

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO DE PORTOVIEJO, PROVINCIA DE MANABÍ, ECUADOR

José Tualombo Tituaña

✉ josepft_george@yahoo.com
Maestría en Administración de Empresas
Instituto de Postgrado
Universidad Técnica de Manabí – Ecuador

Matilde Flores Urbáez

✉ floresurbaez8@gmail.com
Carrera de Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas y Económica
Universidad Técnica de Manabí – Ecuador

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo analizar la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los directivos de las cooperativas de transporte público urbano que operan en el cantón Portoviejo, provincia de Manabí, Ecuador. La investigación fue de campo, su alcance fue descriptivo y exploratorio y su diseño no experimental-transversal. Se aplicó un cuestionario a la directiva de las cooperativas de transporte Portoviejo, Ciudad del Valle y Picoazá, La validación de contenido del cuestionario se hizo a través de juicio de expertos y su confiabilidad a través del cálculo del coeficiente alfa de Cronbach. Entre los principales resultados destaca que en general los directivos de las cooperativas estudiadas consideran importante los temas de responsabilidad social empresarial, conocen las ventajas de ser socialmente responsables y realizan acciones de responsabilidad social empresarial. Se concluye que las cooperativas de transporte requieren incorporar la responsabilidad social empresarial formalmente como estrategia competitiva para favorecer más a su comunidad, a la conservación del medio ambiente y a sus socios.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, cooperativas, transporte público, directivos.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the social enterprise responsibility from the perspective of the managers of the urban public transport cooperatives that operate in the Portoviejo canton, Manabí province, Ecuador. It was a field research, its scope was descriptive and exploratory and its design was non-experimental-transversal. A questionnaire was applied to the management of the transport cooperatives at Portoviejo, Ciudad del Valle and Picoazá. The questionnaire content validation of the was carried out through expert judgment and its reliability through the calculation of the Cronbach alpha coefficient. Among the main results, it stands out that in general the managers of the cooperatives studied consider the social enterprise responsibility to be important, they know about the advantages of being socially responsible and carry out corporate social responsibility actions. It is concluded that transport cooperatives need to incorporate the social enterprise responsibility formally as a competitive strategy to further favor their community, the conservation of the environment and their members.

Keywords: Social Enterprise responsibility, cooperatives, public transport, managers.

1. INTRODUCCIÓN

Las constantes fluctuaciones de la economía mundial, reflejan una creciente competencia entre las empresas por acaparar cuotas de mercado, lo que las obliga a buscar mecanismos que puedan garantizarlo. Por lo tanto, el papel de los grupos de interés relacionados con las empresas es exigir de ellas compromiso con la problemática social y ambiental existente (Zolano Sánchez et ál. 2018, p 2).

El compromiso con la sociedad que tienen las empresas, se traduce prácticamente en una relación recíproca, ya que en la responsabilidad social empresarial (RSE) encuentran una forma de retribución. En la actualidad se habla del compromiso y responsabilidad de las organizaciones con su personal interno, colaboradores, clientes, gobierno y con el medio ambiente, los cuales deben relacionarse de forma sinérgica para mejorar la calidad de vida de las generaciones actuales y futuras (Ríos et ál. 2019, p 39).

Galeano (2019) señala que “las empresas socialmente responsables pueden mejorar el entorno, su imagen corporativa ante la sociedad, su preparación para competir, su clima laboral, aumentar las ventas, la rentabilidad y crecer en el mercado”. En este sentido, las empresas socialmente responsables consiguen que los trabajadores, directivos y empresas sean más productivos; además de aplicar y compartir los mismos valores empresariales (párr. 3).

Una empresa socialmente responsable proyecta compromiso y seriedad, lo que le permite avanzar y crecer más rápido, colocándose a la altura de empresas

reconocidas dentro y fuera de su país por la calidad de sus productos y servicios, pero también por estar comprometida con el cuidado de la naturaleza, con su comunidad y la sociedad en general.

En el caso de países en vías de desarrollo como Ecuador, el hecho de que muchas empresas pequeñas y medianas no tengan suficientes recursos económicos como para implementar programas de responsabilidad social de gran alcance, no las exonera de ser socialmente responsables con la comunidad en la cual se desenvuelven. Esto puede lograrse con muchas pequeñas acciones que harán la diferencia. Por tal razón el objetivo de esta investigación es analizar la RSE de las cooperativas de transporte público urbano de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí, en Ecuador, desde la perspectiva de sus directivos. Para ello se plantearon tres objetivos específicos: identificar los temas de responsabilidad social empresarial que las cooperativas de transporte consideren importantes; determinar el conocimiento de los socios de las cooperativas sobre las ventajas de ser una organización socialmente responsable e identificar acciones de responsabilidad social empresarial realizadas por las cooperativas de transporte urbano de la ciudad de Portoviejo.

1. Responsabilidad social empresarial

1.1. Una aproximación a su conceptualización

Cortina Orts (2019) señala que “la responsabilidad social es un instrumento de gestión, una medida de prudencia y una exigencia de justicia social, que genera riqueza, pero sobre todo cohesión social”

(párr. 3). Enfatiza, además que: en tiempos de globalización y crisis, las empresas deben asumir su responsabilidad social como una exigencia de justicia mas no como una exigencia legal, lo cual es indispensable para que una economía funcione.

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social/CERES (2015) define la RSE como:

Una forma de ser empresarial, en la que la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como accionistas, empleados, comunidad, proveedores, clientes, considerando el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las generaciones futuras. Lo anterior permite lograr un equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social

La RSE es considerada por Zolano Sánchez et ál. (2018) como el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país.

A efectos de esta investigación se asume la definición de RSE del CERES debido a que, además de ser una institución ecuatoriana, que es el país de origen de las cooperativas de transporte objeto de estudio, incorpora en su planteamiento el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sostenible, aspectos fundamentales, según Cortina, para que una economía funcione.

1.2. Importancia

Suárez Morales (2017) confirma que la finalidad de la RSE es: “producir riquezas y brindar oportunidades de trabajo y bienestar a través de la incorporación de prácticas apegadas a la ética, mediante estrategias empresariales orientadas hacia la preservación del medio ambiente y el uso racional de los recursos naturales” (p. 3).

Para Mendoza Vera et ál (2018) la importancia de que una empresa sea socialmente responsable implica en que mejore su imagen corporativa, la cual se basa en los sentimientos que los consumidores tienen por la organización y cada una de sus marcas (p. 218).

Al actuar responsablemente la empresa es aceptada de mejor manera por la sociedad, su marca se fortalece en el mercado y ante la comunidad, incrementando la confianza de los accionistas y de terceros. Esto facilita el acceso a las fuentes de financiamiento y ayuda a obtener nuevos socios estratégicos por el buen gobierno de la empresa. La marca constituye uno de los activos intangibles más importantes de una organización, porque explica en gran medida por qué una empresa y sus productos/servicios son mejores que los de sus competidores.

Según Poveda Burgos y Parrales Vidal (2018) muchas empresas sirven activa y voluntariamente a la sociedad con productos y servicios útiles, procurando condiciones de trabajo dignas manteniendo la ética empresarial¹, asegurando el

¹ Con respecto a la ética empresarial, señala Cortina (1995) lo siguiente:

La conducta de los empresarios ha de moralizarse en dos sentidos: a) han de prestar oído a la opinión

ahorro de recursos, respetando el medio ambiente, mejorando las posibilidades y oportunidades de las comunidades donde desarrollan sus actividades y promoviendo la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad de los territorios.

Avalos Jaramillo y Vinueza Aguire (2017) plantean que la RSE interviene en diferentes áreas de la gestión de la empresa y considera importantes los temas siguientes:

- **Ética, valores y principios de los negocios:** la ética de la empresa se refiere a las normas y principios que se utilizan para resolver los diversos problemas morales o éticos dentro del contexto empresarial (Cortina, 2013).
- **Derechos humanos, trabajo y empleo:** los derechos humanos protegen a quienes hacen del trabajo lícito para que realicen su actividad libremente. El derecho al trabajo es fundamental para realizar otros derechos humanos y constituye una parte inseparable e inherente de la dignidad humana (Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2016).
- **Gobernabilidad corporativa:** es la forma de alcanzar un equilibrio de las relaciones de poder entre accionistas, administradores y el directorio, considerando a los grupos de interés relacionados e incorporando las buenas practicas; lo que permite incrementar sus beneficios

pública crítica y considerar a los ciudadanos adultos como amigos y no como enemigos de los que hay que defenderse; y b) deben emprender la tarea de construir ellos mismos una ética de la economía y de la empresa. Se trata de reflexionar sobre qué principios y valores morales posee la actividad económica y empresarial como específicos de una ética de la empresa (p. 228).

económicos y su valor en beneficio de sus accionistas, administradores, grupos de interés y de la sociedad (Acosta-Palomeque, 2017).

- **Impactos sobre el medio ambiente:** tiene que ver con la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza (Gobierno de México, 2018). Son las consecuencias que un determinado proyecto, instalación o actividad causa sobre el medio ambiente.
- **Relaciones con proveedores:** de acuerdo a Peña (1999) la ventaja competitiva de las organizaciones proviene de, entre otras razones, una estrecha relación de trabajo con sus proveedores, ya que tiende a actuar como una vía rápida para difundir información de empresa a empresa.
- **Filantropía:** se define como amor a la humanidad (Villalobos Grzybowicks, 2015).
- **La inversión social:** son las acciones que realiza una empresa y que conllevan retornos de diferente naturaleza para esta como reconocimiento público, conocimiento de nuevas realidades, vinculación con grupos sociales desde una perspectiva diferente al negocio, mejor imagen, etcétera (Villalobos Grzybowicks, 2015).

En resumen, una empresa socialmente responsable podrá alcanzar grandes beneficios, tanto para ella como para aquellos grupos de interés relacionados con su actividad productiva y contribuirá con su éxito. Por tal razón, la RSE en los últimos años ha tomado relevancia en los negocios como estrategia competitiva.

2. El transporte público urbano

El transporte público urbano constituye un servicio que tiene como misión llevar a las personas de un sitio a otro a cambio del pago de una tarifa acordada previamente con las autoridades correspondientes. El cumplimiento del servicio tiene que estar sujeto a ciertos parámetros estipulados en las normas y los reglamentos respectivos (Morocho Verdugo y Rodríguez Huerta, 2019).

El transporte público facilita la conectividad entre territorios y personas; promueve la cohesión, la integración, la identidad y facilita el desarrollo de las capacidades de cada individuo (García Schilardi, 2014). Además, juega un rol social indispensable en el proceso de desplazamiento de personas, porque dinamiza las actividades ciudadanas y económicas (Torres Ruiz, 2018).

El artículo 46 de la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del Ecuador establece que

El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional.

El transporte público difiere con el transporte privado porque sus usuarios deben adaptarse a los horarios y rutas que ofrecen las empresas que prestan este servicio. Usualmente los viajeros comparten el medio de transporte y está disponible para el público en general (Morán Villafuerte, 2016).

La Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial (2014) establece en su artículo 54 que “la prestación del servicio de transporte en Ecuador debe atender aspectos vinculados con el bienestar social de la comunidad en la cual funciona, y que van más allá del traslado de personas de un lugar a otro”. Estos son:

- Protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores, adolescentes, niñas y niños.
- Eficiencia en la prestación del servicio.
- Protección ambiental.
- Prevalencia del interés general por sobre el particular.

Igual orientación hacia la responsabilidad social tiene la Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza de Creación de la Empresa Pública Municipal del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial del cantón Portoviejo, la cual establece en su Art. 2 que

PORTOVIAL EP tiene por objeto organizar, administrar, regular y controlar las actividades de gestión, ejecución y operación de los servicios relacionados con la movilidad, tránsito, transporte terrestre y seguridad vial en la jurisdicción del cantón Portoviejo, propendiendo al mejoramiento y ampliación de los servicios públicos y de

sus sistemas, buscando aportar soluciones convenientes. desde el punto de vista social, técnico, ambiental, económico y financiero.

El sistema de transporte de la ciudad de Portoviejo se reparte en 3 cooperativas de transporte público urbano, las cuales son el objeto de estudio de la presente investigación:

- Cooperativa Portoviejo, con 5 rutas y 60 unidades disponibles.
- Cooperativa Ciudad del Valle, con 4 rutas y 50 unidades disponibles.
- Cooperativa Picoazá, con 2 rutas y con 23 unidades disponibles.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de campo, de alcance exploratorio, el diseño fue no experimental/transversal porque no se manipuló la variable a estudiar, y recolectó la información en un momento único. Se aplicó un cuestionario en escala de Likert con 17 ítems a una población conformada por 24 individuos (cuadro 1):

Nombre de la cooperativa	Informantes		
	Presidente	Gerente	Vocales del Consejo de Administración y Vigilancia
Ciudad del Valle	1	1	7
Portoviejo	1	1	7
Picoazá	1	1	4
Total	3	3	18

Cuadro 1: Población de la investigación
Fuente: elaboración propia

Debido a que la población es pequeña y se tuvo acceso a ella, no se hizo muestreo. Las encuestas fueron enviadas y respondidas vía internet mediante la modalidad de Google Forms. Los datos se procesaron con el programa SPSS versión 25, el contenido del cuestionario fue validado por el juicio de dos expertos

en responsabilidad social empresarial y uno en metodología de la investigación. La confiabilidad se determinó a través del cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, el cual dio un valor de 0.912; demostrando un alto grado de fiabilidad en los datos y del cuestionario utilizado.

Los ítems del cuestionario se agruparon en las siguientes dimensiones e indicadores:

Variable: Responsabilidad social empresarial		
Dimensiones	Indicadores	Ítems
Temas de responsabilidad social empresarial (Avalos-Jaramillo y Vinueza-Aguire, 2017)	Ética, valores y principios de los negocios	1
	Derechos humanos, trabajo y empleo	2
	Gobernabilidad corporativa	3
	Impactos en el medio ambiente	4
	Relaciones con proveedores	5
	Filantropía	6
	Inversión social	7
Ventajas de la responsabilidad social empresarial (Mendoza Vera et al., 2018)	Mejora la imagen de la organización ante la sociedad	8
	Fortalecimiento de los productos, servicios y marca de la organización	9
	Incremento de la confianza de los accionistas hacia la organización	10
	Facilita el acceso a fuentes de financiamiento	11
Acciones de responsabilidad social empresarial (Poveda-Burgos y Parrales-Vidal, 2018)	Ayuda a la obtención de nuevos socios estratégicos	12
	Contribución activa a la solución de problemas prioritarios de la ciudad	13
	Implementación de estrategias para mejorar el bienestar de la sociedad	14
	Implementación de estrategias para mejorar el medio ambiente	15, 16
	Compromiso ético y transparente con los actores sociales con los que se relacionan	17

Cuadro 2: Dimensiones e indicadores de la variable Responsabilidad social empresarial
Fuente: elaboración propia

Se consideró como un indicador débil (debilidad) aquel que tuviera 50 por ciento o más de respuestas ubicadas en las categorías algunas veces, casi nunca y nunca. Como un indicador fuerte (fortaleza), aquel que tuviera 50 por ciento o más en las categorías de respuesta siempre y casi siempre

3. RESULTADOS

Los resultados de las encuestas aplicadas a los directivos de las tres cooperativas de transporte público de la ciudad de Portoviejo se presentan por dimensiones e indicadores en las siguientes tablas de frecuencia.

Dimensión: Temas de responsabilidad social empresarial

Indicador: Ética, valores y principios de los negocios

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	3	8	6	17	70,83%
Casi siempre	2	1	2	5	20,83%
Algunas veces	1	-	1	2	8,34%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 1: Ítem 1 La cooperativa posee normas y principios dirigidos a resolver problemas morales o éticos en el contexto de sus negocios
Fuente: elaboración propia

En la tabla 1 se evidencia que el 91,66 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este porcentaje de integrantes de la población estudiada considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo poseen normas y principios dirigidos a resolver problemas morales o éticos en el contexto de sus negocios. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Derechos humanos, trabajo y empleo

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	4	3	5	12	50,00%
Casi siempre	2	4	3	9	37,50%
Algunas veces	-	2	1	3	12,50%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 2: Ítem 2 En la cooperativa el derecho al trabajo se considera un derecho fundamental e inseparable de la dignidad humana
Fuente: elaboración propia

La tabla 2 evidencia que el 87,50 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este

porcentaje de integrantes de la población estudiada considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo el derecho al trabajo se considera fundamental e inseparable de la dignidad humana. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Gobernabilidad corporativa

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	4	4	4	12	50,00%
Casi siempre	2	4	4	10	41,67%
Algunas veces	-	1	1	2	8,33%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 3: Ítem 3 La cooperativa busca la armonía en las relaciones que establece con los grupos con los cuales se relaciona
Fuente: elaboración propia

Los datos de la tabla 3 muestran que el 91,67 por ciento de los participantes colocó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que consideran que las cooperativas de transporte de Portoviejo buscan la armonía en las relaciones que establece con los grupos con los cuales se relaciona. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Impactos en el medio ambiente

La tabla 4 indica que 54,16 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este porcentaje de integrantes de la población estudiada considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo se preocupan por las consecuencias que cause un determinado proyecto que se realice en la ciudad sobre el medio

ambiente. Sin embargo, es preocupante que un porcentaje importante (45,84 por ciento) considere que eso ocurre algunas veces. Por el porcentaje de respuestas ubicado en las categorías siempre y casi siempre, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Relaciones con proveedores

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	1	5	3	9	37,50%
Casi siempre	1	2	4	7	29,17%
Algunas veces	3	2	1	6	25,00%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	1	-	1	2	8,33%
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 5: Ítem 5 En la cooperativa las relaciones con los proveedores favorecen la innovación, el perfeccionamiento de todos los procesos de la organización, el intercambio de información, optimiza el uso de los recursos y el aprovechamiento de oportunidades

Fuente: elaboración propia

Se puede ver que en la tabla 5 el 66,67 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este porcentaje de la población considera que las relaciones con los proveedores favorecen la innovación, el perfeccionamiento de todos los procesos de la organización, el intercambio de información, optimiza el uso de los recursos y el aprovechamiento de oportunidades en las cooperativas de transporte de Portoviejo. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Filantropía

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	1	1	-	2	8,33%
Casi siempre	1	-	3	4	16,67%
Algunas veces	4	8	5	17	70,83%
Casi nunca	-	-	1	1	4,17%
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 6: Ítem 6 La cooperativa realiza obras de caridad
Fuente: elaboración propia

En la tabla 6 se evidencia que el 70,83 por ciento de los encuestados considera que solo algunas veces las cooperativas estudiadas realizan obras de caridad, porcentaje que se incrementa al sumarle el 4,17 por ciento de respuestas ubicadas en la categoría casi nunca. Por tales razones, este indicador es considerado como una debilidad de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Inversión social

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	1	3	6	25,00%
Casi siempre	-	2	1	3	12,50%
Algunas veces	4	6	3	13	54,16%
Casi nunca	-	-	1	1	4,17%
Nunca	-	-	1	1	4,17%
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 7: Ítem 7 La cooperativa realiza labores sociales porque sabe que eso le da reconocimiento público, la vincula con grupos sociales desde una perspectiva diferente al negocio y mejora su imagen

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 7, el 54,16 por ciento de los encuestados considera que las cooperativas de transporte solo algunas veces realizan labores sociales porque saben que les da reconocimiento público, las vincula con grupos sociales desde una perspectiva diferente al negocio y mejora su imagen, porcentaje que se incrementa al sumarle el 8,34 por ciento de las respuestas ubicadas en las categorías casi nunca y nunca. Por tal motivo, este indicador es considerado como una debilidad de las cooperativas estudiadas.

Dimensión 2: Ventajas de la responsabilidad social empresarial

Indicador: Mejora de la imagen de la organización ante la sociedad

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	4	4	10	41,67%
Casi siempre	3	2	3	8	33,33%
Algunas veces	1	3	2	6	25,00%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 8: Ítem 8 La cooperativa es muy bien vista por la comunidad debido a sus actividades socialmente responsables

Fuente: elaboración propia

La tabla 8 revela que el 75,00 por ciento de los encuestados considera que siempre y casi siempre las cooperativas de transporte de Portoviejo son muy bien vistas por la comunidad debido a sus actividades socialmente responsables. Por el alto porcentaje de respuestas ubicado en estas categorías puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Fortalecimiento de los productos, servicios y marca de la organización

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	5	3	10	41,66%
Casi siempre	3	2	2	7	29,17%
Algunas veces	1	2	4	7	29,17%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 9: Ítem 9 La cooperativa asume acciones socialmente responsables para fortalecer su imagen en el mercado y ante la sociedad

Fuente: elaboración propia

La tabla 9 denota que el 70,83 por ciento de los encuestados considera que siempre y casi siempre las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen acciones socialmente responsables para fortalecer su imagen en el mercado y ante la sociedad. Por el

alto porcentaje de respuestas ubicado en estas categorías puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Incremento de la confianza de los accionistas hacia la organización

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	3	3	5	11	45,83%
Casi siempre	2	5	2	9	37,50%
Algunas veces	1	1	2	4	16,67%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 10: Ítem 10 La cooperativa asume conductas socialmente responsables para ganar la confianza de sus socios

Fuente: elaboración propia

En la tabla 10 se muestra que el 83,33 por ciento de los encuestados colocó su respuesta en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que consideran que las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen conductas socialmente responsables para ganar la confianza de sus socios. Por el alto porcentaje de respuestas ubicado en esas, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Facilita el acceso a fuentes de financiamiento

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	5	2	9	37,50%
Casi siempre	4	1	4	9	37,50%
Algunas veces	-	2	2	4	16,67%
Casi nunca	-	1	1	2	8,33%
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 11: Ítem 11 La cooperativa asume conductas socialmente responsables porque acceder nuevas fuentes de financiamiento

Fuente: elaboración propia

El resultado que se presentan en la tabla 11 revela que el 75,00 por ciento de los informantes que participaron en el estudio considera que siempre y casi

siempre las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen conductas socialmente responsables para acceder a nuevas fuentes de financiamiento. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Ayuda a la obtención de nuevos socios estratégicos

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	3	5	10	41,67%
Casi siempre	3	2	-	5	20,83%
Algunas veces	1	2	2	5	20,83%
Casi nunca	-	1	2	3	12,50%
Nunca	-	1	-	1	4,17%
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 12: Ítem 12 La cooperativa asume conductas socialmente responsables para obtener nuevos socios
Fuente: elaboración propia

Los datos de la tabla 12 muestran que 62,50 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que para este porcentaje de la población las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen conductas socialmente responsables para obtener nuevos socios. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías de respuesta se considera este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Dimensión 3: Acciones de responsabilidad social empresarial

Indicador: Contribución activa a la solución de problemas prioritarios de la ciudad

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	-	2	1	3	12,50%
Casi siempre	2	2	1	5	20,83%
Algunas veces	4	4	6	14	58,33%
Casi nunca	-	-	1	1	4,17%
Nunca	-	1	-	1	4,17%
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 13: Ítem 13 La cooperativa asume conductas socialmente responsables que ayudan a solucionar problemas prioritarios de Portoviejo (construcción, comercio, agroindustria, salud y turismo)
Fuente: elaboración propia

La tabla 13 denota que el 58,33 por ciento de los encuestados consideró que solo algunas veces las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen conductas socialmente responsables que ayudan a solucionar problemas prioritarios de Portoviejo (construcción, comercio, agroindustria, salud y turismo). Por el alto porcentaje de respuestas ubicado en la Algunas veces, sumado al porcentaje de las categorías casi nunca y nunca (8,34 por ciento), con un total de 66,67 por ciento, puede considerarse este indicador como una debilidad de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Implementación de estrategias para mejorar el bienestar de los socios

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	5	5	12	50,00%
Casi siempre	4	2	2	8	33,33%
Algunas veces	-	2	2	4	16,67%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 14: Ítem 14 La cooperativa asume acciones que promueven el bienestar de sus socios
Fuente: elaboración propia

Los resultados de la tabla 14 muestran que el 80,00 por ciento de los encuestados ubicó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este porcentaje de la población estudiada considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen acciones que promueven el bienestar de sus socios.

Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Implementación de estrategias para mejorar el medio ambiente

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	4	5	3	12	50,00%
Casi siempre	-	1	4	5	20,83%
Algunas veces	2	3	2	7	29,17%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 15: Ítem 15 La cooperativa asume acciones que promueven la no contaminación del ambiente y la conservación de los recursos naturales en la ciudad y en la provincia

Fuente: elaboración propia

Como se ilustra en la tabla 15, el 70,83 por ciento de los encuestados puntualizó sus respuestas en las categorías siempre y casi siempre, lo que indica que este porcentaje de la población considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen acciones que promueven la no contaminación del ambiente y la conservación de los recursos naturales en la ciudad y en la provincia. Por el porcentaje de respuestas ubicado en las categorías siempre y casi siempre, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	3	4	5	12	50,00%
Casi siempre	1	3	2	6	25,00%
Algunas veces	2	2	2	6	25,00%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 16: Ítem 16 La cooperativa reflexiona sobre los deberes y responsabilidades de sus socios con la naturaleza, los seres vivos y las generaciones futuras.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 16 se evidencia que el 75,00 por ciento de los encuestados colocó sus respuestas en las categorías siempre

y casi siempre, lo que indica que este significativo porcentaje de la población estudiada considera que las cooperativas de transporte de Portoviejo reflexionan sobre los deberes y responsabilidades de sus socios con la naturaleza, los seres vivos y las generaciones futuras. Por el porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

Indicador: Compromiso ético y transparente con los actores sociales con los que se relacionan

Categoría de respuesta	Individuos por cooperativa de transporte			Total	%
	Cooperativa Picoazá	Cooperativa Ciudad del Valle	Cooperativa de Transporte Portoviejo		
Siempre	2	5	4	11	45,83%
Casi siempre	4	2	4	10	41,67%
Algunas veces	-	2	1	3	12,50%
Casi nunca	-	-	-	-	-
Nunca	-	-	-	-	-
Total	6	9	9	24	100%

Tabla 17: Ítem 17 La cooperativa asume conductas socialmente responsables que inciden positivamente en compromisos éticos y transparentes con los actores sociales con los cuales se relaciona.

Fuente: elaboración propia

La tabla 17 revela que el 87,50 por ciento de los encuestados considera que siempre y casi siempre las cooperativas de transporte de Portoviejo asumen conductas socialmente responsables que inciden positivamente en compromisos éticos y transparentes con los actores sociales con los cuales se relaciona. Por el alto porcentaje de respuestas ubicado en esas categorías, puede considerarse este indicador como una fortaleza de las cooperativas estudiadas.

4. DISCUSIÓN

En función de los resultados presentados, se puede decir que las cooperativas estudiadas presentan como fortaleza la dimensión Temas de responsabilidad

social empresarial, ya que, de acuerdo a los porcentajes, solo dos ítems fueron bajos, específicamente los relacionados con hacer actividades filantrópicas y, saber que hacer labor social da reconocimiento público, vincula con grupos sociales desde una perspectiva diferente al negocio y además mejora imagen de la organización. Sin embargo, dada la actual situación que se vive en el país y en el mundo, las cooperativas no deben perder de vista la importancia de estos aspectos, lo que las convierte en organizaciones sensibles con su entorno. Esto puede lograrse apoyándose en los indicadores que proponen Avalos-Jaramillo y Vinuesa-Aguire (2017) en los cuales las cooperativas evidenciaron fortalezas: ética, valores y principios de los negocios; derechos humanos, trabajo y empleo; gobernabilidad corporativa; impactos en el medio ambiente y relaciones con proveedores.

La dimensión Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a los resultados también es una fortaleza de las cooperativas debido a que todos sus indicadores tuvieron más del 50 por ciento de las respuestas ubicadas en las categorías siempre y casi siempre. Sin embargo, ninguna obtuvo el 100 por ciento en esas categorías de respuesta, lo que indica que, aun esos indicadores deben seguir siendo trabajados. Esto puede convertirse en una señal de alerta para que los directivos de las cooperativas profundicen más en el conocimiento de todas las ventajas que les puede dar ser una organización socialmente responsable que proponen Mendoza-Vera et al. (2018): mejorar la imagen de la organización ante la sociedad, fortalecer los productos, servicios y marca de la organización, incrementar

la confianza de los accionistas hacia la organización, facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y ayudar a obtener nuevos socios estratégicos.

En general la dimensión Acciones de responsabilidad social empresarial puede considerarse como una fortaleza de las cooperativas porque de acuerdo a la percepción de sus directivos, en las cooperativas se realizan siempre o casi siempre la mayoría de las acciones de RSE que proponen Poveda Burgos y Parrales Vidal (2018): implementación de estrategias para mejorar el bienestar de los socios; implementación de estrategias para mejorar el medio ambiente y, compromiso ético y transparente con los actores sociales con los que se relacionan. Debido a que los porcentajes no llegan al 100 por ciento, se puede afirmar que las cooperativas requieren profundizar más en su plena realización. Queda pendiente para las organizaciones que participaron en este estudio realizar otra importante actividad de RSE que cobra vigencia dadas las circunstancias actuales que se vive en el mundo y que en los resultados se evidenció como una debilidad: contribuir activamente con la solución de problemas prioritarios de la ciudad.

5. CONCLUSIONES

- Se puede concluir que las cooperativas de transporte urbano que participaron en este estudio manifiestan en general estar comprometidas con el bienestar de sus socios, pero también de la comunidad. Consideran al trabajo como un derecho fundamental e imprescindible los mismos que se encuentran enmarcados en la

justicia laboral. Además, manejan buenas relaciones con los grupos de interés o stakeholders y en cierta forma son sensibles con la conservación del ambiente. Sin embargo, requieren profundizar en el conocimiento de los distintos temas de RSE para usarlos a su favor como ventajas competitivas y así aprovechar sus beneficios.

- El hecho de que las cooperativas no tengan muy claro los beneficios que representa la RSE, implica que no den a este aspecto estratégico la debida importancia, lo que ocasiona que no se aproveche la RSE como una ventaja competitiva. Por tal razón, es recomendable que la directiva de cada una de las cooperativas de transporte reflexione un poco más sobre la incorporación de la RSE como estrategia competitiva y así puedan visualizar mejor sus beneficios, lo que les permitirá cumplir cabalmente lo establecido en la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, prestar un servicio de mejor calidad a la comunidad y generar nuevas alianzas con socios estratégicos para alcanzar un desarrollo económico corporativo sostenible y sustentable y amigable con el medio ambiente.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acosta Palomeque, G. (2017) Gobierno corporativo y poder desde la perspectiva de la teoría de agencia. Revista Ciencias Administrativas (11). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5116/511654337004/html/index.html>
2. Avalos Jaramillo, A. y Vinueza Aguirre, L. (2017). Estudio comparativo del comportamiento socialmente responsable en empresas que aplican la RSE y empresas que no lo aplican. (Tesis de Maestría, Escuela Politécnica Nacional Ecuador). <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/17220/1/CD-7722.pdf>
3. Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social/CERES (2015). Manual para elaborar códigos de ética empresarial. Recuperado de: https://fd89faff-e95b-4b52-8a3a-6e85f09e8b4b.filesusr.com/ugd/8c779e_ce18bc03a3584ef18a8da1ab0516ccc2.pdf
4. Comisión Nacional de Derechos Humanos (2016). Derecho humano al trabajo y derechos humanos en el trabajo. México. Recuperado de: <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/15-DH-trabajo.pdf>
5. Cortina, A. (2013). Para qué realmente sirve la ética. Barcelona: Paidós. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=LbJsZmJmgPQC&pg=PA5&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
6. Cortina Orts, A. (1995). Ética empresarial y opinión pública. Claves de Razón práctica, (56), p. 48-75 Recuperado de: https://seleccionesdeteologia.net/selecciones/llib/vol37/147/147_cortina.pdf
7. Cortina Orts, A. (30-09-2019). La responsabilidad social debe ser transversal en toda la compañía. Diario Información, Recuperado de <https://www.diarioinformacion.com>

- com/economia/2019/09/30/adela-cortina-responsabilidad-social-debe/2192008.html
8. Galeano, S. (17-05-2019). DHL Express recibe distintivo ESR 2019: la importancia de ser una empresa socialmente responsable en México. Marketing 4Ecommerce M. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.mx/dhl-express-recibe-distintivo-esr-2019-la-importancia-de-ser-una-empresa-socialmente-responsable-en-mexico/>
 9. García Schilardi, M. (2014). Transporte público colectivo: su rol en los procesos de inclusión social. Revista Bitácora Urbano Territorial, 24(1), enero-junio, p. 1-20. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/748/74830875005.pdf>
 10. Gobierno de México (2018). Impacto ambiental y tipos de impacto ambiental. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Recuperado de: <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/impacto-ambiental-y-tipos-de-impacto-ambiental>
 11. Ley Orgánica de Transito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial. Art. 46, 54. 31 de diciembre de 2014 (Ecuador).
 12. Mendoza Vera, A.; Ávila Ramírez, P.; Meza Valencia, J.; Zambrano Pinargote, A. y Chavarria Alcivar, M. (2018). La responsabilidad social empresarial y las Pymes en el Ecuador. III Congreso Virtual Internacional sobre Desafíos de las Empresas del siglo XXI, abril, p. 207-230. <https://www.eumed.net/actas/18/empresas/17-la-responsabilidad-social-empresarial-y-las-pymes-en-el-ecuador.pdf>
 13. Morán Villafuerte, G. (2016). Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario. (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas). <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>
 14. Morocho Verdugo, A., S. y Rodríguez Huerta, J. F. (2019). La calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad de Azogues. (Tesis de Pregrado Ingeniero Automotriz, Universidad Politécnica Salesiana, sede Cuenca). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>
 15. Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza de Creación de la Empresa Pública Municipal del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial del cantón Portoviejo. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo. Art. 2. 13 de diciembre de 2016 (Ecuador).
 16. Peña, J. (1999). Relaciones inter-empresariales verticales e innovación. El caso del cluster petrolero venezolano. Revista Espacios. 20 (1). Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a99v20n01/31992001.html>
 17. Poveda Burgos, G. y Pinales Vidal, J. (2018). Una visión a la Responsabilidad Social Ambiental en el Ecuador. Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible, 11(31), febrero, p. 1-10. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/>

- delos/31/guido-poveda4.html
18. Ríos, M., Guevara, N., Álvarez, J. y Castro, M. (2019). Responsabilidad social empresarial: un análisis desde el ápice estratégico al núcleo operativo en la industria alimentaria de Cuenca-Ecuador. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, 23(91), 33-42. <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/115>
 19. Suárez Morales, L. (2017). Responsabilidad social empresarial: ¿herramienta para el desarrollo de los emprendimientos? *Revista Economía y Negocios*, 8(1), 1-9. <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios/article/view/324>
 20. Torres Ruiz, C. V. (2018). Regulación de prestación de servicio de transporte público, Lima Metropolitana, 2016, (Tesis de Doctorado, Universidad Cesar Vallejo, Lima). http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20473/Torres_RCV.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 21. Villalobos Grzybowicks, J. (2015). Inversión social privada y filantropía. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Inversion-social-privada-y-filantropia-20151130-0003.html>
 22. Zolano Sánchez, M. L. Enicnas Meléndrez, L. D. y Durán Acosta, M. G. (2018). Responsabilidad social empresarial (RSE) en las Pymes´s. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*; Division de ciencias economicas y sociales, 9(23), julio-diciembre, 1-18. <http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/sistema/index.php/RDIASF/article/view/107>