

**Aplicación de la responsabilidad social empresarial en la cantera  
MEGAROK S.A. como una estrategia de competitividad**

**Application of corporate social responsibility at  
MEGAROK S.A. quarry as a competitiveness strategy**

**Polivio Andrés Saldarriaga-Mero<sup>1</sup>**  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí-  
Ecuador  
saldarriaga.polivio@gmail.com

**Daniela Oviedo<sup>2</sup>**  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí-  
Ecuador  
doviedog@gmail.com

**[doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1282](https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1282)**

V7-N4-1 (mar-abr) 2022, pp.361-369| Recibido: 27 de julio de 2022 - Aceptado: 09 de agosto de 2022 (2 ronda rev.)  
Edición especial

---

1 Estudiante de la maestría en administración de empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Manabí  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6073-9574>

2 Magister en Psicología de la Intervención Social y Comunitaria por la universidad de Sevilla España 2017 , Psicóloga  
Clínica por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0296-743X>

Descargar para Mendeley y Zotero

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo conocer el grado de aplicabilidad de responsabilidad social empresarial (RSE) en empresas que desarrollan sus actividades con recursos no renovables (minería de agregados para la construcción). Esta investigación contribuirá al análisis de esta temática en el ámbito local ya que existen muy poca información en referencia a las empresas bajo este modelo de negocios. Para esto, se usará el instrumento de autodiagnóstico desarrollado por la fundación del empresariado Chihuahuense FECHAC. Además, busca conocer la percepción de la alta gerencia acerca de las ventajas competitivas que la RSE brinda a estas empresas que se desarrollan en la minería de agregados para la construcción. Para cumplir con estos objetivos, se realizó un estudio de caso de la empresa MEGAROK S.A ubicada en la provincia de Manabí. Se desarrolló un análisis cuantitativo-cualitativo para encontrar así una correlación de las variables estudiadas en esta investigación. Cabe destacar que es necesario desarrollar un instrumento de medición de RSE que sea aplicable a las empresas locales y bajo este modelo de negocios.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial; FECHAC; ventajas competitivas; minería; indicadores RSE

## ABSTRACT

This research aims to know the applicability of corporate social responsibility (CSR) in companies that develop their activities with non-renewable resources (mining of aggregates for construction). This research will contribute to the analysis of this subject at the local level since there is not enough information in reference to companies under this business model. For this, the self-diagnosis instrument developed by the Chihuahuan business foundation FECHAC will be used. In addition, it seeks to know the perception of senior management about the competitive advantages that CSR provides to these companies that develop in the mining of aggregates for construction. To achieve these objectives, a case study of the company MEGAROK S.A located in the province of Manabí was carried out. A quantitative-qualitative analysis was developed to find a correlation of the variables studied in this research. It should be noted that it is necessary to develop a CSR measurement instrument that is applicable to local companies under this business model.

**Key words:** corporate social responsibility; FECHAC; competitive advantages; mining; CSR indicators

## Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un término relativamente nuevo dentro de las ciencias sociales. Desde el siglo XX, el economista Howard Bowen definió a la RSE como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (1953). A partir de esto, el objetivo de las empresas ya no solo se trata en la maximización de sus ingresos, sino que se abrió la perspectiva de sus actividades en los ámbitos sociales y ambientales.

Flores, Gómez, Briones y Cervantes (2013) rescataron que la rentabilidad económica no se basa exclusivamente en la capacidad de una organización para producir ingresos a través de los costos y gastos incurridos; sino también del valor que se agrega en cada uno de los procesos que conforman la cadena de valor de una empresa, valor captado por consumidores y accionistas que pronostican éxito y contribuyen a la consecución de esta.

La RSE debe verse como el punto de partida a través del cual cualquier organización toma no solo consciencia sino acción en la colaboración de un mundo sostenible en el tiempo, tomando como foco el medio ambiente y el respeto a los derechos de cualquier integrante de la sociedad.

De acuerdo con Pizzolante “las empresas se asumen responsables por el sólo hecho de promover programas filantrópicos o de desarrollar proyectos sociales, desconociendo que esa conciencia empresarial debe estar alineada con los procesos gerenciales que caracterizan a la empresa y con las decisiones que ésta toma” (2009, p.11)

De acuerdo con Parra, Rascón, Espinoza y Caballero (2018) la RSE podría considerarse como una ventaja competitiva, que usa el análisis y parte desde la incorporación del concepto a la empresa en su misión, visión y objetivos, por la reformulación que se produce en su proceso de

gestión, mejorando procesos, tratos y enfoques.

Para el desarrollo de esta investigación, se usará un caso de estudio en la empresa MEGAROK S.A. la cual es una cantera de agregados para la construcción ubicado en la provincia de Manabí en Ecuador durante el periodo marzo-junio del año 2022.

Saavedra (2020) concluyó que la explotación minera es una actividad económica necesaria en el medio ecuatoriano, que se encuentra en desarrollo debido a la demanda de nuevas obras de construcción. Sin embargo, varios estudios realizados han demostrado que no solamente se afecta al medio ambiente, sino también a la salud física y mental de las personas que habitan a los alrededores de las canteras. Por esto, es necesario hacer una reflexión sobre las implicaciones que un manejo inadecuado que este tipo de actividad económica tiene en el medio ambiente, así como en las diferentes comunidades cercanas a sus actividades.

Según Arvizu-Armenta y Velázquez-Contreras (2019) la actividad minera enfrenta una etapa de transición desde la minería tradicional hasta la minería que incluye el uso de tecnología de punta desde los procesos de exploración y la necesidad de mano de obra calificada. No puede desconocerse que la minería trae consigo una experiencia amarga en cuanto a sus efectos sobre las poblaciones; la existencia de violaciones a los Derechos Humanos; así como los estragos generados sobre los entornos naturales. (Pertuz, 2019)

De acuerdo con Arvizu-Armenta y Velázquez-Contreras (2019) estos conflictos generan una percepción negativa de la comunidad hacia la minería, señalándola como una actividad que produce impactos que están muy lejos de representar beneficios para la población. En este sentido, si bien la Responsabilidad Social se desarrolla en la empresa con la finalidad de mejorar y ser parte de la sociedad como un ciudadano corporativo, su introducción a los procesos significa el buscar una ventaja por sobre las otras empresas de su industria, redundando finalmente en resultados económicos (Agüeros,

2010). Es decir que por la suma (inversión) de la RSE genera ganancias positivas y negativas en su empresa. Por lo cual la implementación de la RSE no significa el deterioro de sus ganancias económicas. Por lo contrario, el resultado es que en su incorporación las RSE permiten una mayor posibilidad de tener ganancias a corto y largo plazo.

En el contexto de las empresas mineras en territorio ecuatoriano, existe limitada evidencia de estudios implementados y los que se encontraron durante esta investigación se enfocaron en aplicaciones de la RSE en empresas industriales y servicio. Existen vacíos en este conocimiento, su aplicación y el resultado en la competitividad.

Esta investigación aporta al objetivo antes señalado y permite una mirada desde el funcionamiento desde el punto de vista de la RSE. Debido a la naturaleza de la RSE y su carácter de opcional son pocas empresas que conocen su impacto dando como resultado que en Ecuador no existe una ley específica o un marco jurídico a nivel gubernamental que le dicte el carácter de obligatoriedad al uso de la RSE.

La presente investigación se desarrolló en tres etapas: Primera etapa: (a) revisión bibliográfica en las diferentes bases de datos indexadas, (b) haber sido publicadas desde el año 2014 al 2022, (c) incluir en sus resultados el impacto positivo de la aplicación de la RSE como sostenimiento económico a mediano y largo plazo de empresas cuyas operaciones son con recursos no renovables.

Segunda etapa: (a) uso de la herramienta de autodiagnóstico desarrollada por la fundación del empresariado Chihuahuense, la determinación del grado de aplicación de RSE empresarial en procesos internos y externos de la cantera MEGAROK S.A durante el periodo marzo-junio 2022. Tercera etapa: (a) implementación de entrevistas semiestructuradas, (c) determinar el grado de percepción de la RSE como una estrategia de competitividad de MEGAROK S.A durante el lapso de tiempo señalado.

## Método

El presente trabajo está basado en el paradigma socio crítico donde se aplicó el método de investigación acción-participativa, el diseño es bibliográfico, descriptivo e interpretativo. Se apoya en la metodología cuantitativa debido a que se utilizaron indicadores de medición de RSE mediante cuestionarios elaborados por la fundación del empresariado Chihuahuense FECHAC y en la metodología cualitativa ya que se recogió la percepción de la RSE como ventaja competitiva en actores sociales de la empresa del caso de estudio de este trabajo de investigación.

Cabe destacar que en Ecuador existe una organización privada sin fines de lucro llamada CERES la cual desde el año 2005 viene promoviendo un enfoque corporativo basado en la generación de valor de un valor agregado empresarial, buscando involucrar, sensibilizar y apoyar la dirección de los negocios de manera socialmente responsable, como un mecanismo que transforme y movilice hacia una sociedad más justa y sostenible. Este instituto evalúa la gestión de responsabilidad social y sostenibilidad de las organizaciones de manera online en su página web <http://www.redceres.com> mediante los indicadores CERES-ETHOS para negocios sustentables y responsables. Esta herramienta es gratuita y está disponible durante ciertos periodos de tiempo para el público en general. A la fecha en la cual se realizó esta investigación no se encuentra habilitada la plataforma por lo que se descartó este instrumento. Sin embargo, se remarca este dato para que futuros investigadores puedan usar esta herramienta en sus investigaciones dentro del ámbito local ecuatoriano.

Para la parte cuantitativa de la investigación se usó la herramienta de autodiagnóstico desarrollada por FECHAC, misma que cuenta con 60 reactivos divididos en cuatro áreas fundamentales:

1. Calidad de vida en la empresa.
2. Compromiso con la comunidad.

3. Cuidado y preservación del medio ambiente.
4. Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders).

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. El ejercicio de autodiagnóstico consiste en estimar en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo. Este instrumento está diseñado para que quienes lo utilizan puedan identificar a “golpe de vista” el resultado general de su diagnóstico (FECHAC, 2005). La herramienta de autodiagnóstico fue realizada en conjunto con la alta gerencia de la empresa MEGAROK S.A.

Para la parte cualitativa de la investigación se realizó un análisis de datos cualitativos el cual puede resumirse en los siguientes pasos (Álvarez-Gayou, 2005; Miles y Huberman, 1994; Rubin y Rubin, 1995):

1. Obtener la información.
2. Capturar, transcribir y ordenar la información.
3. Codificar la información.
4. Integrar la información.

La obtención de los datos cualitativos se realizó mediante una entrevista a profundidad semiestructurada al gerente de la empresa MEGAROK S.A. La muestra es no probabilística de caso intencional, por lo que el proceso se hizo para poder obtener una información específica de quién tiene acceso a todos los ámbitos de la empresa en mención.

Para la aplicación de las herramientas mencionadas, se realizó un estudio de caso en la empresa MEGAROK S.A. El estudio de

caso se podría definir como una investigación en la cual, mediante los procesos cuantitativo, cualitativo y/o mixto se analiza profundamente y de manera integral una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría (Sampieri, 2014)

**Tabla 1**

*Ficha de investigación*

Aspecto	Descripción
Población	Megarok S. A
Ámbito geográfico	Manabí-Ecuador
Personalidad jurídica	Sociedad anónima
Instrumento	Instrumento de autodiagnóstico de FECHAC Entrevista a profundidad semiestructurada

Con la investigación cuantitativa y cualitativa se realizó una correlación entre las variables para poder definir el grado de aplicación de la RSE en la empresa MEGAROK S.A. Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (Sampieri, 2014)

Por último, mediante un diseño bibliográfico se detalló los réditos positivos que tiene la aplicación de la RSE para el sostenimiento económico a mediano y largo plazo de empresas cuyas operaciones son con recursos no renovables, para esto, se utilizaron varias fuentes de información como DIALNET, DIGITALIA, EBSCO, E- LIBRO, entre otras desde el año 2014 hasta la fecha.

## Resultados

**Tabla 2**

*Cuadro Resumen Instrumento Autodiagnóstico FECHAC*

Indicador	Puntuación
Calidad de vida en la empresa	3.27
Cuidado y preservación del medio ambiente	3.6
Competitividad y relación con sus stakeholders	3.27
Compromiso con la comunidad	3.4

De acuerdo con la tabla 2, los indicadores de cuidado y preservación con el medio ambiente obtuvieron una puntuación por encima del resto de indicadores. La empresa dentro de esta dimensión destaca en operar sistemas o aparatos necesarios que disminuyen las emisiones contaminantes que produce, destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental y cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje posconsumo. En cuanto a los indicadores de calidad de vida en la empresa destacan: implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo, maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos, garantiza con sus políticas procedimientos que no discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física y ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.

Por otro lado en los indicadores de compromiso con la comunidad destacan: responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo, contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social y adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.

Por último, en los indicadores de competitividad y relación con sus involucrados, la empresa destaca en: cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno, tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus cliente, maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdades bondades de sus productos y/o servicios y cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.

En el proceso de análisis del discurso para la parte cualitativa de este trabajo, se establecieron categorías en la información recolectada por parte del gerente de la empresa MEGAROK S.A (entrevistado); (a) RSE, (b) grupos de interés, (c) ventaja competitiva, (d) indicadores RSE.

RSE corresponde a todo aquello que el entrevistado entiende por RSE y como esta política incide en sus operaciones. Se evidencia su sensibilidad frente a la necesidad que el sector que explota recursos no renovables incluya a la RSE en sus operaciones, aunque resalta que no existen obligaciones específicas sobre las comunidades, hace alusión que los permisos requeridos por los entes regulatorios implican cumplir un sin número de requisitos. Por el hecho de ser una cantera la cual explota recursos no renovables, se necesitan una serie de permisos tanto de la parte de la concesión minera como de la parte medioambiental y para el manejo de explosivos, es decir que la empresa MEGAROK S.A plantea que estos procesos son parte del cumplimiento de la RSE, facilitando la legalidad de sus operaciones.

Se evidencia que, debido a la no existencia de la obligatoriedad en el cumplimiento de la RSE, es la empresa quién decide acogerse o no a su cumplimiento, así como establece como incluir regulaciones ambientales en este proceso. Megarok S.A inició con “la elaboración de políticas de RSE desde 2013” pese a que en la provincia no existan más empresas en esta industria con ese modelo de negocio.

Dentro de esta categoría además se resalta que la RSE es concebida como un factor que permite mejorar la percepción en las personas sobre su empresa “aparte de hacer productos de calidad, es amigable con el ambiente [...]” debido a que por las características de las operaciones que implementan generan un posicionamiento negativo en la comunidad, lo cual está estrechamente relacionado con la categoría Ventaja competitiva. La ventaja competitiva que proporciona la RSE, se aprecia a través del análisis, partiendo desde la incorporación del concepto a la empresa en su misión, visión y objetivos, por la reformulación que se produce en su proceso de gestión, mejorando procesos, tratos, y enfoques gracias a la introducción de programas y el nuevo carácter dado a la empresa, más humana, más consiente de los problemas sociales y de su comunidad, abordando preocupaciones globales como los efectos de sus procesos en el medio ambiente y siguiendo la tendencia que en este escenario se manifiesta, como una forma de estar a la altura de los mercados más desarrollados y querer contribuir en el fondo también con el desarrollo del entorno en que operan. (Parra, Rascón, Espinoza, Caballero) (2018)

En la categoría grupos de interés (stakeholders) se evidencia que la empresa MEGAROK S.A toma importancia a las comunidades cercanas a sus operaciones. El entrevistado expone que “trabajamos normalmente con las comunidades cercanas. Este no es un tema solamente de donaciones, de dádivas. Este es un tema también de poder de alguna manera ser elementos de soporte para emprendimientos que pudieran ser de necesidad mayoritaria para la población que lo requiere”. La empresa destina cierto porcentaje de su presupuesto para ser invertido en las comunidades. Esto, comenta el entrevistado, ha provocado que las comunidades cercanas a la empresa estén en un estado de satisfacción con respecto a las operaciones que efectúa la misma. La implementación de prácticas de RSE dentro de las PYMES, permite construir una estrategia integral, enfocada en sus grupos de interés mediante el reconocimiento de sus acciones, lo

cual repercute positivamente en las utilidades de la empresa, la ventaja competitiva y el posicionamiento en el mercado, en búsqueda de la sostenibilidad de esta. (Angamarca, Ordoñez, Orbe) (2019)

Por otro lado, en relación con sus trabajadores, el entrevistado remarca que “se trata de empoderar a los empleados de la actividad como tal y, cuando hablamos de RSE, acudimos a las comunidades a hacer mingas de limpieza, mingas de pintura, mingas de alimentos y se lo hace con la mayor parte de los trabajadores que de manera voluntaria se suman y es una actividad importante hacia las comunidades cercanas a la empresa”. También, hay capacitaciones permanentemente, desde los temas de prevención de incendios, usos de extintores, temas de maquinaria, cuidados, salud ocupacional. Sin embargo, es evidente la necesidad de involucrar a los mismos en temas de RSE ya que actualmente, según el entrevistado, se han dejado de lado las prácticas de RSE debido a la pandemia de COVID-19 por la que está atravesando el mundo en la actualidad.

Actualmente en la empresa según el entrevistado “A nivel de los proveedores no tenemos un apoyo, ni nosotros hemos considerado en involucrarlos hasta el momento en esta actividad”. En relación con sus clientes, al ser una empresa alejada del centro de la ciudad, en dónde es muy poca la influencia de la misma en el sector urbano, los clientes, según el entrevistado “no ha llegado un solo cliente que haya decidido comprar nuestros productos por haber escuchado que aplicamos políticas de RSE”.

La alta gerencia tiene cierta referencia a organizaciones sin fines de lucro que incentivan las prácticas de RSE. El entrevistado comentó que “entiendo que CERES es una empresa que certifica, por así decirlo, este tipo de actividades. Tiene que ver también con temas ambientales, orgánicos, certificaciones de que se está trabajando sin el uso de químicos, pero de manera directa MEGAROK no ha realizado ninguna medición”. Megarok S.A se limita a tener un porcentaje del presupuesto, el cual es

destinado a obras que sean para la mayoría de las comunidades cercanas a la misma.

Hoy en día se constata que la percepción de que la RSE puede ser una fuente generadora de beneficios y de creación de valor a largo plazo (la denominada visión moderna o estratégica) se está extendiendo rápidamente entre los directivos de las empresas. Prueba de ello puede ser que las iniciativas empresariales en el ámbito de la RSE se han intensificado en los últimos años.

## Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede notar que existe una correlación entre las variables estudiadas ya que de acuerdo con la herramienta de autodiagnóstico FECHAC y a la entrevista del gerente de la empresa MEGAROK S.A. se identifica concordancia entre las políticas de RSE con las que cuenta la empresa y los resultados obtenidos. Y, es que, la puntuación de la empresa en la herramienta se denota como “de semejanza media” en los diferentes indicadores y eso es lo que expresa las diferentes categorías analizadas dentro de la parte cualitativa de esta investigación. Si bien es cierto, la empresa cuenta con políticas de RSE las mismas no son cumplidas en su totalidad, siendo la parte de competitividad y relación con sus stakeholders, en donde principalmente sus proveedores y trabajadores, no participan de estas políticas. Por otro lado, cuentan con algunos programas en donde se involucra planes de reforestación y conciencia ambiental y eso es lo que denota el indicador de cuidado y preservación del medio ambiente en donde la empresa obtuvo la mejor puntuación.

Si bien es cierto, la empresa cuenta con políticas de RSE, las mismas no están en constante medición. Una de las principales razones es por la insuficiente metodología, procesos e instrumentos implementados para su medición. Organismos como CERES en Ecuador pasan desapercibidos en la mayor parte de las empresas locales, por lo que gran parte del sector productivo y comercial de Manabí no conocen que existen estos organismos que impulsan la RSE. Es importante adoptar un instrumento de

diagnóstico de RSE en las empresas que se ajuste a la realidad local. En Ecuador se ha adoptado el instrumento de indicadores ETHOS, pero al ser una herramienta de Brasil, la misma no está habilitada en todo momento, por lo que esto dificulta la medición de la RSE en las empresas. Es necesario empezar a realizar herramientas que sean de aplicación local y a la realidad del País.

Es necesario entender que las acciones de RSE, desde la percepción representan un valor agregado intangible, que no se puede ver físicamente, pero que las personas pueden darse cuenta con base en lo que la empresa hace por su entorno.

La importancia de la RSE radica en los beneficios que esta genera a toda aquella empresa que sepa integrar adecuadamente la RSE en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, ya que con ello tiene grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico y mayor rentabilidad.

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de hacer negocios en la que la empresa gestiona sus operaciones de forma sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos públicos con los que se relaciona (los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, etc.) y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

## Referencias bibliográficas.

- Bowen, H.R. & Johnson, F.E. (1953), “Social responsibility of the businessman”, Iowa City: University of Iowa Press, pp.1-245
- Flores, M. C., Gómez, D. O., Briones, J. B., & Cervantes, G. P. (2013). Rentabilidad y competitividad en la PYME. Revista Ciencia Administrativa, 2.
- Pizzolante, I (2009). De la responsabilidad Social Empresarial a la empresa socialmente responsable. Ediciones de las Ciencias Sociales.



- RascónLarios, D., Parra Valenzuela, P.N., Espinoza Morales, F., & Caballero Gutiérrez, R. del C. (2018). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (15). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i15.13>
- Saavedra Robles, L. C. (2020-11). Tesis. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/51191>
- Arvizu-Armenta, Ernestina, & Velázquez-Contreras, Lorenia. (2019). Responsabilidad social empresarial: distintivos, prácticas y procesos del sector minero en Sonora, México. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(54), e19786. Epub 30 de abril de 2020. <https://doi.org/10.24836/es.v29i54.786>
- Pertuz Martinez, A. P. (2017). LA PRÁCTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA MINERÍA LATINOAMERICANA. *Revista Pensamiento Gerencial*, (4). <https://doi.org/10.24188/rpg.v0i4.538>
- MAE. Fernando Agüeros Sánchez, M. H. (2010). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA
- FECHAC (2005). Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas. México D. F.: Ediciones FECHAC.
- Álvarez-Gayou, J.L. (2005). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós
- Miles, M. B. y Huberman, A.M. (1994) *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rubin, H.J. y Rubin, I.S. (1995) *Qualitative interviewing. The art of hearing data*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Angamarca, S., Ordoñez C., Orbe, M. (2019) *Pol. Con.* (Edición núm. 34) Vol. 4, No 6, junio 2019, pp. 280-299, ISSN: 2550 - 682X