



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Responsabilidad social como estrategia de competitividad y sostenibilidad
en las empresas de El Oro.**

**PESANTEZ MOROCHO JAMILETH ALEXANDRA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**BARRIGA ROJAS NICOLE SALOME
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Responsabilidad social como estrategia de competitividad y
sostenibilidad en las empresas de El Oro.**

**PESANTEZ MOROCHO JAMILETH ALEXANDRA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**BARRIGA ROJAS NICOLE SALOME
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Responsabilidad social como estrategia de competitividad y
sostenibilidad en las empresas de El Oro.**

**PESANTEZ MOROCHO JAMILETH ALEXANDRA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**BARRIGA ROJAS NICOLE SALOME
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

**MACHALA
2021**

Proyecto Integrador

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

es.scribd.com

Fuente de Internet

1%

2

roderic.uv.es

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.uigv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

1library.co

Fuente de Internet

1%

5

www.munayi.ulead.edu.ec

Fuente de Internet

1%

6

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

7

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

repositorio.unemi.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

9

www.arje.bc.uc.edu.ve

Fuente de Internet

<1%

10	opac.pucv.cl Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	moam.info Fuente de Internet	<1 %
13	fundacionkoinonia.com.ve Fuente de Internet	<1 %
14	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	<1 %
15	www.europapress.es Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, PESANTEZ MOROCHO JAMILETH ALEXANDRA y BARRIGA ROJAS NICOLE SALOME, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Responsabilidad social como estrategia de competitividad y sostenibilidad en las empresas de El Oro., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



PESANTEZ MOROCHO JAMILETH ALEXANDRA

0750258428



BARRIGA ROJAS NICOLE SALOME

1105112435

TEMA:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS DE EL ORO.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Objeto del Problema

Cohen y Gómez (2019) detallan que el objeto de una investigación es aquella intersección que se da entre el dilema a indagar mediante un proceso investigativo y las definiciones y relaciones que le dan sentido al objeto y por ende un mejor entendimiento. De igual forma mencionan que este se basa en el conocimiento ya existente para cuestionar el porqué de un objeto de investigación y por qué no otro. Por lo cual, el objeto de esta investigación son las competitividad y sostenibilidad en las empresas.

Según Ibarra et al., (2017) la competitividad de una organización se encuentra dentro de una línea de investigación muy significativa, puesto que las mejores estrategias para mejorar la competitividad son las estrategias de sostenibilidad por ende es necesario definirla, como menciona Ortiz (2019) en su artículo, la sostenibilidad empresarial se basa en la cultura ecológica debido a su enfoque directamente relacionado con el ambiente, la energía, la ética y con la responsabilidad social corporativa y forma parte de la gestión estratégica de una organización así como de los resultados relacionados con la responsabilidad social y la gestión de calidad de los recursos humanos.

1.2 El problema de investigación

Con base en Espinoza (2019) el problema de una investigación trata de un dilema ya existente, que a través de una indagación del tema se ofrece una posible solución. El significado de este tema se fundamenta a que el investigador debe facilitar una solución factible por medio de un proceso investigativo que otorga solución al problema.

Por otro lado, se cree necesario conceptualizar el tema de responsabilidad social para así tener un mejor entendimiento sobre la problemática que tiene esta investigación. Navarro et al., (2017) mencionan que la RSE es comprendida como la técnica de otorgar respuestas a los hechos del bien común, además los autores mencionan que la RS es aquel conjunto basado en conductas de moral y ética del ser humano que permiten alcanzar las necesidades propias del individuo y la de los demás.

1.3 Justificación

Para la realización del proyecto integrador se eligió el tema de “La responsabilidad social como estrategia de competitividad y sostenibilidad en las empresas de el Oro”, debido al impacto que trae consigo la responsabilidad social dentro de las organizaciones, debido a que se toma en cuenta la relación costo beneficio. Este tema es desafiante puesto que se encarga de cumplir a cabalidad con todas las demandas de los stakeholders tomando en cuenta los principios legales y éticos, además del cumplimiento de los objetivos económicos (Camacho, 2015).

Además, el tema a investigar se ajusta con el perfil profesional de la carrera de Administración de empresas, ya que la responsabilidad social es un tema que se encuentra inmerso en los nudos problematizadores que existen dentro de la línea de investigación del desarrollo económico empresarial, donde una de las áreas temáticas se encuentra la administración, todo esto bajo el dominio de investigación de la Universidad Técnica de Machala enfocado en la Economía, Empresas y productividad (EEP).

1.4 Objetivos de la Investigación.

Corona et al., (2017) establecen en su artículo un adecuado planteamiento de objetivos de investigación puesto que al redactarlos se toma en cuenta que deben ser claros, precisos y concisos para un mejor entendimiento, además mencionan requisitos y aspectos a considerar los cuales son; relación con el problema de estudio, tiene que iniciar con un verbo en infinitivo y necesariamente haber un objetivo o puede redactarse objetivo general y específico.

1.4.1 Objetivos general.

Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la competitividad y sostenibilidad de las empresas del Oro.

1.4.2 Objetivos específico

- Identificar el compromiso que tienen las empresas con respecto a la responsabilidad social
- Establecer la relación entre la competitividad y la responsabilidad social aplicada dentro de las empresas de El Oro

- Analizar las estrategias que permiten que la responsabilidad social convierta a las empresas competitivas y sostenibles.

CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 Responsabilidad social

Meibol et al., (2017) plantean que la RS se define a aquellos comportamientos de todos los miembros de una organización y la participación voluntaria de una empresa en la resolución de problemas tanto sociales como ambientales. Para Altamirano et al., (2015) la responsabilidad social es inclusiva, progresiva y proporcional al tamaño de la empresa, mencionan también que la globalización y la demanda son factores que influyen mayormente en la implementación de estrategias nuevas. De la misma forma la RSE busca aportar al desarrollo humano de forma sostenible mediante compromisos, confianza en los colaboradores, sus familias y en general la sociedad para mejorar el capital y la calidad de vida de la comunidad.

La responsabilidad social corporativa se define como una combinación de acciones voluntarias que incorporan las empresas a sus políticas y como estas se relacionan con los grupos que integran a la sociedad (Morell, 2019). Antelo y Robaina (2015) afirman que permite el crecimiento estable y coherente de las empresas en las que todos los colaboradores participan activamente, mediante procesos organizados y bien estructurados. También considera el entorno social, económico, legal e inclusive el político, que se adaptan a la naturaleza del mercado y al marco regulatorio existente tomando en cuenta cómo la empresa u organización esté satisfaciendo las necesidades y demandas de sus clientes.

2.2 Importancia en las empresas

Para las organizaciones la RSE es un término que ha tomado un papel muy importante a la hora ejecutar actividades sustentables (Salas, 2018). Esto se puede evidenciar debido a la constante innovación y cambios con conciencia moral en busca del bienestar común y reducción de los impactos ambientales que puedan ocasionar las actividades de las empresas. Por otra parte, García y Pérez (2014) señalan que la responsabilidad social tiene notoriedad en los beneficios de su implementación, como el incremento del compromiso, productividad de los colaboradores y rentabilidad a largo plazo que se puede obtener con la implementación de medidas socialmente responsables. De igual modo Carbal, et al., (2016) coinciden que se genera una ventaja competitiva mejorando

la imagen y reputación, convirtiendo a las organizaciones en empresas más atractiva para los grupos de interés.

2.3 Competitividad

Según Saltos et al., (2018) la competitividad determina el nivel de desempeño en un mercado o entorno orientado a incrementar las ganancias en la economía, fortaleciéndose tanto el sector público como privados especialmente en lo que respecta a los esfuerzos en el área de estrategias comerciales y tecnológicas. En cambio, Otero et al., (2018) mencionan que es un elemento definitorio del desarrollo, resultado de la interacción de diversos factores, tanto externos como internos, que a su vez influyen en las actividades y dinámicas de cada empresa.

Grijalva y Fernández (2020) establecen una relación entre la competitividad y la RSC, puestos que la unión de estos términos crea una alianza donde se fortalecen las relaciones duraderas, así como las funciones organizativas, las responsabilidades con los socios y las comunidades animando a cada individuo a participar en las acciones de estas organizaciones. Así mismo, en los negocios, la creación de valor es cada vez más importante para la supervivencia en el mercado actual (Avellán, 2019). Por lo cual la aplicación estratégica de la responsabilidad social podría permitir cumplir con los objetivos de las empresas mejorando la competitividad.

2.4 Sostenibilidad

González et al., (2020) manifiestan que la responsabilidad social corporativa significa cumplir con los estándares internacionales y con la ética, lo cual promueve a un desarrollo sustentable. Según Hugo et al., (2018) la sostenibilidad está representada por quienes contribuyen a la conservación del medio ambiente proporcionando bienes o servicios que tengan un impacto positivo para apoyar el desarrollo territorial mediante la integración de buenas prácticas económicas, sociales y ambientales.

Por otro lado Tapia et al., (2018) mencionan que la sostenibilidad es una perspectiva empresarial que tiene como objetivo crear valor a largo plazo para los accionistas y otros grupos de interés a través de una gestión objetiva: el crecimiento de la economía, la sociedad y el ecosistema, en un entorno empresarial cambiante y competitivo con lo cual se puede relacionar a la RSE de la empresa que busca mejorar la calidad, la innovación y la productividad para crear una ventaja competitiva en la previsión de riesgos, la gestión y las oportunidades actuales y futuras.

2.5 Prácticas de RSE en las empresas ecuatorianas

De acuerdo con Villacís et al., (2016) la RSE es tomada como estrategia organizacional dado a que esta ayuda a los grupos de interés o también conocidos los stakeholders, de la misma forma consideran que es tomada como una herramienta de sostenibilidad. Ecuador también es uno de los países que ha implementado la RSE con el fin de obtener un ambiente sano y sobre todo demostrar a los ecuatorianos que tan socialmente responsable pueden ser las empresas y retribuir a la sociedad.

Según Pérez et al., (2016) la búsqueda de intereses económicos debe contribuir a desarrollar metas nuevas con relación al campo de socialmente responsable, la protección del entorno ambiental, así como el conservar del patrimonio de la humanidad, pueden tener una perspectiva diferente puesto que se enfocara como estrategia a la economía y al campo social. Vega et al., (2019) mencionan que en la actualidad existen problemas sociales incontrolables que afectan fuertemente a los individuos, obligando a las grandes empresas a desarrollar estrategias para revertir las posibles consecuencias que pueden afectar a la sociedad.

2.6 Principios de la RS

Los diez principios universales estratégicos de la Responsabilidad Social se encuentran agrupados en cuatro ejes en los cuales intervienen los Derechos, A continuación se mencionan cada uno de los principios establecidos en el Global Compact (Ibarra A. , 2014):

- Principio 1: amparo de todos.
- Principio 2: no permitir la complicidad.
- Principio 3: derecho a la independencia y agradecimiento.
- Principio 4: no permitir el trabajo forzado.
- Principio 5: no al Trabajo Infantil.
- Principio 6: promover la eliminación de actitudes clasistas.
- Principio 7: acogida de normas que excluyen el deterioro ambiental.
- Principio 8: promover acciones ecoamigables en las empresas.
- Principio 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicas.
- Principio 10: Fomentar la Lucha para no permitir acciones de cohecho.

2.7 Dimensiones y líneas estratégicas de la RSE

La responsabilidad social cuenta con dos dimensiones generales de actuación para una empresa, siendo estas, la interna; que hace referencia a las prácticas que le conciernen a la organización y están enfocadas tanto a los trabajadores como a la gestión interna, dentro de esta dimensión se pueden encontrar otras categorías que la conforman, como en la aplicación de prácticas éticas y morales que permiten cumplir con lo establecido en la ley. Externa; que obedece a mitigar externalidades negativas y toma en cuenta los beneficios de colaboradores, proyección a familias, a la comunidad y a nivel nacional o regional (Gallardo, 2019).

Por otro lado, también se comprende algunas generalidades estratégicas que no son iguales en todas las empresas existentes, además explican la presencia de responsabilidad social empresarial de todas las actividades de la institución, como lo son; las acciones morales y de gobernanza, forma de convivir en la organización, la alineación con las necesidades del entorno social y ambiental para que esto se vea reflejado en los beneficios que obtendrá la empresa y sus alrededores (Alzate, 2019).

CAPITULO III: METODOLOGIA DEL PROYECTO

3.1 Metodología del proyecto

García y Sánchez (2020) determinan que el diseño de investigación comprende todos aquellos métodos y técnicas que un investigador elige para una combinación racional y lógica que permita resolver eficazmente el problema de dicha investigación. Según Sáenz et al., (2016) mencionan que existen dos tipos de procesos de investigación: el primero es cualitativo es decir que las cualidades del objeto a investigar se presentaran de forma no cuantificada y la segunda es cuantitativo que a diferencia de la anterior expresa las cualidades o fenómenos del objeto en unidades contables. Y según el alcance dentro de un proceso de investigación cuantitativa se encuentra el exploratorio, descriptivo, relacional, explicativo, predictivo y aplicativo. Además, se pueden identificar varios puntos de vista con respecto a las investigaciones (Ortega, 2017).

El proceso de esta investigación fue Cuantitativa, es por ello que se vio necesario conceptualizar los diferentes alcances en los que se basa: explicativo, se caracteriza en dar sus pasos a seguir de forma concreta, también pretende dar justificación al problema de investigación presentado, dando a conocer sus características y el porqué de ello. Por

último, correlacional que nace de la necesidad de generar una hipótesis donde se plantee una relación entre dos o más variables que pretenden dar un resultado (Ramos, 2020).

Por lo tanto, la metodología implementada tiene alcance de investigación descriptiva, explicativa y correlacional, puesto que consiste en la búsqueda de información que permite establecer la relación entre estrategias, sostenibilidad y competitividad de una empresa, así como la identificación de su importancia e incidencia de la implementación de responsabilidad social para finalmente mejorar las estrategias de las empresas y por ende tener mayor rentabilidad. Según Hernández et al., (2014) la investigación es transeccional, descriptivo y correlacional, pues se caracteriza en la recolección de datos en un solo tiempo.

La parte de una totalidad es conocida como muestra, esta se determina mediante la aplicación de una fórmula que en este caso fue de población finita. Las formas más viables para realizar la implantación de instrumentos de evaluación como en el caso de las encuestas ya que no es necesario evaluar a toda la población si no solo a una parte de ella, reduciendo el costo y tiempo recolección de los datos (Santabárbara, 2021). Según Hernández et al., (2019) mencionan que aquella muestra debe abarcar un número significativo de semejanzas del universo total a estudiar.

Por otro lado, Otzen y Manterola (2017) especifican que la muestra dada por conveniencia le brinda al investigador la posibilidad de solo incluir en la investigación aquellos pasos accesibles, pues los sujetos de investigación se eligen porque son fáciles de reclutar. El muestreo conveniente, es uno de los más comunes de todos los métodos de muestreo debido a que algunos investigadores prefieren este método de muestreo porque es rápido, económico, sencillo y, sobre todo, por la disponibilidad de la muestra.

De acuerdo con datos tomados de la SUPERCIAS en la provincia de El Oro se encontraron activas 2.540 empresas entre pequeñas, medias y grandes. Para la realización de la encuesta inicialmente se utilizó una fórmula para población finita, en la cual se obtuvo un total de 334 empresas, mismas que fueran encuestadas mediante correos electrónicos y de las cuales solo se obtuvieron 14 respuestas, motivo por el que se tomó la decisión de cambiar el tipo de muestra a una por conveniencia, dando por lo tanto solo 14 empresas como encuestadas. Con respecto al análisis de los datos obtenidos con el instrumento, como técnicas se aplicaron estudios de correlación para determinar las relaciones entre las variables y su significancia estadística.

3.2 Instrumentos de la recolección de datos

Hernández et al., (2014) mencionan que al recolectar los datos se establece una vez definido el diseño de investigación, seguido de esto se recolecta información de las variables a investigar tomando en cuenta su definición, cualidades y demás para tener información clara y concisa, para ello se toma en cuenta: de donde tomar la información, donde buscar específicamente la información, establecer un método de recolección y analizar los datos para finalmente presentarlos resolviendo el problema inicial.

Las técnicas de recolección de datos según Hernánde y Duana (2020) son empleadas por el proceso de investigación cuantitativa pueden ser: cuestionario anteriormente estructurado llamado encuesta, charla que se da entre una o más personas con la finalidad de obtener información, estudiar el problema por medio de la observación, entre otras. La utilización de cualquiera de estos instrumentos de recolección de datos tiende a ser confiable y objetiva puesto que presenta información real, en caso de no ser así los resultados que se presenten no tendrán ningún tipo de validez en la investigación puesto que estos no tuvieron información válida. El instrumento de recolección de información para esta investigación fue dada por medio de una aplicación de encuestas a una muestra por conveniencia a las empresas de El Oro.

Para la realización de la encuesta se tomó en cuenta la estructurada por González et al., (2017) consideraron las variables de una forma categórica a través de un previo análisis de su definición. Se crearon varias preguntas relacionadas a los objetivos de esta investigación, el tipo de preguntas aplicadas fueron, cerradas dicotómicas y categóricas usando la escala tipo Likert. La aplicación de las escalas tipo Likert permitirá a la persona encuestada señalar si está en acuerdo o desacuerdo con la pregunta establecida mediante una sucesión ordenada donde la mitad de la escala tiene una postura acorde y la otra en contra de la actitud a medir (Matas, 2018). Y por último están las preguntas cerradas dicotómicas que presentan dos opciones de respuesta para las personas a encuestar las cuales son: sí y no.

La aplicación de estos tipos de preguntas permitirá tener información clara y concisa de la muestra, así mismo la aplicación de una encuesta ayuda a la investigación a evaluar sus variables en un nivel ordinario de medición, a través de un conjunto anteriormente estructurado de preguntas y respuestas el cual se entregara a las empresas a encuestar

para así conocer el nivel de conformidad que tiene en cuanto a las preguntas presentadas para finalmente analizar los datos obtenidos y presentar los resultados.

Según Reguant et al., (2018) el tipo y la fuerza de las correlaciones que existen entre pares de variables se pueden medir mediante diferentes métodos estadísticos como lo son las tablas cruzadas mediante las cuales se realiza un desglose completo, compuesto tanto de filas como de columnas que permiten analizar y medir la interacción entre dos variables. Las tablas presentan las preguntas y las respuestas de la encuesta en las filas o eje x. Al mismo tiempo, las variables a relacionar se ven representadas en las columnas o eje y, esto facilita la identificación de diferentes patrones, tendencias y correlaciones entre los parámetros del estudio.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DESARROLLO

Para el desarrollo y resolución de los objetivos tanto general como específicos de esta investigación, se tomaron en cuenta seis preguntas las cuales son; ¿Qué tanta influencia tiene la RSE en el crecimiento de la empresa?, ¿Qué tan comprometida se encuentra la empresa con el Responsabilidad Social Empresarial?, ¿La competitividad de la empresa es potenciada por el cumplimiento y práctica de responsabilidad social empresarial?, ¿A qué estrategias de RSE se acoge la empresa que le permita tener crecimiento empresarial?, ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social? y ¿Cómo cree que afecta la RSE en la rentabilidad de la empresa?, siendo las dos últimas preguntas las que se relacionaron mediante tablas cruzadas.

4.1 Análisis de resultados

Tabla 1 ¿Qué tanta influencia tiene la RSE en el crecimiento de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Demasiada	1	9,1	9,1	9,1
Mucha	4	36,4	36,4	45,5
A medias	4	36,4	36,4	81,8
Poca	2	18,2	18,2	100,0
Total	11	100,0	100,0	

De acuerdo con los datos obtenidos de la tabla, existe una igualdad significativa en la influencia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial puesto que los encuestados indicaron que tiene a medias y mucha influencia en el crecimiento de la empresa.

Tabla 2: ¿Qué tan comprometida se encuentra la empresa con el Responsabilidad Social Empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente comprometida	4	36,4	36,4	36,4
Bastante comprometida	2	18,2	18,2	54,5
Media comprometida	2	18,2	18,2	72,7
Poco comprometida	3	27,3	27,3	100,0
Total	11	100,0	100,0	

Los datos que presenta la tabla indicaron que la mayoría de las empresas encuestadas se encuentran totalmente comprometidas con el actuar de forma responsable del sector empresarial.

Tabla 3: ¿La competitividad de la empresa es potenciada por el cumplimiento y práctica de responsabilidad social empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	5	45,5	45,5	45,5
De acuerdo	3	27,3	27,3	72,7
Indeciso	2	18,2	18,2	90,9
En desacuerdo	1	9,1	9,1	100,0
Total	11	100,0	100,0	

La mayoría de las empresas encuestadas se encuentran totalmente de acuerdo con que la competitividad de las empresas es potenciada por el cumplimiento y practica de responsabilidad social, mientras que el 18% se encuentra indeciso.

Tabla 4: ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?* ¿Cómo cree que afecta la RSE en la rentabilidad de la empresa? tabulación cruzada

			¿Cómo cree que afecta la RSE en la rentabilidad de la empresa?		Total
			De forma positiva	De forma negativa	
¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?	Si	Recuento % dentro de ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?	8 88,9%	1 11,1%	9 100,0%
	No	Recuento % dentro de ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?	0 0,0%	2 100,0%	2 100,0%
Total		Recuento % dentro de ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?	8 72,7%	3 27,3%	11 100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

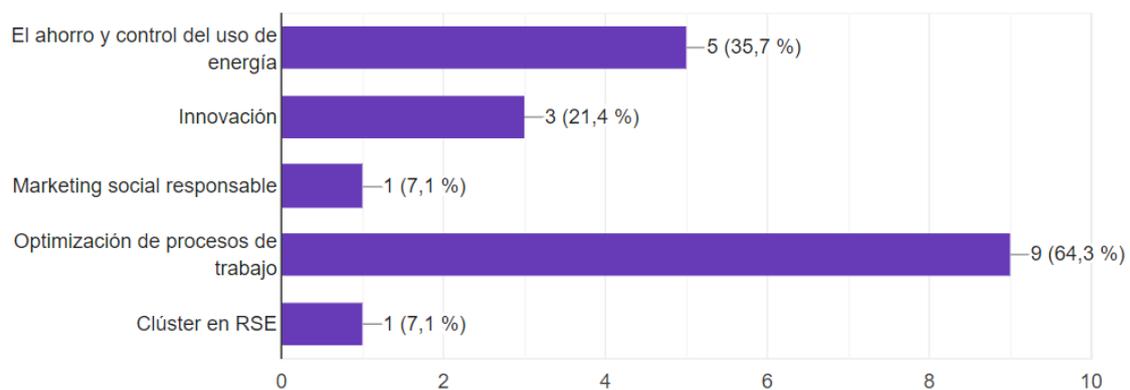
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	6,519 ^a	1	,011		
Corrección de continuidad ^b	2,807	1	,094		
Razón de verosimilitud	6,612	1	,010		
Prueba exacta de Fisher				,055	,055
Asociación lineal por lineal	5,926	1	,015		
N de casos válidos	11				

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,55.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Según los datos, las tablas indican que todas aquellas empresas que implementan estrategias de responsabilidad social empresarial les afecta de forma positiva en la rentabilidad de la misma. La relación de estos dos ítems tiene un nivel de confianza de 0,011 lo cual quiere decir que está dentro del valor aceptado.

Grafico1: ¿A qué estrategias de RSE se acoge la empresa que le permita tener crecimiento empresarial?



Basado en los resultados presentados en el gráfico de barras, el mayor porcentaje índice dado en las encuestas permitió identificar que la estrategia de RSE que le permite tener crecimiento a la empresa; es la optimización de procesos de trabajo, puesto que, a mayor producción, mayor rentabilidad y le sigue con un porcentaje del 35,7% el ahorro y control del uso de energía.

4.2 Valoración de la Factibilidad:

Dimensiones Técnica

Los estudios técnicos son necesarios en los proyectos ya que es donde se estudia la ubicación y tamaño óptimo del mismo, por tanto, se describen todos los factores que influyen en el mejor desarrollo, determinación de la localización, dimensionamiento adecuado y de seleccionar tantos modelos técnicos como de gestión, ideales que sean claramente coherentes con las limitaciones financieras para el desarrollo de actividades (Echeverría, 2017).

Dentro de la realización de esta investigación se determinó mediante la presente dimensión la ubicación dentro de la cual se efectuará el estudio, resultando esta como la provincia de El Oro, lugar del cual se obtuvieron los datos de las empresas con respecto a la aplicación de Responsabilidad social empresarial, que permitan cumplir con la

resolución del trabajo investigativo. Bajo estas premisas el proyecto cumple plenamente una factibilidad técnica.



Imagen facilitada por (Campoverde, 2013)

Dimensiones Económica

La dimensión económica de un proyecto según Gómez et al., (2018) tiene gran importancia, puesto que al hacer un análisis general de las condiciones le permite al mismo tener certeza para realizar elecciones correctas a la hora de elegir entre algunas opciones. Las herramientas más utilizadas para hacer un análisis financiero son: el VAN, la tasa interna que indica el retorno de la inversión, el periodo de recuperación así como el índice de benéficos a obtener y finalmente la relación B/C; todos estas herramientas permiten tomar la decisión de aprobar o desaprobar la realización de un proyecto. En la presente investigación Pérez et al., (2016) mencionan que la orientación de la RSC en el ámbito empresarial no se encuentra enfocada exclusivamente a la obtención de beneficios financieros, sino también de incluir en su atmosfera a los actores internos y externos, puesto a que los buenos rendimientos económicos le permitirán a la empresa tener sostenibilidad.

Dimensiones Social

Gómez et al., (2018) indican que la dimensión social se relaciona con aspectos que determinan y caracterizan la forma de vida de los habitantes de un determinado entorno

ya que la implementación de un proyecto puede implicar una modificación del contexto social y escenarios existentes, que pueden ser positivos o negativos. Por otro lado, el énfasis está en cambiar el vivir diario de la gente, mediante participación de empresas en el cambio social y desde esta perspectiva, la ciudadanía es un factor clave mediante el cual se encuentra la resolución para superar cualquier cohesión existente en la sociedad y promover el desarrollo sostenible (Gámez, 2015).

En el presente proyecto, se realiza un enfoque mediante la aplicación y estudio de responsabilidad social corporativa ya que, en ella, se agrupan las organizaciones con el fin de beneficiar a todo lo que las rodea, lo cual sirve para generar más empleos, así como garantizar el cumplimiento de salarios dignos y beneficios que contribuyen al desarrollo de las comunidades, especialmente aquellas en las que se lleva a cabo las actividades de comercio de las organizaciones.

Dimensiones Ambiental

La dimensión ambiental de acuerdo con Ortiz y Alejandre (2020), no solo consiste en recibir los lemas ambientalistas, sino que también contempla el transformar de la forma de vida en la actualidad y comportamientos que no benefician al medio ambiente y que no procuraran resguardar la naturaleza. En aporte a esta dimensión Ormazza et al. (2020) mencionan que la RSE es concebida por todas las empresas del mundo con el fin de observar si existe tributo a la sostenibilidad; también mencionan que la RSE ha ido evolucionando a través de la aplicación de una visión de comprender a la empresa desde una perspectiva interna y que además, introduce criterios que sobrepasan lo económico, puesto que interviene la dimensión social y ambiental.

4.3 Contrastación Teórica de Resultados

En la RSE se contempla la relación con la sociedad como un elemento fundamental puesto que las empresas actualmente son percibidas en la sociedad por aspectos sociales como la globalización, la contribución a la sociedad, la conciencia de los impactos ambientales y la implementación de prácticas socialmente responsables, para que tengan más probabilidades de crecimiento (Palacios, 2019). Lo cual coincide con lo obtenido en el estudio, donde se comprobó que el termino RSE tiene mucha influencia en el crecimiento de las empresas, más en aquellas en las que se halló que están totalmente comprometidas con la RSC.

Actualmente las organizaciones entienden que las estrategias competitivas a seguir dentro de las mismas, no deben fundamentarse en temas que tengan que ver con; la desvalorización del medio ambiente, ni con el acoso a los trabajadores y mucho menos con vulnerar los DDHH (Derechos Humanos); sino que, debe fundamentarse en lo contrario, puesto que al respetar dichos temas la empresa estaría siendo mucho más competitiva porque la Responsabilidad Social Empresarial es tomada como un movimiento estructural que cambia a la empresa (Castro, 2017). Lo cual concuerda con los datos encontrados en la investigación, que establecen que la competitividad de las empresas es potenciada por el cumplimiento y práctica de responsabilidad social.

Según los datos proporcionados por las encuestas realizadas a las empresas del Oro; concuerdan que la implementación de estrategias de RSE afectan de forma positiva en la rentabilidad de las mismas. Lo cual tiene concordancia con los resultados de la investigación de Gil (2016) ya que sostienen que la Responsabilidad Social Empresarial en la cual la empresa invierte; tiene un impacto positivo en los beneficios de la organización, los cuales se ven reflejados en el aumento de su rentabilidad económica, aunque no es indispensable para este indicador. Por otro lado, Saltos y Velázquez (2019) contrastan que la incorporación de estas estrategias se presenta como ventaja competitiva generando mayor utilidad.

Rincón et al., (2018) determinaron que la mayoría de las empresas implementan marketing social como una estrategia de RSE, la cual se podría interpretar como estrategia genérica ya que se enfoca en públicos externos, es decir, lo que rodea a la organización y en una menor frecuencia; al clúster en responsabilidad social empresarial. Lo cual no concuerda con los resultados expuestos, dado que, estos muestran a la optimización de procesos de trabajo y el ahorro y control del uso de energía, como estrategias con mayor porcentaje que les han permitido tener crecimiento empresarial.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se determinó que la responsabilidad social si mantiene incidencia en la competitividad y sostenibilidad de las empresas del Oro, puesto que, aquellas empresas que son responsables socialmente y que han adoptado estrategias de RSE tienen un impacto positivo en los beneficios luego de implementarlas. Así mismo, se midió la influencia, resultando que es alta con relación en el ámbito competitivo y sostenible.

Mediante la información proporcionada por las empresas encuestadas de El Oro; se pudo identificar que tan comprometidas se encuentran las organizaciones con la RSE, dando como resultado que tienen un total compromiso con ella; puesto que la responsabilidad social empresarial busca el bienestar común, reducción de impactos ambientales y también en la constante innovación, permitiéndole a la empresa ser más responsable con la realización de sus actividades.

Se estableció que, si existe relación entre la competitividad y la responsabilidad social dentro de las empresas, ya que el cumplimiento y práctica de RSE forma parte de una implementación que no solo beneficia a la comunidad y grupos de interés, si no, también permite que la empresa mediante su muestra de compromiso con el entorno en el cual se desenvuelve; adquiera beneficios para su empresa, tales como mejorar la competitividad y sostenibilidad de la misma.

Se analizaron las estrategias que permiten que la RSE convierta a las empresas en organizaciones competitivas y sostenibles dentro del mercado actual, dando a la optimización de procesos de trabajo como la estrategia que se ve involucrada en ello. Además, por medio del análisis investigativo se puede concluir que las empresas optan por diversas estrategias como es el caso de la utilización de marketing social, tomando en cuenta las líneas estratégicas.

5.2 Recomendación

Se recomienda a las empresas seguir aplicando la responsabilidad social, puesto que esto les permitirá tener mayores lasos con sus stakeholders, mejorar su credibilidad y por ende su reputación de la organización. También deben apoyar proyectos que permitan el mejoramiento y desarrollo social, medioambiental y económico reflejando cual es el compromiso que tiene la organización con cada uno de los factores, tomando en cuenta tanto a los internos como externos que se han involucrados en estos procesos.

Se recomienda a las empresas mantener un total compromiso con la responsabilidad social empresarial, que ha permitido beneficiar a la comunidad, el medio ambiente, al clima laboral y a su vez impulsar la innovación que les permite mantenerse atractivas frente a sus stakeholders tales como; empleados, gerentes, socios, proveedores, sociedad, acreedores y finalmente los clientes.

Como recomendación se puede indicar que aquellas empresas que aún no cumplen con la responsabilidad social empresarial, deberían analizar la idea de implementación de la misma no solo como una obligación, si no como un cambio de paradigmas y de estrategias que además de dar resultados positivos en el crecimiento económico de la organización, permitirán mostrar el interés con el entorno al tomar conciencia del accionar mediante programas eficientes de RSE que permitirán mantener la sostenibilidad a corto y largo plazo.

Se recomienda a las empresas continuar con las estrategias de responsabilidad que generan un beneficio real tanto interno como externo e incrementar aquellas estrategias orientadas al cuidado del medio ambiente, puesto que para lograr el desarrollo de un buen plan de estrategias se debe fundamentar en la preocupación genuina que se tiene por el entorno ya que si solo se enfocan en obtener mayor rentabilidad mediante un compromiso ficticio por encima de los objetivos ambientales y sociales se puede perjudicar la reputación de la organización. También se recomienda continuar con el estudio del tema abordado en esta investigación, extendiéndose hacia la búsqueda de diferentes estrategias RSE en las que se basan las empresas para ser más competitivas y por ende ser sostenibles, dado a que esta investigación no pudo cubrir con la totalidad de la muestra original, debido a la emergencia sanitaria (COVID-19) por la cual se encuentra atravesando el país y el mundo entero.

5.3 Referencias

- Altamirano, A., Rendón, A., & Sánchez, A. (2015). Responsabilidad Social Corporativa: el caso de mutualista Pichincha. *Revista Ciencias Estratégicas*, 31-40. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151345259003.pdf>
- Alzate, A. (2019). La responsabilidad social y su relación con el éxito competitivo: una validación cultural del instrumento de medida. *Revista Chilena de economía y sociedad*. Obtenido de <https://rches.utem.cl/articulos/la-responsabilidad-social-y-su-relacion-con-el-exito-competitivo-una-validacion-cultural-del-instrumento-de-medida/>
- Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007
- Avellán, N. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial, su relación con la gestión del conocimiento y el capital intelectual. *Economía y Negocios UTE*, 26-37. doi:<https://doi.org/10.29019/eyn.v10i1.532>
- Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003
- Campoverde, C. (20 de Marzo de 2013). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot: <http://sedpgym-ecuador.blogspot.com/2013/03/impacto-de-la-minera-en-la-provincia-de.html>
- Carbal, A., Bustillo, M., & Rosales, C. (2016). Responsabilidad Social y Estrategia Organizacional en grandes empresas industriales de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 105-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5847011>
- Castro, A. (2017). La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las organizaciones empresariales. *Revista Innova ITFIP*, 78-89. Obtenido de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>

- Cohen, N., & Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?: la producción de los datos y los diseños*. Buenos Aires: Teseo. Obtenido de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf
- Corona, L., Hernández, M., & Corona, M. (2017). Algunas sugerencias prácticas para la formulación del problema científico y los objetivos en el proyecto de investigación. *MediSur*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2017000400019
- Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 172-188. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/836/pdf_604/3298
- Espinoza, C., Peralta, B., & Pérez, M. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial y su enfoque Ambiental: Una Visión Sostenible a Futuro. *Revista Universidad y Sociedad*(3), 169-178. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023
- Espinoza, E. (2019). El problema de investigación. *Conrado*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022
- Gallardo, D. (2019). Escala de medida de responsabilidad social en el contexto universitario: una triple visión basada en competencias, formación y participación del estudiante. *Estudios Gerenciales*, 159-177. doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.151.3138>
- Gámez, F. (2015). La dimensión social: Un proceso sinérgico en la interacción Universidad-Comunidad a través de la función de extensión. *Investigación y Postgrado*, 103-123. Obtenido de <http://ve.scielo.org/pdf/ip/v30n1/art06.pdf>
- García, J., & Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*. Obtenido de

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000600159&script=sci_arttext

- García, L., & Pérez, A. (2014). Responsabilidad empresarial, estrategia y ventaja competitiva en el sector bancario español. *Revista de dirección y administración de empresas*, 64-81. Obtenido de <https://ojs.ehu.es/index.php/rdae/article/view/13862>
- Gil, A. (2016). La relación de la RSC y el beneficio empresarial. ¿Ganan más las compañías más responsables? *Faedpyme International Review*, 60-71. doi:10.15558/fir.v5i8.107
- Gómez, C., Sánchez, V., & Fajardo, M. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *Contexto* 7, 57-64. doi:10.18634/ctxj.7v.0i.885.
- Gómez, C., Sánchez, V., & Fajardo, M. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *Revista Contexto*, 57-64. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/331231925_Los_proyectos_y_sus_dimensiones_una_aproximacion_conceptual
- González, D., Alvarado, C., & Marín, C. (2017). Diseño y Validación de una Encuesta para la Caracterización de Unidades de Producción Caprina. *Revista de la Facultad de Ciencias Veterinarias*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-65762017000200003
- González, M., Perez, & Perilla, R. (2020). Prospectiva, estrategia y sostenibilidad empresarial, trinomio clave en las organizaciones del futuro. *Revista Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p13.pdf>
- Grijalva, B., & Fernández, A. (2020). Responsabilidad social empresarial y competitividad en las clínicas de salud privadas de Quito, Ecuador. *Cooperativismo y Desarrollo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2020000200315
- Hernández, S., & Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 51-53. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/issue/archive>

- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, 75-79. doi:<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hugo, F., Flores, C., Peralta, A., & Lara, P. (2018). Sostenibilidad empresarial en relación a los objetivos del desarrollo sostenible en el Ecuador. *Revista Científica de Investigación actualización del mundo de las Ciencias*, 670-699. doi:<http://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/253>
- Ibarra , M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas Competitividad empresarial de las pequeñas Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, 51-82. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/851/85131029003.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038
- Meibol, L., Vasquez, C., Péres, J., García, E., & Scrich, A. (2017). Consideraciones teóricas acerca de la Responsabilidad social Empresarial en el contexto Ecuatoriano. *Espacios*, 20. Obtenido de revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p20.pdf
- Morell, E. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: una radiografía sobre la situación de los grandes contribuyentes del sector comercial de la Ciudad de Pilar. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 339-362. doi:10.18004/riics.2019.diciembre.339-362
- Navarro, G., Rubio, V., Lavado, S., & Minnicelli , A. (2017). Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*. Obtenido de

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-73782017000200005

- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519009>
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 145-146. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>
- Ortiz, K. (2019). Sustentabilidad como estrategia competitiva en la gerencia de pequeñas y medianas empresas en México. *Venezolana de Gerencia*, 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062051001/29062051001.pdf>
- Ortiz, M., & Alejandre, S. (2020). “La dimensión ambiental del desarrollo local desde el paradigma de la sostenibilidad. *Delos*, 1-16. Obtenido de <https://www.eumed.net/es/revistas/delos/vol-13-no-37-diciembre-2020/desarrollo-local>
- Otero, S., & Taddel, C. (2018). Competitividad de Empresas Familiares. *Interciencia*, 236-241. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33957240003>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.* Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Palacios, A. (2019). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 75-85. doi:<https://orcid.org/0000-0001-6117-220X>
- Pérez, M., Espinoza, C., & Peralta, B. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial y su Enfoque Ambiental: Una Visión Sostenible a Futuro. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023

- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *Ciencia America*. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Reguant, M., Vilà, R., & Torrado, M. (2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 45-60. doi:<http://doi.org/10.1344/reire2018.11.221733>
- Rincón, Y., Montoya, D., & Vélez, P. (2018). Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 79-94. doi:<https://10.17163/ret.n16.2018.06>
- Sáenz, J., Mero, J., & Suárez, N. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Dominio de las Ciencias*, 72-85. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802935>
- Salas, E. (2018). Responsabilidad Social en las Empresas y su Legislación en el Ecuador. *Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/responsabilidad-social-empresas.html>
- Salto, J., Carvajal, R., & Gánan, B. (2018). Factores determinantes de la competitividad: un análisis multivariante de la industria ecuatoriana. *Ciencia Digital*, 412-427. doi:<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i3.166>
- Salto, M., & Velázquez, R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la responsabilidad social empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 4. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/19404304.html>
- Santabárbara, J. (2021). Cálculo del tamaño de muestra necesario para estimar el coeficiente de correlación de Pearson mediante sintaxis en SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 1-7. doi:<https://doi.org/10.1344/reire2021.14.132565>
- Tapia, A., Gaviláñez, M., Jácome, S., & Balseca, J. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial: Un Desafío para la Sostenibilidad de las Empresas del Ecuador. *Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 68-89. doi:<https://orcid.org/0000-0001-8402-770X>

Vega, M., Mora, Z., & Ramirez, D. (2019). Responsabilidad social empresarial en las redes sociales. *Espacios*, 3. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n14/a19v40n14p03.pdf>

Villacís, C., Suarez, Y., & Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 452-466. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/295>

5.4 Anexos

The screenshot shows a Microsoft Word window titled "Proyecto 6.1 - Microsoft Word". The ribbon includes "ARCHIVO", "INICIO", "INSERTAR", "DISEÑO", "DISEÑO DE PÁGINA", "REFERENCIAS", "CORRESPONDENCIA", "REVISAR", and "VISTA". The "INICIO" ribbon is active, showing font settings (Arial, size 12) and paragraph styles (Normal, Sin espa..., Título 1, Título 2, Puesto, Subtítulo, Énfasis sutil). The document text reads:

en recibir los lemas ambientalistas, sino que también contempla la necesidad de un cambio total de estilo de vida y de los comportamientos frente a los recursos naturales y a los paradigmas de la sociedad actual y futura. En aporte a esta dimensión Ormazza et al. (2020) mencionan que la RSE es concebida por todas las empresas del mundo con el fin de observar si existe tributo a la sostenibilidad; también mencionan que la RSE ha ido evolucionando a través de la aplicación de una visión de comprender a la empresa desde una perspectiva interna y que además, introduce criterios que sobrepasan lo económico, puesto que interviene la dimensión social y ambiental.

4.3 Contrastación Teórica de Resultados

En la RSE se contempla la relación con la sociedad como un elemento fundamental puesto que las empresas actualmente son percibidas en la sociedad por aspectos sociales como la globalización, la contribución a la sociedad, la conciencia de los impactos ambientales y la implementación de prácticas socialmente responsables, para que tengan más probabilidades de crecimiento (Palacios, 2019). Lo cual coincide con los resultados obtenidos de la investigación, donde se pudo comprobar

On the right side, there is a video call window showing two participants: Nicole Barriga and Jamileth Pesantez. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, taskbar icons, system tray with weather (25°C Nublado), time (16:18), and date (9/9/2021).

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la competitividad y sostenibilidad de las empresas del Oro para conocer si la implementación de responsabilidad social se puede convertir en una estrategia que permita a las empresas ser competitivas y sostenibles

1. **¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social?**
SI () NO ()
2. **¿Qué tan comprometida se encuentra la empresa con el RSE?**
() Totalmente comprometida
() Bastante comprometida
() Media comprometida
() Poco comprometida
() Nada comprometida
3. **¿Qué tanta influencia tiene la RS en el crecimiento de la empresa?**
() Demasiada
() Mucha
() A medias
() Poca
() Nada
4. **¿Cómo cree que afecta la RSE en la rentabilidad de la empresa?**
() De forma positiva
() De forma negativa
5. **¿La empresa cuenta con un programa de capacitación para los colaboradores, brinda condiciones de trabajo saludables y seguras?**
Si () No ()
6. **¿La empresa lleva a cabo proyectos sociales e identifica con la comunidad sus problemas y aporta en la solución? ¿La empresa se involucra en el desarrollo económico, productivo y social de la comunidad?**
() Muy frecuentemente
() Frecuentemente
() Ocasionalmente

- Raramente
 - Nunca
- 7. ¿Cuáles de las siguientes medidas medioambientales forman parte de la empresa?**
- Si () No ()
- 8. ¿La competitividad de la empresa es potenciada por el cumplimiento de la práctica de responsabilidad social empresarial?**
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indeciso
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
- 9. La implementación de RSE es importante para incrementar la ventaja competitiva en la empresa y reducir costos?**
- Muy importante
 - Importante
 - Moderadamente importante
 - De poca importancia
 - Sin importancia
- 10. ¿Las estrategias de RS implementadas en la empresa la ayudan a crecer y mantenerse en el mercado?**
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indeciso
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
- 11. ¿A qué estrategias de RS se acoge la empresa que le permita tener crecimiento empresarial?**
- El ahorro y control del uso de energía
 - Innovación
 - Marketing social responsable
 - Optimización de procesos de trabajo
 - Clúster en RSE

12. Seleccione cuál de los siguientes beneficios ha traído consigo la aplicación de RSE en su empresa

- Fortalecimiento de cultura y clima organizacional.
- Incremento de ingresos y rentabilidad.
- Disminución de impactos ambientales negativos y contribución al mantenimiento sostenible.
- Desarrollo de la innovación y generación de ventajas competitivas.
- Sello ambiental, punto verde y/o certificación de RSE.

Zoom Reunión

2402

normalizacion.gob.ec/buzon/normas/2402.pdf

9 / 45 100%

5.1.1.2 **Formación:** Para el uso de la presentación, se deben seguir las reglas ortográficas de la lengua española.

5.1.2 **Partes del trabajo escrito (ver nota 4).** Para efectos de su presentación, las partes del trabajo escrito son:

- a) los preliminares, que anteceden y presentan el documento;
- b) el texto o cuerpo del documento, que presenta el desarrollo del trabajo;
- c) los complementarios, que contienen elementos adicionales útiles para la comprensión del trabajo escrito; y
- d) partes finales.

5.1.2.1 **Preliminares.** Los preliminares son los elementos que anteceden al cuerpo del trabajo o texto del documento y, por tanto, no van precedidos de numeral. Estos son:

- Tapas o pastas (opcional),
- Guardas (opcional),
- Cubierta (opcional),
- Portada,
- Página de erratas (opcional)
- Página de aceptación (opcional),
- Página de dedicatoria (opcional),
- Página de agradecimientos (opcional),
- Resumen;
- Prefacio;
- Índice general (Contenido);
- Lista de ilustraciones y lista de tablas (opcional);
- Lista de abreviaturas y símbolos, si se necesita;
- Glosario (opcional).

7

8

9

20°C

OneDrive Actualizado

ESP

16:29 14/09/2021

Encuesta dirigida a las Empresas de El Oro.



Nicole Salome Barriga Rojas <nbarriga1@utmachala.edu.ec>

mar, 24 ago 8:07 ★ ↶ ⋮

para Jpesantez5, bcc: contabilidadgrupocoronel, bcc: banacor, bcc: elciemar2018, bcc: banorpalsa, bcc: expoterramaria, bcc: alcrucl, bcc: agriofan, bcc: m.lourdes_r

Hola, Sabemos que su tiempo es valioso y su opinión también lo es para nosotros; por eso le invitamos a brindarnos no más de 3 minutos para llenar esta encuesta. Con su ayuda podremos finalizar nuestro proyecto de investigación.

De antemano le agradecemos por su ayuda y tiempo brindado.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfrQvzYroNCyjerVYs7b_vepMihnpE-MCIs_tAwCx4ft1aEQ/viewform?usp=sf_link

Encuesta dirigida a las Empresas de El Oro.



Jamileth Alexandra Pesantez Morocho <jpesantez5@utmachala.edu.ec>

lun, 23 ago 9:36 ☆ ↶ ⋮

para nbarriga1, bcc: abricmars, bcc: felix_cevallos, bcc: administracion, bcc: disprosuciaitda, bcc: contadorgeneral, bcc: gerente.administrativo, bcc: omorar

Hola, Sabemos que su tiempo es valioso y su opinión también lo es para nosotros; por eso le invitamos a brindarnos no más de 3 minutos para llenar esta encuesta. Con su ayuda podremos finalizar nuestro proyecto de investigación.

De antemano le agradecemos por su ayuda y tiempo brindado.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfrQvzYroNCyjerVYs7b_vepMihnpE-MCIs_tAwCx4ft1aEQ/viewform?usp=sf_link