tecnologías emergentes. Esta investigación se enmarca en el Proyecto de RSE del Grupo de Investigación INPUNIEM el cual busca coadyuvar al rediseño de praxis empresariales más proactivas, inteligentes y sostenibles, con aplicación en entornos locales.

2. FUNDAMENTACION TEÓRICA

2.1. Antecedentes históricos de la teoría de los stakeholders y la RSE

El concepto de stakeholders tiene sus raíces en 1963, cuando un informe interno de la Universidad de Stanford empleó el término para describir a aquellos grupos sin los cuales la empresa no podría operar (Tolotti, 2008). Este planteamiento fue iniciado por Freeman (1984), quien desarrolló la teoría de los stakeholders como un marco estratégico que obliga a los gerentes a preguntarse "quién cuenta y qué cuenta" en los procesos de toma de decisiones organizacionales. Su propuesta dio origen a múltiples interpretaciones que otorgan a las partes interesadas un rol activo en la planificación y gestión empresarial.

La evolución del concepto de stakeholders sentó las bases filosóficas y normativas para el progreso de la RSE, al considerar que las decisiones organizacionales deben contemplar el impacto sobre múltiples grupos de interés, más allá de los accionistas. Carroll (1979) lo hizo mediante un modelo que integraba la naturaleza de la responsabilidad, las necesidades sociales y la filosofía corporativa.

A partir de ello y desde un enfoque ético, Goodpaster (1991) destacó la necesidad de responsabilidad moral hacia los stakeholders; Clarkson (1995), por su parte, contribuyó al desarrollo de modelos evaluativos; y Donaldson y Preston (1995) definieron un enfoque normativo que consolidó las dimensiones teóricas de la relación empresa-stakeholder. Mitchell et al. (1997) propusieron una tipología basada en atributos como poder, legitimidad y urgencia; y Phillips (2003) junto con Phillips et al. (2003), refinaron el concepto de legitimidad desde una perspectiva organizacional.

Este desarrollo teórico consolidó la RSE como un campo estratégico de estudio. En el contexto latinoamericano, Cajiga (2013) advierte sobre la necesidad de superar una visión utilitarista de las partes interesadas, proponiendo en su lugar una relación basada en legitimidad recíproca y cooperación estratégica. Esta visión ha contribuido a la evolución de la RSE desde una práctica filantrópica hacia una dimensión esencial de la estrategia organizacional.

En la actualidad, diversos estudios continúan profundizando en la interacción dinámica entre la teoría de los stakeholders y la RSE, incorporando elementos como la sostenibilidad, la transformación digital y los criterios ESG (Li et al., 2023; Guzmán & Cueto, 2023). Esta evolución teórica resulta especialmente relevante en sectores productivos como el bananero ecuatoriano, donde los desafíos éticos, sociales y ambientales exigen un enfoque estratégico centrado en los grupos de interés.

2.2. Supuestos teóricos: stakeholders, bien común y RSE

Desde una perspectiva ética, Argandoña (1998) propuso la teoría del bien común como evolución del enfoque instrumental de los stakeholders. Según este autor, la empresa no debe limitarse a satisfacer intereses individuales, sino contribuir activamente al bienestar colectivo, incluso cuando esto no sea requerido legalmente. Esto robustece el fundamento moral de la RSE como generadora de valor social sostenible.

La teoría de los stakeholders también parte del supuesto de que toda organización produce externalidades que afectan a diversos actores internos y externos, influyendo directamente en el cumplimiento de sus objetivos (Freeman, 1984). Navarro (2012) los clasifica en internos (accionistas, empleados, sindicatos) y externos (clientes, proveedores, organismos de control), destacando la necesidad de gestionar sus expectativas de forma diferenciada.

En este mismo sentido, Verdezoto y Vargas (2020) afirman que la capacidad para identificar y responder eficazmente a tales expectativas es fundamental para la legitimidad empresarial.

Rivera y Malaver (2011) sostienen que la toma de decisiones corporativas debe considerar a todos los grupos afectados, no solo a los accionistas. Moreno (2015), por su parte, resalta la necesidad de identificar, priorizar y satisfacer las expectativas legítimas de los stakeholders dentro del radio de acción de la empresa. Desde la gestión del talento humano, Orjuela (2011) enfatiza que la RSE debe materializarse en planes de carrera, relaciones estables con públicos externos y la creación de productos con valor social agregado.

2.3. Enfoques emergentes: RSE inteligente y gestión digital de stakeholders

La transformación digital ha reconfigurado profundamente las relaciones entre las empresas y sus stakeholders. La incorporación de herramientas de la Industria 4.0, como la inteligencia artificial, la trazabilidad inteligente y la automatización, permite implementar una gestión inteligente de stakeholders, basada en la participación activa, el análisis predictivo y la toma de decisiones sustentada en datos.

En esta línea, la norma ISO 26000 (Asociación Española de Normalización y Certificación, 2010) identifica tres ejes fundamentales para la RSE: la relación entre la organización y la sociedad, la relación entre la organización y sus stakeholders, y la relación entre estos últimos y la sociedad. Aunque no certificable, esta norma constituye una guía útil para integrar las expectativas sociales en la estrategia organizacional.

Guzmán (2020) ha documentado avances normativos en Ecuador respecto a la RSE, pero señala que existen vacíos persistentes en sectores como el bananero, especialmente en temas laborales, ambientales y sanitarios. Cueto y De la Cuesta (2023) remarcan que la RSE ha trascendido el ámbito empresarial, insertándose también en el sector público como mecanismo de articulación con la sociedad civil. Navarro (2012), por su parte, plantea una visión dual de la RSE: una basada en la legalidad impuesta y otra en la moral voluntaria, que, una vez institucionalizada, se convierte en parte del control interno.

En cuanto a las expectativas de los diferentes stakeholders, Moreno (2015) subraya que los competidores demandan prácticas de libre competencia, los consumidores valoran productos con impacto social, y los proveedores requieren relaciones justas y sostenibles. Verdezoto y Vargas (2020) coinciden en que la cadena de valor en el sector bananero es altamente sensible a las prácticas de RSE, especialmente en contextos de exportación. Finalmente, Cañarte et al. (2022) advierten que la omisión de la RSE puede deteriorar la imagen corporativa, afectando la reputación ante clientes, trabajadores y aliados estratégicos, por lo que se requiere una sensibilización transversal desde la alta gerencia hasta el nivel operativo.

3. METODOLOGÍA

Este estudio se llevó a cabo bajo un enfoque mixto secuencial explicativo, con una fase inicial de carácter cuantitativo y un componente cualitativo complementario basado en análisis documental. Esta estrategia metodológica permitió identificar el nivel de gestión de los stakeholders en las empresas bananeras del cantón Machala y explorar, de manera interpretativa, el potencial de incorporación de tecnologías emergentes como parte de las prácticas de RSE. Este enfoque se sustenta en la premisa de que los hallazgos cuantitativos pueden ser ampliados y explicados mediante una segunda fase cualitativa que profundiza en el fenómeno desde una perspectiva institucional y estratégica (Creswell & Plano Clark, 2018).

La fase cuantitativa adoptó un diseño no experimental, de tipo descriptivo y de corte transeccional, con trabajo de campo. Se aplicó un cuestionario estructurado de 42 ítems dicotómicos a una muestra no probabilística por conveniencia, conformada por 136 trabajadores del sector bananero. Los ítems se organizaron en torno a siete grupos de interés: accionistas o propietarios, cargos directivos, personal, administración pública, competencia, clientela o consumidores, y proveedores. El instrumento fue validado mediante juicio de expertos y su confiabilidad fue evaluada mediante el coeficiente Kuder-Richardson 20 (KR-20), alcanzando un valor de 0.96, lo que indica una alta consistencia interna. El análisis de datos se realizó con estadística descriptiva, utilizando frecuencias absolutas, relativas y gráficos, con el objetivo de establecer un diagnóstico del estado actual de la gestión de stakeholders.

Con base en los resultados, se desarrolló una fase cualitativa interpretativa mediante análisis documental institucional, centrado en examinar la existencia o ausencia de estructuras, políticas, certificaciones, códigos de ética y evidencias públicas relacionadas con la gestión de los grupos de interés y la RSE. Se analizaron sitios web corporativos, informes disponibles, normativas internas, presencia digital y certificaciones internacionales vinculadas con sostenibilidad, calidad o trazabilidad. El análisis se organizó en torno a categorías temáticas vinculadas a la dimensión “Stakeholders”, lo que permitió contrastar las percepciones de los trabajadores con la formalización organizacional. Este enfoque cualitativo permitió interpretar las brechas institucionales, identificar oportunidades de

mejora y valorar el potencial de las tecnologías emergentes en la modernización de la gestión empresarial (Taylor & Bogdan, 1987).

La integración de ambas fases enriqueció los hallazgos, permitiendo una comprensión más profunda sobre el estado actual de la RSE en el sector bananero, y facilitó la formulación de recomendaciones fundamentadas en evidencia, orientadas a fortalecer la sostenibilidad organizacional mediante la adopción progresiva de modelos digitales de gestión de stakeholders.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta sección responde al objetivo de analizar cómo dichas empresas gestionan a sus stakeholders en un contexto de transformación digital, identificando debilidades en la institucionalización de la RSE y oportunidades para su modernización mediante herramientas emergentes. Los hallazgos de la investigación revelan importantes brechas en la gestión de los stakeholders por parte de las empresas bananeras de Machala, puesto que al analizar los indicadores del estudio se evidencian desequilibrios entre el cumplimiento formal mínimo y la ausencia de estrategias estructuradas de RSE.

Desde la perspectiva cuantitativa, los resultados en promedio muestran que solo el 56,09 % de los trabajadores considera que su empresa gestiona, en alguna medida, a los grupos de interés mediante actividades vinculadas con la RSE, mientras que el 43,91 % no lo percibe así. Este promedio global oculta diferencias significativas entre los indicadores. A saber, indicadores como proveedores (73,16 %) y administración pública (73,53 %) tienen valoraciones positivas, mientras que competencia (31,62 %) y accionistas (33,09 %) reflejan niveles bajos de percepción sobre acciones socialmente responsables, como se puede apreciar en la Figura 1.

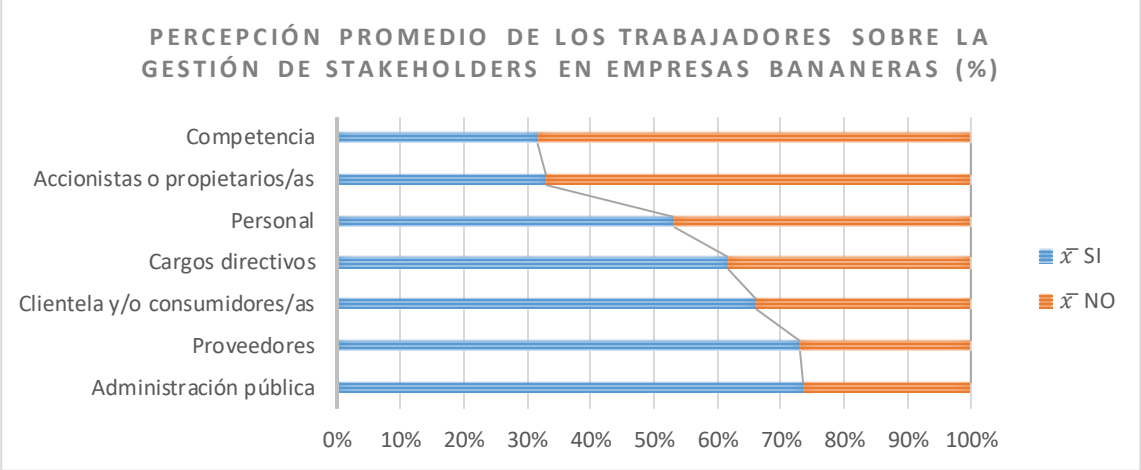


Figura 1. Percepción (%) promedio de los trabajadores sobre la gestión de stakeholders en empresas bananeras.

Por otra parte, el análisis documental cualitativo complementa estos resultados al mostrar que las empresas bananeras carecen de códigos de ética públicos, modelos estructurados de RSE o instancias internas formalizadas para su implementación. Las páginas web corporativas revisadas no presentan reportes de sostenibilidad, y los canales de comunicación con stakeholders externos son limitados o inexistentes. Esta ausencia institucional refuerza la interpretación de los datos cuantitativos, en tanto los trabajadores perciben acciones parciales o poco visibles, que no obedecen a una política estructurada ni a un enfoque estratégico.

Particularmente, en el indicador accionistas o propietarios, solo el 33,09 % de los trabajadores identificó reinversión en programas sociales o bienestar familiar. A nivel documental, no se encontraron evidencias formales de compromiso con el bienestar integral de los colaboradores. Esto confirma que la visión de la empresa como generadora de valor común, planteada por Argandoña (1998), aún no se manifiesta en las prácticas del sector.

En cuanto a los cargos directivos, el 61,76 % de los trabajadores considera que sus líderes actúan con ética e integridad, pero no existen mecanismos institucionales de ética corporativa, ni códigos que orienten esa conducta desde lo normativo. Esta falta de coherencia estructural coincide con Bull (2004), quien advierte sobre la escasa implicación gerencial real en los principios de la RSE cuando no hay compromiso visible ni líneas de acción organizacional claras.

Respecto al personal, aunque el 63,24% cree que labora en una empresa de prestigio, solo el 43,38 % considera que su jubilación está asegurada. La revisión documental no halló

evidencias de planes de retiro, formación profesional continua ni programas internos de bienestar. Esta brecha evidencia una gestión centrada en el presente operativo, más que en el desarrollo humano sostenible, como plantea Orjuela (2011).

En el eje administración pública, se identificó una de las mejores valoraciones del estudio: más del 70 % de los encuestados considera que su empresa mantiene buenas relaciones con el Estado y cumple la normativa. Sin embargo, en la revisión documental se encontró que estas relaciones son de cumplimiento mínimo, sin evidencias de colaboración ampliada, alianzas o iniciativas intersectoriales. Lo anterior concuerda con Guzmán (2020), quien afirma que en Ecuador aún no se normativiza de forma específica la RSE en este sector.

En el indicador competencia, la encuesta arrojó los resultados más críticos: el 68,38 % considera que no existen oportunidades de crecimiento conjunto ni cooperación gremial. El análisis documental reveló que las empresas no publican mecanismos de alianzas ni muestran integración en redes sectoriales. Esto contradice lo planteado por Moreno (2015), quien considera que un entorno de competencia responsable fortalece las condiciones generales del mercado.

En el indicador clientela y consumidores, el 54,41 % de los trabajadores percibe inversión en I+D y el 77,94 % identifica lealtad del cliente. Sin embargo, no se hallaron evidencias documentales de encuestas de satisfacción, estrategias de fidelización o innovación orientada al consumidor. Esto refleja una gestión basada en el posicionamiento tradicional más que en prácticas modernas centradas en la experiencia del cliente. Estudios como el de Vilca et al. (2022), demuestran que el 77,14 % de los clientes relaciona la RSE con una mejor imagen institucional, mientras que Santander-Guamán y Bermeo-Pazmiño (2022) evidencian que la ausencia de formación en atención al cliente limita la percepción positiva del servicio. Ambos casos refuerzan la necesidad de implementar mecanismos formales de evaluación y estrategias orientadas al consumidor como parte de una RSE efectiva y competitiva.

Por otro lado, en proveedores, los datos fueron los más favorables: el 73,53 % de los trabajadores percibe relaciones de reciprocidad. El análisis documental confirmó la existencia de certificaciones como Global GAP, Rainforest Alliance e ISO 9001 en varias empresas, aunque no se evidenciaron políticas escritas sobre selección responsable,

criterios ambientales o cláusulas éticas. Esta dimensión revela un avance parcial hacia la gestión de la cadena de valor, en línea con lo propuesto por Verdezoto y Vargas (2020).

Un hallazgo transversal es que ninguna de las empresas revisadas presenta plataformas tecnológicas de monitoreo de RSE, trazabilidad de relaciones con stakeholders ni indicadores accesibles al público. La ausencia de tecnologías digitales mantiene una gestión informal, dificulta la participación de los actores involucrados y limita que las empresas puedan demostrar de forma clara su compromiso con la transparencia y la sostenibilidad. En este sentido, la discusión apunta a la necesidad de incorporar herramientas de la Industria 4.0, como tableros de indicadores en línea, automatización de reportes, inteligencia artificial para análisis de satisfacción, y trazabilidad digital de compromisos sociales y ambientales, que permitan avanzar hacia una gestión inteligente y ética de los stakeholders, tal como lo plantean Cajiga (2013) y Freeman (1984).

Considerando estos vacíos, se advierte una urgencia estratégica: la adopción de un enfoque de RSE inteligente, como el propuesto en la literatura sobre Industria 4.0 y sostenibilidad empresarial (Cañarte et al., 2022; Cueto & De la Cuesta, 2023).

En síntesis, la triangulación entre los resultados cuantitativos y cualitativos permite concluir que la gestión de los grupos de interés en las empresas bananeras de Machala es aún incipiente, con una base relacional informal y fragmentaria. La falta de institucionalidad, sumada a la escasa integración tecnológica, limita la capacidad del sector para alinear su actividad con los principios de una RSE contemporánea y sostenible. Este diagnóstico refuerza la necesidad de implementar modelos de gestión estratégicos, basados en datos, normas éticas y tecnologías emergentes, como condición para alcanzar legitimidad social, competitividad internacional y sostenibilidad perdurable. En la Tabla 1, se presenta una síntesis de los resultados cuantitativos, hallazgos documentales y su interpretación conjunta para cada grupo de interés, con apoyo en referentes teóricos.

Stakeholders	Resultados cuantitativos	Autores de apoyo	Análisis interpretativo
Accionistas o propietarios	33,09 % reconoce reinversión social	Argandoña (1998)	No hay evidencias de compromiso estructurado con el bienestar social No se manifiesta una visión de valor común empresarial
Cargos directivos	61,76 % percibe liderazgo ético	Bull (2004)	No existen códigos ni mecanismos institucionales de ética Existe liderazgo percibido, pero sin respaldo institucional ético
Personal	63,24 % valora prestigio institucional; 43,38 % percibe seguridad en jubilación	Orjuela (2011)	Sin planes de retiro ni programas internos de bienestar Predomina una gestión operativa sin enfoque sostenible del talento humano
Administración pública	>70 % valora relación con el Estado	Guzmán (2020)	Relaciones formales mínimas con el Estado Cumplimiento legal sin colaboración ampliada o alianzas público-privadas

Competencia	68,38 % no percibe cooperación gremial	Moreno (2015)	No se publican mecanismos de alianzas ni redes sectoriales Falta de cooperación debilita el entorno competitivo
Clientela y/o consumidores	54,41 % percibe inversión en I+D; 77,94 % identifica lealtad del cliente	Vilca et al. (2022); Santander-Guamán y Bermeo-Pazmiño (2022)	No hay encuestas, estrategias de fidelización ni innovación documentada La lealtad responde a tradición, no a estrategias modernas de experiencia
Proveedores	73,53 % percibe reciprocidad con proveedores	Verdezoto y Vargas (2020)	Certificaciones presentes, pero sin políticas escritas de selección responsable Avance parcial hacia una gestión ética de la cadena de valor
Tecnologías y monitoreo RSE	N/A	Cajiga (2013); Freeman (1984); Cañarte et al. (2022); Cueto & De la Cuesta (2023)	No existen plataformas digitales, trazabilidad ni indicadores accesibles Gestión informal y limitada en sostenibilidad y participación de stakeholders

Tabla 1. Análisis Integrado de la RSE y la Tecnología en Empresas Bananeras: Triangulación de Resultados

Nota. Basado en los resultados de la encuesta aplicada y del análisis documental cualitativo, con apoyo en referentes teóricos sobre stakeholders y RSE.

Es importante enfatizar que, durante el levantamiento de información, se constató que la mayoría de las empresas analizadas no han incorporado herramientas digitales para la gestión de stakeholders. La trazabilidad de procesos, la automatización en la relación con proveedores y colaboradores, así como el uso de plataformas digitales para el monitoreo de compromisos sociales o ambientales, aún son inexistentes o muy incipientes. Esta situación refleja una brecha significativa frente a los postulados de la Industria 4.0, lo que coincide con estudios recientes sobre PYMES latinoamericanas que señalan dificultades estructurales y organizativas para desarrollar capacidades digitales que permitan avanzar en la transformación digital (González-Varona et al., 2024).

A juicio de los autores, este hallazgo pone en evidencia no solo una brecha tecnológica, sino también una visión gerencial limitada que tiende a subestimar el potencial estratégico de la digitalización en la generación de valor sostenible. En consecuencia, urge fomentar una cultura organizacional que promueva el aprendizaje digital, la inversión en tecnologías emergentes y la adopción de modelos de gestión integrales que vinculen la tecnología con los intereses legítimos de los stakeholders.

5. CONCLUSIONES

Las empresas bananeras del cantón Machala evidencian una gestión de stakeholders fragmentaria y con escasa institucionalización, lo cual limita su capacidad para consolidar una RSE estratégica y sostenible.

El análisis cuantitativo revela que un poco más de la mitad de los trabajadores (56,09 %) percibe acciones vinculadas a la RSE en su entorno laboral. No obstante, esta percepción presenta disparidades relevantes entre los distintos grupos de interés, siendo especialmente baja en los indicadores de competencia y accionistas, donde menos de 4 de cada 10 trabajadores reconocen prácticas socialmente responsables.

Desde el enfoque cualitativo, el análisis documental revela una ausencia generalizada de políticas formales, códigos de ética, sistemas de trazabilidad social y plataformas digitales que respalden una gestión estructurada de los stakeholders.

Esta brecha entre percepción y formalización confirma que la RSE en el sector aún responde a enfoques tradicionales, centrados en el cumplimiento básico de normas, sin incorporar herramientas modernas de monitoreo, análisis o interacción con los grupos de interés.

La falta de integración tecnológica —evidenciada por la inexistencia de sistemas digitales de seguimiento, tableros de indicadores o automatización de procesos sociales— limita la transparencia, la participación de los stakeholders y la capacidad de anticipación organizacional.

Finalmente, para mejorar la legitimidad social, la competitividad y la sostenibilidad de las empresas bananeras en el contexto global actual, es fundamental avanzar hacia una gestión más inteligente de sus stakeholders, en consonancia con los principios de economía circular, ética organizacional y tecnologías propias de la Industria 4.0.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argandoña, A. (1998). *La teoría de los Stakeholders y el Bien Común. IESE Business School*. https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf

Asociación Española de Normalización y Certificación. (2010). *ISO 26000: Guía de responsabilidad social*. ISO. https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es

Bellucci, M., Simoni, L., Acuti, D., & Manetti, G. (2019). Stakeholder engagement and dialogic accounting: Empirical evidence in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *32*(5), 1467–1499. https://doi.org/10.1108/AAAJ-09-2017-3158

Bull, B. (2004). Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? *Revista Venezolana de Gerencia, 9(27), 1–24.* https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29092802

Cajiga, J. (2013). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial.* Cemefi. https://www.cemefi.org/centrodedocumentacion/1426.pdf

Cañarte, A., Toala, S., & Tóala, F. (2022). Mirada a la evolución de la responsabilidad social empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 1035-1055. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383411

Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, *4*(4), 497-505. https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1979.4498296

Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, *20*(1), 92–117. https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271994

Contreras, O., Talero, L., & Camacho, J. (2022). Responsabilidad social e identificación organizacional: Implicaciones para la gerencia de los recursos humanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, *27*(99), 1231–1248. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.24

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Diseño y desarrollo de investigaciones mixtas*. Editorial Morata. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2697821

Cueto C., & De La Cuesta, M. (2023). *La Administración Pública de la Responsabilidad Social Corporativa y la Sostenibilidad. Fundamentos, Políticas y Herramientas de Gestión*. Editorial UNED. https://lc.cx/4S6HDv

Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review*, *20*(1), 65-91. https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992

Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholders Approach.* Pitman. https://acortar.link/3uU0LB

González-Varona, J., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2024). Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs. *arXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2406.01615

Goodpaster, K. (1991). Business Ethics and Stakeholder Analysis. *Business Ethics Quarterly*, *1*(1), 53-72. https://doi.org/10.2307/3857592

Guamán, M., León, A., & Salvador, G. (2020). Responsabilidad social corporativa, un enfoque desde los stakeholders en el sector bananero ecuatoriano. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 20-25. https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/268

Guzmán, R. (2020). Ámbito jurídico normativo de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector bananero del Ecuador. En M. Verdezoto (Ed.), *Responsabilidad social empresarial: Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano* (pp. 51–74). Ediciones UTMACH. http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15724

Li, L., Wang, Y., Sun, H., Shen, H. & Lin, Y. (2023). Corporate Social Responsibility Information Disclosure and Financial Performance: Is Green Technology Innovation a Missing Link? *Sustainability*, 15(19), 14544. https://doi.org/10.3390/su151914544

Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, *22*(4), 853–886. https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105

Moreno, R. (2015). Los stakeholders y la responsabilidad social corporativa. En *El gobierno corporativo en Iberoamérica* (pp. 1–64). España. https://www.iimv.org/wp-content/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf

Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: teoría y práctica.* ESIC Editorial. https://books.google.com.pe/books?id=CLnHKcDFNhMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q=2012&f=false

Orjuela, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias & Análisis*, 137-156. https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.09

Peralta, M., Guzmán, R., & Verdezoto, M. (2022). Responsabilidad social en empresas bananeras en Ecuador: Perspectivas económicas, sociales y jurídicas. *Revista Venezolana de Gerencia*, *27*(99), 1095–1114. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.15

Phillips, R. (2003). Stakeholder Legitimacy. *Business Ethics Quarterly*, *13*(1), 25-41. https://doi.org/10.5840/beq20031312

Phillips, R., Freeman, E., & Wicks, A. (2003). What Stakeholder Theory is Not. *Business Ethics Quarterly*, *13*(4), 479-502. https://doi.org/10.5840/beq200313434

Rivera, H., & Malaver, M. (2011). La organización: los stakeholders y la responsabilidad social. *Editorial Universidad del Rosario.* https://doi.org/10.48713/10336_3337

Santander Guamán, L. A., & Bermeo Pazmiño, A. M. (2022). Calidad del servicio y responsabilidad social empresarial del transporte público intracantonal de Azogues – Ecuador. *Ingenium et Potentia*, *19*(3), 150–167. https://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/ingeniumetpotentia/article/view/1897

Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Paidós. https://epaginapersonal.unam.mx/app/webroot/files/981/2015-01-26-233924_taylor-s-j-bogdan-r-.pdf

Tolotti, C. (2008). *La investigación de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión de las empresas de comunicación* [Tesis doctoral no publicada]. Universidad Autónoma de Barcelona.

Verdezoto, M., & Vargas, M. (2020). Costeo de actividades por responsabilidad social empresarial en el sector bananero. En M. Verdezoto (Ed.), *Responsabilidad social empresarial: Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano* (pp. 77–96). Editorial UTMACH. http://doi.org/10.48190/9789942241405

Vilca, M., Vilca, M., Vilca, A., & Armas, M. (2022). Responsabilidad social empresarial y percepción de los clientes de los bancos comerciales en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, *27*(100), 1771–1787. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.29