

# Corporate social responsibility and greenwashing in a banana exporting company

Ashly Ruiz-Espinoza, Bachelor<sup>1</sup>, Ricardo Fernando Cosio Borda, PhD<sup>2</sup>, Lorena Ramírez-Briones, Master's degree<sup>1</sup>, Berenice Cajavilca-González, Master's degree<sup>3</sup>, Erika Buitron-Hurtado, Master's degree<sup>4</sup> and Tamara Reyes-Carhuapoma, Master's degree<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo, Perú, absruize@ucvvirtual.edu.pe, lorena.ramirez.briones@gmail.com

<sup>2</sup>Universidad EAN, Colombia, ricardo.cosio.borda@gmail.com

<sup>3</sup>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú, berenice.cajavilca@upn.edu.pe

<sup>4</sup>Universidad Autónoma del Perú, Perú, erika.buitronh@gmail.com, treyesc27@gmail.com

*Abstract– The objective of the research was to examine the relationship between corporate social responsibility (CSR) and greenwashing in a banana exporting company in Sullana during the year 2023, with an approach focused on the perspective of the workers. A cross-sectional non-experimental quantitative design was used with a correlational approach, applying a questionnaire to 29 company workers, using a 5-point Likert scale. The results revealed a moderate and statistically significant negative correlation between the CSR and greenwashing variables, represented by a correlation coefficient of -0.665 and a significance level of 0.001. These findings indicated that, as corporate social responsibility activities increased, greenwashing decreased in the company and vice versa, although this variation was not proportional. The research highlights the importance of considering the perspective of workers when analyzing the relationship between CSR and greenwashing.*

*Keywords– Corporate social responsibility, greenwashing, agro-export company, agroindustrial sector, workers.*

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LACCEI).  
**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LACCEI).  
**DO NOT REMOVE**

# Responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano

Ashly Ruiz-Espinoza, Bachiller<sup>1</sup>, Ricardo Fernando Cosio Borda, Doctor<sup>2</sup>, Lorena Ramírez-Briones, Maestra<sup>1</sup>, Berenice Cajavilca-González, Maestra<sup>3</sup>, Erika Buitron-Hurtado, Maestra<sup>4</sup> y Tamara Reyes-Carhuapoma, Maestra<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo, Perú, absruize@ucvvirtual.edu.pe, lorena.ramirez.briones@gmail.com

<sup>2</sup>Universidad EAN, Colombia, ricardo.cosio.borda@gmail.com

<sup>3</sup>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú, berenice.cajavilca@upn.edu.pe

<sup>4</sup>Universidad Autónoma del Perú, Perú, erika.buitronh@gmail.com, treyesc27@gmail.com

**Resumen**– El objetivo de la investigación fue examinar la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el greenwashing en una empresa exportadora de banano de Sullana durante el año 2023, con un enfoque centrado en la perspectiva de los trabajadores. Se utilizó un diseño cuantitativo no experimental transversal con enfoque correlacional, aplicándose un cuestionario a 29 trabajadores de la empresa, utilizando una escala Likert de 5 puntos. Los resultados revelaron una correlación negativa moderada y estadísticamente significativa entre las variables RSE y greenwashing, con un coeficiente de correlación de  $-0,665$  y un nivel de significancia de  $0,001$ . Estos hallazgos indicaron que, a medida que aumentaron las actividades de responsabilidad social empresarial, el greenwashing disminuyó en la empresa y viceversa, aunque esta variación no fue proporcional. La investigación destaca la importancia de considerar la perspectiva de los trabajadores al analizar la relación entre RSE y greenwashing.

**Palabras clave**-- Responsabilidad social empresarial, greenwashing, empresa agroexportadora, sector agroindustrial, trabajadores.

## I. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha integrado en las estrategias empresariales a nivel global, con asignación de recursos y personal. En una encuesta a 350 empresarios de todo el mundo, el 95% trabajó con iniciativas de impacto social. Sin embargo, en la Unión Europea, algunos esfuerzos de RSE fueron considerados greenwashing, con el 53.3% de bienes bajo afirmaciones ecológicas engañosas y en Reino Unido se estimó que el 40% de la publicidad de bienes ecológicos pudo ser falsa [1], [2].

En América Latina y el Caribe, se evidenció una creciente necesidad de capacitación en materia de comportamiento empresarial responsable. Mayoritariamente, son las grandes empresas las que han implementado políticas de RSE, en comparación con las medianas y pequeñas empresas. Además, la falta de estrategias de comunicación sobre las actividades socialmente responsables repercute negativamente en la reputación de las empresas, siendo objeto de acusaciones de lavado de imagen y generando desconfianza en los productos y en las afirmaciones ambientales [3].

En el Perú las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) de 16 departamentos publicaron más de 800 reportes de sostenibilidad siguiendo los Estándares GRI comunicando sus efectos sociales, ambientales y económicos [4]. En Piura, las empresas con participación en el mercado internacional, particularmente las Mipymes dedicadas a actividades extractivas agrícolas, se vieron impulsadas a adoptar la responsabilidad social como una necesidad para mantener su atractivo, destacando las exportadoras de banano orgánico, del cual en 2021 se logró enviar 193 mil toneladas a 14 mercados [5].

A medida que la empresa exportadora objeto de estudio expande su presencia internacional, prioriza mejorar sus prácticas sociales y ambientales. Para ello, ha obtenido certificaciones como Euro Hoja, Global G.A.P, Organic USDA y Fairtrade, validando así su compromiso. Estas iniciativas se han comunicado de manera transparente en sus páginas oficiales, demostrando su enfoque en la calidad, la sostenibilidad y el bienestar social.

El estudio de la RSE y el greenwashing se ha relacionado con las percepciones de consumidores y empresarios. Sin embargo, esta investigación se enfoca en la óptica de los trabajadores, quienes ofrecen una visión diferente al no estar influenciados por el marketing o el interés económico. De esa manera la investigación planteó como problema general: ¿Cuál es la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023?

Para contribuir en la solución del problema se propuso como objetivo general: identificar la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. Además surgieron los siguientes objetivos específicos: 1) determinar la relación que existe entre la responsabilidad económica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023; 2) determinar la relación que existe entre la responsabilidad legal y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023; 3) determinar la relación que existe entre la responsabilidad ética y

greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023; y 4) determinar la relación que existe entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

La investigación se justifica en que, gracias a un enfoque riguroso en la recopilación y análisis de datos, los descubrimientos obtenidos clarificarán la relación entre las acciones de RSE y las actividades de greenwashing en la empresa en estudio; además, contribuirá a la literatura al proporcionar evidencia empírica sobre la relación entre RSE y greenwashing en el contexto específico de las empresas exportadoras. Asimismo, se espera que los resultados obtenidos sienten las bases para investigaciones futuras.

## II. MARCO TEÓRICO

La manera de las empresas de comunicar sus prácticas ambientales se ve influenciada por la regulación ambiental, la conexión política y la naturaleza del derecho de propiedad empresarial. Si las organizaciones logran mejorar su desempeño ambiental o comunican correctamente sus iniciativas ambientales, el nivel de greenwashing se reduce, producto de una correlación negativa [6].

Ante una posible aceptación del greenwashing como práctica válida, los trabajadores pueden percibir de manera positiva las prácticas sustantivas de RSE y ser indiferentes hacia las prácticas simbólicas, estas percepciones podrían influir en su satisfacción laboral, compromiso y efectividad en el trabajo [7]. En la RSE, el greenwashing reduce indirectamente la lealtad de los trabajadores, porque se relaciona negativamente con la confianza, y afecta a la identificación entre los trabajadores y la empresa [8].

El riesgo de caer en greenwashing se reduce cuando la empresa gestiona políticas, iniciativas, capacitaciones y actitudes responsables con el ambiente mejorando la alineación de los trabajadores con los valores empresariales, en su defecto, la percepción de greenwashing se asocia a insatisfacción profesional, intenciones de rotación y comportamiento ecológico negativo [9], [10], [11], [12].

A nivel de general, al identificar una empresa como practicante de greenwashing, se ve perjudicada su reputación, desempeño financiero, la confianza de los inversores y la intención de compra de los consumidores [13], [14], [15], [16]. Resultando importante comunicar de manera transparente las prácticas responsables, ya que la información compartida que oculta los verdaderos objetivos de la empresa contribuye al greenwashing [17, 18].

Las empresas deberían tener planes y estrategias en torno a la responsabilidad social, ambiental y económica para desenvolverse mejor en el mercado, puesto que la RSE influye positivamente en la competitividad [19] y en una mejor percepción por parte de sus grupos de interés, esto es una ventaja cuando se trata de una empresa extractiva [20].

Respecto a teorías en las que se fundamenta la investigación, destacan tres principales en el marco de RSE.

La Teoría de la pirámide de Carroll [21] con cuatro dimensiones jerarquizadas en una pirámide que abarcan responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, postulando que no solo se tiene responsabilidad con los accionistas, una empresa debe trabajar por el bienestar económico cumpliendo con la ley, trabajando con principios y aportando en el desarrollo de los ciudadanos con recursos propios.

La Triple Button Line [22], teoría que postula que se podría alcanzar RSE con un triple resultado interconectado entre la prosperidad económica, ambiental y justicia social enfocado en el mercado, los valores, asociaciones y gobierno corporativo.

La Teoría de las partes interesadas [23] propone que, al tomar decisiones, se debe tener en cuenta las necesidades de los involucrados que puedan influir o ser impactados por las acciones de las empresas.

Por las características de la investigación, se tomó como referente la Teoría de la pirámide de Carroll, que engloba las dimensiones abordadas por las otras teorías.

Respecto al greenwashing, su origen se puede relacionar con la teoría de la señalización en el sentido de la información irregular [24] en donde la asimetría de la información surge cuando una parte conserva la información y solo comunica la información que le resulta beneficiosa.

La Teoría institucional [25] que se centra en los factores que propician el cambio en una organización, por la influencia de presiones internas, las expectativas de la sociedad, mandatos gubernamentales o por la competitividad de otras organizaciones.

La Teoría de la legitimidad [26] en el contexto de greenwashing aparece por la necesidad de las empresas de mostrarse como legítimas ante la sociedad si se ven amenazada su credibilidad ante preocupaciones ambientales del público.

Por la orientación de la investigación el postulado referente es la Teoría de legitimidad, dado que las empresas buscan demostrar buenas acciones en cuanto a presentación de su información ambiental para alinearse con las preferencias de su público objetivo.

## III. METODOLOGÍA

### A. Tipo y diseño de investigación

Se llevó a cabo una investigación aplicada, donde se utilizó conocimiento y métodos existentes para encontrar una respuesta al problema planteado. Se desarrolló bajo enfoque cuantitativo porque a través de datos numéricos se midieron las variables de la investigación y se analizó estadísticamente.

Mediante el enfoque no experimental en su diseño, las variables no fueron modificadas. De corte transversal, porque la medición de variables y la recopilación de datos se realizó en un momento específico.

Se trabajó a nivel correlacional donde las hipótesis del estudio establecen la existencia de relación entre las variables, para entender cómo el comportamiento de una variable está

asociado con los comportamientos en otra variable relacionada.

**B. Variables y operacionalización**

La variable 1 fue responsabilidad social empresarial, definida como las iniciativas voluntarias de las empresas para abordar las necesidades de la sociedad y generar un impacto positivo en todas sus partes interesadas [27], [28], [29].

Las dimensiones de RSE son: (1) responsabilidad económica, (2) responsabilidad legal (3) responsabilidad ética y (4) responsabilidad filantrópica.

La variable 2 fue greenwashing, definida como la estrategia utilizada por las organizaciones para generar una percepción positiva sobre su compromiso, exagerando sus acciones u ocultando su verdadero desempeño, comunicando una imagen de sostenibilidad sin proporcionar pruebas suficientes para respaldarla [30], [31], [32], [33], [34].

El greenwashing se dimensiona en seis constructos: (1) ambigüedad, (2) beneficio ambiental limitado, (3) información irrelevante, (4) falta de pruebas, (5) rótulos o figuras falsas, (6) información falsa.

Las variables que fueron abordadas en el estudio eran cualitativas y su medición se dio con escala ordinal, devolvió resultados numéricos y se trabajaron con métodos estadísticos.

**C. Población, muestra y muestreo**

La población estuvo conformada por 29 trabajadores de una empresa exportadora de banano en Sullana pertenecientes a todas las áreas de la empresa, tomados luego de considerar criterios como: ser trabajador fijo de la empresa, ser mayores de 18 años, ser trabajadores a tiempo completo y tener la intención de participar.

Se trabajó un muestreo censal ya que la población es pequeña y de fácil acceso, lo que permitió obtener datos exactos del total de la población.

**D. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos fue la encuesta con su instrumento característico, el cuestionario, compuesto por 29 enunciados en escala de Likert de 5 puntos.

Para la confiabilidad de los enunciados mediante una prueba piloto y el Alfa de Cronbach, se obtuvo una fiabilidad de 0.851 y 0.793 para la variable RSE y greenwashing respectivamente. Además, se validó el cuestionario mediante el juicio de 4 expertos.

**IV. RESULTADOS**

Se contempló como objetivo general identificar la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023; considerando como hipótesis nula:

H0: No existe relación entre la responsabilidad empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

Ha: existe relación negativa entre la responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

La tabla 1 muestra una correlación negativa moderada y estadísticamente significativa entre responsabilidad social empresarial y greenwashing, expresado por el coeficiente de correlación de -0.665 y el nivel de significancia 0.001. De esta manera se acepta Ha y se rechaza H0. Se entiende que cuando la empresa prioriza iniciativas y políticas socialmente responsables tiende a estar menos motivada e involucrada en recurrir a prácticas de greenwashing, lo que indica una relación inversa, sin embargo, al ser una relación moderada, este aumento y disminución no se dan en la misma proporción.

TABLA 1  
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GREENWASHING

			Responsabilidad social empresarial	Greenwashing
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coeficiente de correlación	1.000	-0.665**
		Sig. (bilateral)	.	<0.001
		N	29	29
	Greenwashing	Coeficiente de correlación	-0.665**	1.000
		Sig. (bilateral)	<0.001	.
		N	29	29

Nota. \*\*La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Si la empresa muestra una correlación negativa moderada entre la responsabilidad social empresarial y el greenwashing, esto indica que está comprometida con prácticas éticas y responsables en sus operaciones. Este enfoque hacia la responsabilidad social no solo ofrece beneficios externos, como mejorar la imagen y reputación de la empresa, sino que también tiene implicaciones internas al promover la transparencia, ética y compromiso entre los trabajadores.

Este enfoque permitirá que los trabajadores desarrollen una conciencia crítica respecto a las acciones simbólicas y sustantivas de la empresa en relación con su compromiso social y ambiental. Por lo tanto, la comunicación interna debería destacar la importancia de las acciones responsables y desalentar prácticas engañosas, ya que la detección de greenwashing podría generar desconfianza y desmotivación para participar en estas iniciativas.

Para lograr el objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad económica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023; se planteó la hipótesis nula (H0): no existe relación entre la responsabilidad económica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. La hipótesis alterna (Ha) fue: existe relación negativa entre la responsabilidad económica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

El resultado de correlación se muestra en la tabla 2, identificando una correlación negativa moderada y

estadísticamente significativa entre la responsabilidad económica y greenwashing, expresado por el coeficiente de correlación -0.402 y el nivel de significancia de 0.031. De esta manera se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ .

TABLA 2  
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD ECONÓMICA Y GREENWASHING

			Responsabilidad económica	Greenwashing
Rho de Spearman	Responsabilidad económica	Coeficiente de correlación	1.000	-0.402*
		Sig. (bilateral)	.	0.031
		N	29	29
	Greenwashing	Coeficiente de correlación	-0.402*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.031	.
		N	29	29

Nota. \*La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Esto significa que cuando la empresa se enfoca en obtener la máxima utilidad económica, controlar estrictamente los costos de producción, gestionar eficazmente los costos administrativos y potenciar relaciones estables con proveedores certificados, existe una tendencia a ser más transparente y auténtica en sus prácticas reduciendo la necesidad o la motivación para recurrir a estrategias de greenwashing. La responsabilidad económica de una empresa implica buscar la máxima utilidad económica, operar con transparencia, autenticidad y compromiso genuino con la responsabilidad social. Además, trabajar en una empresa económicamente responsable puede proporcionar a los empleados un entorno laboral más estable, seguro y satisfactorio, así como oportunidades de crecimiento.

En cuanto al objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad legal y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, se planteó la hipótesis nula ( $H_0$ ): no existe relación entre la responsabilidad legal y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. Y la hipótesis alterna ( $H_a$ ) fue: existe relación negativa entre la responsabilidad legal y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. El resultado de correlación se registró en la tabla 3, identificando una correlación negativa moderada significativa entre la responsabilidad legal y greenwashing, expresado por el coeficiente de correlación -0.517 y el nivel de significancia de 0.004. Se aceptó  $H_a$  y se rechazó  $H_0$ , además, se trata de una relación con poca probabilidad de ser una casualidad, dado que es estadísticamente significativa.

TABLA 3  
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD LEGAL Y GREENWASHING

			Responsabilidad legal	Greenwashing
Rho de Spearman	Responsabilidad legal	Coeficiente de correlación	1.000	-0.517**
		Sig. (bilateral)	.	0.004
		N	29	29
	Greenwashing	Coeficiente de correlación	-0.517**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.004	.
		N	29	29

Nota. \*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se obtuvo una reducción en los comportamientos de greenwashing a medida que la responsabilidad legal aumenta, es decir, cuando la empresa cumple estrictamente con la legislación nacional en materia laboral, incluyendo aspectos como el salario mínimo, la jornada laboral y la libertad de asociación, así como darle prioridad al cumplimiento de la ley incluso si esto significa sacrificar mejoras en su rendimiento.

La empresa ha venido desarrollando y cumpliendo políticas internas que establecen objetivos según estándares ambientales nacionales e internacionales, ha dado prioridad al uso de productos de bajo impacto ambiental y ha cumplido adecuadamente con las normas de seguridad establecidas por leyes nacionales e internacionales en sus actividades, todo esto tiende a reducir la probabilidad de comportamientos irregulares de greenwashing.

En cuanto al objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad ética y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. Se postuló como hipótesis nula ( $H_0$ ): no existe relación entre la responsabilidad ética y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. Y como hipótesis alterna ( $H_a$ ): existe relación negativa entre la responsabilidad ética y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

El detalle de la correlación se registró en la tabla 4. Mediante el coeficiente Rho de Spearman se encontró una correlación negativa moderada significativa entre la responsabilidad ética y greenwashing, expresado por el coeficiente de correlación -0.630 y el nivel de significancia <0.001.

Se aceptó  $H_a$  y se rechazó  $H_0$ , también se reveló que se trata de una correlación estadísticamente significativa de forma que es poco probable que la relación se deba a una casualidad.

TABLA 4  
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD ÉTICA Y GREENWASHING

			Responsabilidad ética	Greenwashing
Rho de Spearman	Responsabilidad ética	Coefficiente de correlación	1.000	-0.630**
		Sig. (bilateral)	.	<0.001
		N	29	29
	Greenwashing	Coefficiente de correlación	-0.630**	1.000
		Sig. (bilateral)	<0.001	.
		N	29	29

Nota. \*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La empresa está implementando medidas significativas para fomentar una cultura ética y evitar prácticas engañosas. Esto incluye promover la responsabilidad ética al denunciar conductas irregulares, presentar información de forma clara y precisa, y establecer un sistema de verificación interna. Estas acciones sientan las bases para operar de manera ética, demostrando un compromiso con la transparencia y una comunicación abierta con todas las partes interesadas. El hecho de que las operaciones se realicen cumpliendo con un código de ética muestra el compromiso con prácticas responsables que contribuyen a prevenir daños en la propiedad y el entorno protegiendo la imagen, la reputación de la empresa y reduciendo la necesidad de recurrir al greenwashing como estrategia de marketing.

El objetivo específico 4 fue: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. Se planteó como hipótesis nula (H0): no existe relación entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023. La hipótesis alterna (Ha) fue: existe relación negativa entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023.

La correlación se registró en la tabla 5 identificando una correlación negativa moderada significativa entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing, expresado por el coeficiente de correlación -0.518 y el nivel de significancia 0.004. Se aceptó Ha y se rechazó H0. Lo que significa que a medida que aumentan las actividades de responsabilidad filantrópica con las personas y el ambiente, disminuyen los comportamientos y adopción de estrategias de greenwashing y viceversa.

TABLA 5  
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD FILANTRÓPICA Y GREENWASHING

			Responsabilidad filantrópica	Greenwashing
Rho de Spearman	Responsabilidad filantrópica	Coefficiente de correlación	1.000	-0.518**
		Sig. (bilateral)	.	0.004
		N	29	29
	Greenwashing	Coefficiente de correlación	-0.518**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.004	.
		N	29	29

Nota. \*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La correlación encontrada sugiere una relación inversa entre la responsabilidad filantrópica y el greenwashing en la empresa. Esto implica que, al enfocarse en acciones filantrópicas genuinas, la empresa tiene menos incentivos para recurrir al greenwashing. Estos esfuerzos en responsabilidad social y ambiental son reales y notables, lo que refleja un compromiso coherente con la ética y una comunicación transparente. La empresa financia iniciativas de apoyo a la comunidad local, como proyectos de desarrollo ambiental y colaboraciones con universidades en investigación y programas educativos, demostrando su compromiso de desempeñar un papel significativo en la sociedad más allá de la búsqueda de beneficios económicos.

Los resultados muestran una correlación negativa significativa entre las dimensiones de la RSE y el greenwashing en la empresa exportadora. Esto sugiere que a medida que aumenta el nivel de cada dimensión de RSE (responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica), la tendencia al greenwashing tiende a disminuir. Específicamente, las correlaciones son más fuertes para la responsabilidad ética y filantrópica, seguidas por la responsabilidad legal y económica. Esto indica que las prácticas de RSE más sólidas están asociadas con una menor probabilidad de greenwashing en la empresa. Las acciones de compromiso genuino con la ética empresarial y la responsabilidad social ayudan a construir una imagen positiva y a reducir la necesidad de recurrir al greenwashing como estrategia de marketing. Estas acciones son clave para proteger la imagen, la reputación de la empresa y contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente, también es importante no descuidar las áreas de responsabilidad económica y legal, ya que también están relacionadas con la integridad y la sostenibilidad empresarial.

## V. DISCUSIÓN

La investigación reveló que existe una relación negativa moderada entre de responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano en Sullana, evidenciando que la empresa al desarrollar iniciativas socialmente responsables, tiende a relacionarse con menos estrategias de greenwashing, lo que resulta beneficioso para la empresa ya que le permitirá construir y mantener una buena reputación en el mercado extranjero, obteniendo mayor confianza por parte de sus socios comerciales y por ende relaciones sólidas con los clientes que valoran las iniciativas responsables con el ambiente y la sociedad.

Se encontró que las acciones verdaderamente responsables se asocian moderada y negativamente con la tendencia a buscar la apariencia de responsabilidad social, es decir la existencia de greenwashing. Estos hallazgos podrían influir significativamente en la percepción, actitudes y comportamientos de los trabajadores hacia la empresa y sus prácticas de RSE y greenwashing, lo que resalta la importancia de comprender estas dinámicas para mejorar el compromiso con la responsabilidad social y construir relaciones más sólidas y significativas con el personal. A diferencia de otros estudios [8] donde se encontró que los trabajadores reconocían acciones vacías de greenwashing como prácticas de RSE, es decir verdaderas acciones responsables de la empresa se relacionaban positivamente con la apariencia de cumplir dichas acciones. La oposición en los hallazgos podría surgir por diferencias geográficas, de tamaño en las muestras estudiadas, en los métodos de medición o por diferentes niveles de susceptibilidad de los trabajadores en la percepción de las prácticas de responsabilidad social y greenwashing.

Investigaciones previas [6] concuerdan en la correlación negativa entre el compromiso de la empresa con estándares éticos y el greenwashing, de manera que hay menos riesgo incurrir a estrategias de greenwashing si la empresa ha trabajado en prácticas responsables y éticas desarrollando políticas, iniciativas y compromisos con el ambiente.

En referencia al primer objetivo específico, se encontró correlación negativa moderada entre la responsabilidad económica y el greenwashing, demostrando que la responsabilidad económica no solo busca buenos resultados financieros y gestión efectiva de costos y gastos, sino también se involucra en el impacto social y ambiental que genera la empresa. En el sentido de lo obtenido, si la empresa es económicamente responsable no solo se limita a ser rentable u optimizar costos sino también apoya los comercios locales y prefiere proveedores certificados, tiende a ser más transparente en comunicaciones sobre sus prácticas ambientales y sociales.

Las actividades económicamente responsables pueden tener un impacto positivo en el desempeño financiero de una empresa, aunque no es un factor determinante, puede ayudar a mejorar su reputación ya que el greenwashing se relaciona e impacta negativamente en el desempeño financiero [13], [14], aunque puede ofrecer beneficios a corto plazo en términos de

mejora de la imagen de la empresa y oportunidades comerciales, cuando se descubre el greenwashing, los inversores y ciertos clientes evitan enfrentar sanciones legales o daño a su reputación, por ello deciden apartarse.

En cuanto al objetivo específico 2, se encontró relación negativa moderada entre la responsabilidad legal y el greenwashing en la empresa exportadora, lo que puede significar que cuanto más se alinea la empresa con el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales en materia laboral, tributaria, ambiental y de seguridad, es menos probable que recurra al greenwashing. Esto indica que, si la empresa hiciera un menor esfuerzo por cumplir con las normas y regulaciones, podría aumentar el uso de estrategias greenwashing, sin embargo, al haberse identificado una correlación no implica que uno cause al otro.

Sin embargo, el cumplimiento de normativas puede ser una estrategia que fortalezca la credibilidad de la empresa [15], [16] considerando que se puede caer en greenwashing si no se siguen estándares internacionales para realizar informes de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, especialmente en empresas de industrias que tienden a involucrarse en problemas medioambientales por actividades extractivas o de transformación.

Respecto al objetivo específico 3, se reveló una relación negativa moderada entre la responsabilidad ética y el greenwashing, entendiendo que la ética se refiere al interés real de la empresa por las personas y el entorno, buscando la transparencia y el cumplimiento de las normativas internas y externas establecidas en el código de ética, que guía la forma de trabajo de la empresa y sus empleados. La transparencia y la disponibilidad de la información proporcionada al público son también aspectos clave de la ética empresarial, ya que permiten generar confianza y credibilidad entre los grupos de interés.

Al encontrar una correlación negativa entre la ética y el greenwashing en una empresa, se puede inferir que a medida que aumentan las actitudes éticas, menor será la probabilidad de que la empresa tienda a realizar greenwashing. Estudios previos [9] argumentaron que el greenwashing y el compromiso de la empresa con los estándares éticos no pueden coexistir juntos, sin embargo, también se ha manifestado que una empresa puede desarrollar perfectamente su responsabilidad social y ser vulnerable de caer en greenwashing por la falta de conocimiento de la forma correcta de comunicar las acciones de RSE [16].

Respecto al objetivo 4, se encontró una relación negativa moderada entre la responsabilidad filantrópica y el greenwashing lo que significa que a medida que aumenta el compromiso con la sociedad, disminuye el greenwashing y sus estrategias de falso compromiso ambiental. El greenwashing intenta presentar productos dañinos como si fueran genuinamente ecológicos lo cual se desvía del objetivo de la responsabilidad filantrópica en una organización, que es tener un papel significativo en la sociedad mediante el apoyo a

proyectos que beneficien el entorno, ya que una empresa no es un ente aislado de la sociedad.

Las acciones filantrópicas de apoyo a la comunidad del entorno de una empresa, se relacionan con la imagen responsable [20] lo cual facilita el desarrollo de actividades especialmente cuando se trata de empresas extractivas que se involucran en proyectos de mejora y reducción del impacto negativo de sus actividades con el medio ambiente; revelando que es mejor tener un comportamiento responsable genuino ya que el greenwashing reduce la percepción de la imagen ecológica de una marca y afecta la confianza en la empresa [17].

Los resultados se pueden entender en el contexto de la teoría de la legitimidad, que sostiene que las organizaciones buscan obtener y mantener la aceptación social de sus actividades mediante el cumplimiento de las expectativas de su público objetivo y de normas sociales. Con base en esta teoría, las empresas que realizan iniciativas socialmente responsables buscan demostrar su responsabilidad ante sus grupos de interés, y el greenwashing en la RSE puede ser considerado una estrategia de legitimidad al impulsar una imagen favorable sin asumir los costos o compromisos reales.

Las debilidades de la metodología fueron que el nivel correlacional no implica causalidad, ni revela si una variable influye sobre la otra o que es lo que ha causado la presencia de ambas variables, ya que la correlación solo indica la dirección y fuerza de asociación de las variables. Además, la muestra seleccionada limita que los resultados se puedan generalizar a otros contextos.

En relación con otros estudios, la investigación contribuye a aportar evidencia estadística sobre la relación entre la RSE y el greenwashing, evaluado desde el trabajador, ofreciendo una visión única desde el interior de la empresa. Además, contribuye a la literatura al ser un tema que ha recibido poca atención ya que la mayoría de los estudios se abordan a nivel de empresa y desde la perspectiva de clientes o auditores; al mostrar resultados de una agroexportadora complementa la escasa literatura que ha investigado el fenómeno de greenwashing en la agricultura y la industria alimentaria.

## VI. CONCLUSIONES

Se cumplió el objetivo general al identificar la relación negativa moderada y estadísticamente significativa entre las variables de responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, demostrada por un coeficiente de correlación de -0.665. Estos hallazgos resaltan la importancia de que la empresa mantenga una autenticidad genuina al cumplir con sus responsabilidades económicas y legales, actuar éticamente y contribuir a la comunidad, para mejorar la prevención de prácticas engañosas como el greenwashing.

Cumpliendo el objetivo específico 1 se determinó que existe una relación negativa moderada y estadísticamente significativa entre la responsabilidad económica y

greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, expresado por el coeficiente de correlación -0.402.

Se cumplió el objetivo específico 2 y se pudo encontrar que existe relación negativa moderada significativa entre la responsabilidad legal y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, expresado por el coeficiente de correlación -0.517.

El objetivo específico 3, permitió determinar que existe una relación negativa moderada significativa entre la responsabilidad ética y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, expresado por el coeficiente de correlación -0.630.

Del objetivo específico 4 se concluyó que existe una relación negativa moderada significativa entre la responsabilidad filantrópica y greenwashing en una empresa exportadora de banano, Sullana-2023, expresado por el coeficiente de correlación -0.518.

## VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere ampliar las investigaciones en la materia desde la perspectiva de los trabajadores, ya que ellos, al formar parte interna de la organización, pueden identificar inconsistencias entre las prácticas responsables y los comportamientos de greenwashing.

Explorar el tema en otros sectores, regiones y países contribuirá a comprender cómo la relación entre responsabilidad social empresarial y greenwashing puede variar en diferentes contextos empresariales y geográficos. Futuros investigadores deben ser cuidadosos al replicar los resultados a otras regiones o países, debido a que es pertinente considerar las diferencias culturales e institucionales de la muestra.

Se recomienda que la empresa elabore sus reportes cumpliendo con estándares internacionales reconocidos. Contratar un equipo externo, con expertos de la industria y especialistas, para auditar la información divulgada, reducir la posibilidad de greenwashing y fortalecer la credibilidad de los informes.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al gerente de la empresa exportadora que permitió el desarrollo de la investigación.

## REFERENCIAS

- [1] Dean Best. (2023, marzo 22). EU tables plans to tackle "greenwashing". just-food.com. <https://link.gale.com/apps/doc/A742700950/ITOF?u=univcv&sid=bookmark-ITOF&xid=5eb3ee50>
- [2] Goncalves, M. (2023, febrero 11). THE BIG GREEN WASHING CRACKDOWN; Now sustainability is a big priority for shoppers, eco-claims are everywhere. Yet so too are accusations of greenwashing. So the crackdown is on, with everyone from watchdogs to financial investors placing the claims of food companies in their crosshairs. Grocer, 24. <https://link.gale.com/apps/doc/A736938575/ITOF?u=univcv&sid=bookmark-ITOF&xid=d2707bf1>
- [3] OCDE. (2021). Resultados de la Encuesta de la OCDE a Empresas sobre la Conducta Empresarial Responsable en América Latina y el Caribe.

- <https://mneguidelines.oecd.org/resultados-de-la-encuesta-de-la-ocde-a-empresas-sobre-la-conducta-empresarial-responsable-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>
- [4] Global Reporting Initiative. (2020). Buenas prácticas de sostenibilidad en la Mipyme peruana. Lima: *Fondo Cooperación Suiza-SECO*.
- [5] Azarade-Sistema de Inteligencia Comercial, & Fluctuante. (2021). *Catálogo de la Oferta Exportable de Piura*. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Piura. <https://bit.ly/3NSJ79I>
- [6] Zhang, K., Pan, Z., Janardhanan, M., & Patel, I. (2022). Relationship analysis between greenwashing and environmental performance. *Environment, Development and Sustainability*, 1-31. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02381-9>
- [7] Contreras-Pacheco, O. E., Talero-Sarmiento, L. H., & Camacho-Pinto, J. C. (2018). Efectos de la responsabilidad social empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados: Autenticidad o falacia. *Contaduría y Administración*, 64(4), 123. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1631>
- [8] Mu, H., & Lee, Y. (2023). Greenwashing in corporate social responsibility: A dual-faceted analysis of its impact on employee trust and identification. *Sustainability*, 15(22), 15693. <https://doi.org/10.3390/su152215693>
- [9] Tahir, R., Athar, M. R., & Afzal, A. (2020). The impact of greenwashing practices on green employee behaviour: Mediating role of employee value orientation and green psychological climate. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1781996. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1781996>
- [10] Miao, G., Chen, G., Wang, F., & Das, A. K. (2023). The effect of corporate greenwashing on employees' environmental performance: Person-organization values fit perspective. *Sustainability*, 15(4), 3498. <https://doi.org/10.3390/su15043498>
- [11] Li, W., Li, W., Seppänen, V., & Koivumäki, T. (2022). How and when does perceived greenwashing affect employees' job performance? Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1722–1735. <https://doi.org/10.1002/csr.2321>
- [12] Santos, C., Coelho, A., & Marques, A. (2022). Does greenwashing affect employee's career satisfaction? The mediating role of organizational pride, negative emotions and affective commitment. In Research Square. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1197221/v2>
- [13] Oppong-Tawiah, D., & Webster, J. (2023). Corporate Sustainability Communication as 'Fake News': Firms' Greenwashing on Twitter. *Sustainability*, 15(8), 6683.
- [14] Valtere, E., Zariņa, D., & Pajuste, A. (2022). Greenwashing: when climate talk does not meet the climate walk.
- [15] Brito, A. C. F. D. E. M., Dias, S. L. F. G., & Zaro, E. S. (2022). Relatório corporativo socioambiental e greenwashing: análise de uma empresa mineradora brasileira. *Cadernos EBAPE BR*, 20(2), 234–246. <https://doi.org/10.1590/1679-395120210057>
- [16] Ruiz-Blanco, S., Romero, S., & Fernandez-Feijoo, B. (2021). Green, blue or black, but washing—What company characteristics determine greenwashing?. *Environment, Development and Sustainability*, 1-22.
- [17] Munaier, C. G. E. S., Miyazaki, F. R., & Mazzon, J. A. (2022). Morally transgressive companies and sustainable guidelines: seeking redemption or abusing trust?. *RAUSP Management Journal*, 57, 413-433. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-01-2022-0047>
- [18] Pimonenko, T., Bilan, Y., Horák, J., Starchenko, L., & Gajda, W. (2020). Green brand of companies and greenwashing under sustainable development goals. *Sustainability*, 12(4), 1679.
- [19] Mendoza, M. T. V., Lázaro, A. C. D. P., Ruiz, J. V. M., Osorio, L. F. V., & Obregón, G. M. (2022). Responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. *LLamkasun: Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 3(1), 29-37.
- [20] Ccarhuaypiña Araujo, C. (2022). Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa de la Refinería Conchan-Empresa Petroperú-SA-Lurín, Lima.
- [21] Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g)
- [22] Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). [Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business]. *Alternatives Journal*, 25(4), 42-43. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/cannibals-with-forks-triple-bottom-line-21st/docview/218750101/se-2>
- [23] Freeman, R. & Mcvea, John. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.263511.
- [24] Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- [25] DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (2004). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. En *Advances in Strategic Management* (pp. 143–166). Emerald (MCB UP ). [https://doi.org/10.1016/s0742-3322\(00\)17011-1](https://doi.org/10.1016/s0742-3322(00)17011-1)
- [26] Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information—a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and business research*, 29(1), 21–41. <https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729564>
- [27] Purnamawati, I. G. A., Yuniarta, G. A., & Jie, F. (2023). Strengthening the role of corporate social responsibility in the dimensions of sustainable village economic development. *Heliyon*, 9(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15115>
- [28] Bielawska, A. (2022). Socially responsible activity of micro-, small-, and medium-sized enterprises—benefits for the enterprise. *Sustainability*, 14(15), 9603. <https://doi.org/10.3390/su14159603>
- [29] Muhammad, M. R. (2021). Corporate social responsibility (CSR): Evaluating/auditing corporate social responsibility (CSR) practices. *Journal of Economic and Social Thought*, 8(4), 141-156. <https://doi.org/10.1453/jest.v8i4.2261>
- [30] Nemes, N., Scanlan, S. J., Smith, P., Smith, T., Aronczyk, M., Hill, S., Lewis, S. L., Montgomery, A. W., Tubiello, F. N., & Stabinsky, D. (2022). An Integrated Framework to Assess Greenwashing. *Sustainability*, 14(8), 4431. <https://doi.org/10.3390/su14084431>
- [31] Schumacher, K. (2022). Environmental, social, and governance (ESG) factors and green productivity: The impacts of greenwashing and competence greenwashing on sustainable finance and ESG investing. *APO Productivity Insights*, 2, 11.
- [32] Yu, E. P. yi, Luu, B. Van, & Chen, C. H. (2020). Greenwashing in environmental, social and governance disclosures. *Research in International Business and Finance*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101192>
- [33] Siano, A., Vollero, A., Conte, F., & Amabile, S. (2017). “More than words”: Expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal. *Journal of Business Research*, 71, 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.002>
- [34] Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87. <https://doi.org/10.1525/cm.2011.54.1.64>