



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis de la responsabilidad social de la compañía "DIGASALBAN" de la ciudad de Machala.

**REYES ZUETA GLORIA ESTHEFANIA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Análisis de la responsabilidad social de la compañía
"DIGASALBAN" de la ciudad de Machala.**

**REYES ZUETA GLORIA ESTHEFANIA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Análisis de la responsabilidad social de la compañía
“DIGASALBAN” de la ciudad de Machala.**

**REYES ZUETA GLORIA ESTHEFANIA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

SOLORZANO GONZALEZ ALEXANDRA MONICA

**MACHALA
2023**

ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMPAÑÍA “DIGASALBAN” DE LA CIUDAD DE MACHALA

por Gloria Esthefania Reyes Zueta

Fecha de entrega: 29-sep-2023 05:49p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2179647132

Nombre del archivo: DAD_SOCIAL_DE_LA_COMPA_A_DIGASALBAN_DE_LA_CIUADAD_DE_MACHALA..pdf
(972.96K)

Total de palabras: 8259

Total de caracteres: 45397

ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMPAÑÍA "DIGASALBAN" DE LA CIUDAD DE MACHALA

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	pt.slideshare.net Fuente de Internet	1%
2	Norka Patricia Stuart Alvarado, Andrea Roberta Aráuz Chavez. "La responsabilidad social empresarial: herramienta estratégica para la competitividad de las pymes de la cadena de valor de la gran empresa del sector textil", Gestión en el Tercer Milenio, 2017 Publicación	1%
3	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
4	www.remineo.org Fuente de Internet	<1%
5	idoc.pub Fuente de Internet	<1%
6	moam.info Fuente de Internet	<1%

7	fundacionkoinonia.com.ve Fuente de Internet	<1 %
8	softqm.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
9	www.cadenagramonte.cubaweb.cu Fuente de Internet	<1 %
10	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to ULACIT Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología Trabajo del estudiante	<1 %
12	rubio.pe Fuente de Internet	<1 %
13	tzibalnaah.unah.edu.hn Fuente de Internet	<1 %
14	www.emeraldinsight.com Fuente de Internet	<1 %
15	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	cristobalarteta1647.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.unu.edu.pe	

Fuente de Internet

<1 %

19

repositorio.utmachala.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

20

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1 %

21

dspace.pucesi.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.uap.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

transportesynegocios.wordpress.com

Fuente de Internet

<1 %

24

www.bancomundial.org

Fuente de Internet

<1 %

25

[Submitted to Universidad Europea de Madrid](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

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

La que suscribe, REYES ZUETA GLORIA ESTHEFANIA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Análisis de la responsabilidad social de la compañía "DIGASALBAN" de la ciudad de Machala., otorga 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 tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara 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.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume 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.



REYES ZUETA GLORIA ESTHEFANIA

0706728631

CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1 El Objeto de la Investigación.....	6
1.2 Problema de la Investigación	6
1.3 Justificación	7
1.4 Objetivos de la Investigación.....	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos	8
CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO.....	9
2.1 Responsabilidad Social	9
2.2 Responsabilidad Social Empresarial	9
2.3 Importancia de Responsabilidad Social	11
2.4 Ventajas de la responsabilidad social empresarial.....	11
2.5 Dimensión ambiental de la RSE y la estrategia empresarial.....	11
2.6 Prácticas y políticas ambientales de RSE.....	13
2.7 Recursos financieros	13
2.8 Participación de los empleados	14
2.9 RSE y la comunidad.....	14
CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO	15
3. Diseño de la Investigación.....	15
3.1 Tipos de Investigación.....	15
3.2 Niveles de investigación	15
3.3 Diseño de la investigación	16
3.4 Metodología de la investigación	16
Método Descriptivo	16
3.5 Instrumentos de recolección de datos.....	16
3.6 Instrumentos de recolección de datos (Encuesta).....	17
3.6.1 Encuesta dirigida al gerente	17
3.6.2 Encuesta dirigida a los colaboradores.....	20
3.7 Presentación de resultados.	22
3.8 Análisis de resultados.....	22
3.9 Interpretación de resultados.	22

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIONES	32
4.1 Análisis de resultados – Contrastación de resultados.	32
4.2 Propuesta integradora	33
4.3 Valoración de la viabilidad	33
4.3.1 Dimensión técnica	33
Localización	34
Estructura organizacional	34
4.3.2 Dimensión económica – financiera	35
4.3.3 Dimensión social	36
4.3.4 Dimensión ambiental	37
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	38
5.1 Conclusiones	38
5.2 Recomendaciones	39
Bibliografía	41

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Listado de Colaboradores</i>	17
<i>Tabla 2. Respuesta pregunta 1 Encuesta Gerente</i>	22
<i>Tabla 3. Respuesta pregunta 2 Encuesta Gerente</i>	23
<i>Tabla 4. Respuesta pregunta 3 Encuesta Gerente</i>	23
<i>Tabla 5. Respuesta pregunta 4 Encuesta Gerente</i>	24
<i>Tabla 6. Respuesta pregunta 5 Encuesta Gerente</i>	24
<i>Tabla 7. Respuesta pregunta 6 Encuesta Gerente</i>	25
<i>Tabla 8. Respuesta pregunta 7 Encuesta Gerente</i>	25
<i>Tabla 9. Respuesta pregunta 8 Encuesta Gerente</i>	26
<i>Tabla 10. Respuesta pregunta 1 Encuesta Colaboradores</i>	26
<i>Tabla 11. Respuesta pregunta 2 Encuesta Colaboradores</i>	27
<i>Tabla 12. Respuesta pregunta 3 Encuesta Colaboradores</i>	27
<i>Tabla 13. Respuesta pregunta 4 Encuesta Colaboradores</i>	28
<i>Tabla 14. Respuesta pregunta 5 Encuesta Colaboradores</i>	28
<i>Tabla 15. Respuesta pregunta 6 Encuesta Colaboradores</i>	29
<i>Tabla 16. Respuesta pregunta 7 Encuesta Colaboradores</i>	29
<i>Tabla 17. Respuesta pregunta 8 Encuesta Colaboradores</i>	30
<i>Tabla 18. Respuesta pregunta 9 Encuesta Colaboradores</i>	30
<i>Tabla 19. Estado de situación inicial</i>	36
<i>Tabla 20. Estado de Resultados</i>	36

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Compañía DIGASALBAN</i>	34
---	----

RESUMEN

El presente proyecto integrador tuvo como objetivo el analizar la responsabilidad social de la compañía “DIGASALBAN” de la ciudad de Machala, a fin de verificar si la empresa aplica de manera correcta la responsabilidad social; como objetivos específicos busca determinar si existe conocimiento por parte de los colaboradores acerca de la RSE; identificar si la empresa posee un presupuesto asignado a actividades de RSE; determinar si existe una participación de los empleados en actividades de RSE; y por último, determinar si existe conexiones con la comunidad local. En el estudio se aplicó una metodología descriptiva y un diseño no experimental, la población estuvo constituida por el gerente y colaboradores de la empresa, por ser un mínimo de 11 personas y centrarse en una empresa única no se consideró aplicar una muestra. El instrumento empleado fue una encuesta tanto al gerente como a los colaboradores. Los resultados fueron procesados mediante el programa estadístico spss, para luego ser analizados e interpretados.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, RS, comunidad

ABSTRACT

The objective of this integrative project was to analyze the social responsibility of the company “DIGASALBAN” in the city of Machala, in order to verify if the company correctly applies social responsibility; As specific objectives, it seeks to determine if there is knowledge on the part of collaborators about CSR; identify if the company has a budget allocated to CSR activities; determine if there is employee participation in CSR activities; and finally, determine if there are connections with the local community. In the study, a descriptive methodology and a non-experimental design were applied, the population consisted of the manager and collaborators of the company, since there were a minimum of 11 people and it focused on a single company, it was not considered to apply a sample. The instrument used was a survey of both the manager and the collaborators. The results were processed using the spss statistical program, and then analyzed and interpreted.

Keywords: Corporate social responsibility, SR, community

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Objeto de la Investigación

Según Carrasco (2018) el objeto de la investigación se origina a partir de los avances en el conocimiento científico, lo que convierte a este conocimiento en un elemento fundamental. En cuanto a la metodología, el foco se centra en los pasos necesarios para alcanzar dicho producto. Por último, los recursos se relacionan con las condiciones requeridas para que un investigador pueda llevar a cabo un proyecto de investigación. Por lo tanto, nuestro enfoque de estudio se enfocaría en el tema de la responsabilidad social.

Meibol et al., (2017) plantea que la RS se define como las acciones de todos los miembros de una organización y la participación voluntaria de las empresas en la solución de problemas sociales y ambientales.

1.2 Problema de la Investigación

El problema de investigación es un elemento fundamental de cualquier investigación científica o proyecto de investigación. Es la pregunta o problema lo que motiva y guía la indagación. Definir un problema de investigación serio es esencial para una investigación efectiva y resultados significativos.

Como afirma Barboza et al., (2018) un problema de investigación se refiere a una cuestión concreta relacionada con un tema de investigación que provoca insatisfacción, falta de comprensión o una dificultad que necesita una explicación o resolución por parte de la comunidad científica. Este problema se manifiesta en forma de pregunta.

Espinoza (2018) refiriéndose a la investigación realizada para el artículo, señala que una vez que está claro lo que debe abordarse, el planteamiento del problema es clave para el resto de la investigación y es importante realizar una revisión de la literatura.

Si bien la responsabilidad corporativa es una parte intrínseca de la empresa y se considera un requisito básico que va más allá del mero cumplimiento de la legislación, ha evolucionado hacia una nueva manera de gestionar y llevar a cabo negocios. En esta perspectiva, la empresa asume la responsabilidad de garantizar que sus operaciones sean sostenibles tanto desde el punto de vista económico, social y ambiental, no solo para la empresa en sí, sino

también para las partes interesadas (stakeholders) que están involucradas en el proceso. Es por ello que se presenta la siguiente problemática, la incorrecta aplicación de la responsabilidad social en la compañía DIGASALBAN de la ciudad de Machala, teniendo como causa la ausencia de conocimiento sobre la responsabilidad social, y esta causa tuvo un efecto de carencia de educación y conciencia; la causa de deficiencia de recursos financieros provocó un efecto de desarrollo limitado de las actividades; así también la causa de ausencia de participación de los empleados, provocó un efecto de la desmotivación y la baja moral; y por último, la causa de desconexión con las Necesidades de la Comunidad, provocó un efecto de pérdida de confianza. Por motivo de estas causas se puede dar la incorrecta aplicación de responsabilidad social.

1.3 Justificación

Este trabajo busca mostrar el valor de apegarse a las novedosas prácticas de administración empresarial e integrar a las organizaciones al modelo de responsabilidad social. Para en otros términos fundamental que exista el diálogo y relación con la población relacionada a la compañía. Para que una compañía actúe con responsabilidad social, a partir de una visión sistemática e integral, este criterio debe integrarse a los procesos de gestión y formar parte integral del sistema interno de táctica e idealización empresarial. Parte del proceso de este trabajo es hacer un análisis de Responsabilidad Social a la compañía “DIGASALBAN” para establecer el estado de hoy de sus gestiones, con base en los resultados, se harán comentarios y sugerencias a ejercer a sus modelos de administración para integrar nuevos procedimientos o en su defecto mejorar los ya existentes.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo general

Según Murillo et al., (2017) en el centro de la investigación se encuentran los objetivos, que sirven como guías para el proceso y la evaluación de los resultados. También establece que estos deben estar bien formulados y significativos para la investigación.

Por ello, en el presente trabajo se plantea como objetivo general analizar la responsabilidad social de la compañía “DIGASALBAN” de la ciudad de Machala, a fin de verificar si la empresa aplica de manera correcta la responsabilidad social.

El análisis se enfocaría en identificar si la compañía está cumpliendo con sus obligaciones éticas y sociales, y si fuera necesario en proponer recomendaciones concretas para mejorar su enfoque de responsabilidad social y su impacto positivo en la comunidad y el entorno en el que opera.

1.4.2 Objetivos específicos

Corona et al., (2017) creen que un objetivo específico en la investigación describe cómo lograr el objetivo general y contribuye a su logro. Por ello, en el presente trabajo se plantean tres objetivos específicos:

- Determinar si existe conocimiento de responsabilidad social, por parte de los empleados de la empresa.
- Identificar si la empresa tiene un presupuesto asignado, para realizar actividades de responsabilidad social.
- Determinar si existe una participación activa de los empleados, en temas de responsabilidad social.
- Determinar si existen conexiones con las necesidades de la comunidad.

CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 Responsabilidad Social

Muñoz y Pérez (2020) menciona que la responsabilidad social surgió en la segunda mitad del siglo XX, principalmente en respuesta a los impactos que las organizaciones generaban en la sociedad y cómo gestionaban estos efectos de manera ética y sostenible en el contexto global, abarcando aspectos relacionados con la industria, la sociedad y el medio ambiente. Y este concepto significa el compromiso de la empresa con la sociedad y sus logros en su campo. Ayala et al., (2018) determina que en este sentido además se tiene la posibilidad de resaltar que cada vez más, las organizaciones e instituciones se destacan por expertos de las Colaboraciones Públicas, pues el ámbito presente de la Responsabilidad Social en las universidades y organizaciones está vinculado a la interacción de la organización con los equipos de interés, llamados en este entorno como stakeholders.

Por otro lado Carreño et al., (2020) se señala que la responsabilidad social implica que las empresas adopten estrategias y sistemas de gestión que los llevan a comprometerse con la comunidad en función de cómo realizan sus operaciones. Esto se basa en la cooperación y la colaboración, con principios fundamentales como la democracia y el apoyo tanto a su comunidad interna como externa. Estos aspectos fomentan la búsqueda de la excelencia en la empresa. Al mismo tiempo, para que una empresa sea éticamente responsable, debe cumplir con su objetivo principal, que es generar ganancias a través de sus actividades. La responsabilidad social empresarial se define como la combinación de las acciones voluntarias que las empresas incorporan a sus políticas y sus relaciones con los grupos que componen la sociedad (Morell, 2019).

Muñoz y Pérez (2020) la responsabilidad social insta a los empresarios a ser versátiles y ajustarse al adquirir nuevas competencias comerciales y de producción en beneficio del mundo y su preservación. De manera similar, los cambios constantes en los mercados, en la clientela, la contaminación y la escasez de bienes de consumo, recursos y materias primas generan la necesidad de adoptar nuevos enfoques para llevar a cabo todas las operaciones de las empresas. Rodríguez et al., (2019) La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe ser ética en el sentido de que influye en las reflexiones filosóficas y morales de las empresas para orientar el comportamiento de las personas en la ejecución y el logro de los objetivos establecidos. Además, debe ser caracterizada por la integridad y la imparcialidad hacia todos

sus grupos de interés, promoviendo la igualdad de oportunidades y manteniendo un enfoque equitativo en relación con los propósitos y logros coherentes de sus acciones.

2.2 Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a Acosta et al., (2018) la responsabilidad social empresarial se fundamenta en distintas tácticas que utiliza una empresa para impactar positivamente a sus consumidores, la satisfacción y el desarrollo profesional de sus empleados, el medio ambiente y a la sociedad que la rodea; lo cierto que es, la responsabilidad social van más allá de la normatividad vigente, o sea, que añaden políticas que aportan un costo agregado a la sociedad, García et al., (2021) resalta la conexión entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y la gobernanza es de gran importancia para las organizaciones, ya que ejerce una influencia significativa en la elaboración de informes sobre RSC. Este interés ha impulsado el desarrollo de políticas y estrategias a nivel global, facilitando la supervisión por parte de las partes interesadas de las acciones de las empresas y los efectos que estas generan en las esferas social y medioambiental.

Daniel Licandro et al., (2019) proponen que la responsabilidad social empresarial como contribución a la resolución de conflictos empresariales sea conceptualizada como una táctica organizacional de las PYMES encaminada al desarrollo humano sustentable que limita el medio ambiente.

Rodríguez et al., (2019) mencionan que la responsabilidad social empresarial, debemos enfatizar el origen de su existencia. Fue la inspiración espontánea, la aceptación del deber con la sociedad, el cambio y la responsabilidad social del ser lo que la hizo nacer. Nos guía a madurar y concienciar a los demás de los problemas que se presentan como sociedad, y adoptar hábitos que nos ayuden a solucionar esos problemas que se presenten y que puedan tener un impacto poderoso. Lara et al., (2021) argumenta del mismo modo, la responsabilidad social empresarial no solo ayuda a crear una identidad para los empleados de una organización, sino también un sentido de pertenencia que fomenta la lealtad y las relaciones entre los empleados y la empresa también ayuda a crear una cultura empresarial más fuerte.

Por lo tanto, Muñoz (2021) define que la responsabilidad social empresarial es de gran importancia para cualquier organización, grande o pequeña. Considerando las tres áreas del

desarrollo sostenible, proponemos un sistema de gestión como modelo para cada organización; cuestiones ambientales y sociales.

2.3 Importancia de Responsabilidad Social

Hernández et al., (2017) enfatizan que las motivaciones empresariales se clasifican en económicas y éticas. Los incentivos económicos incluyen empresas que aumentan las ganancias, mejoran la reputación, toman medidas como mejorar las condiciones de vivienda y educación, mejorar los niveles de seguridad de los empleados y las condiciones de trabajo para satisfacer las necesidades de los consumidores. Esto incluye ayudar a los gobiernos en caso de desastres naturales.

Salas (2018) resalta que las organizaciones, la RSE es un concepto que juega un papel muy importante en la realización de actividades sostenibles, buscando el bien común y reduciendo el impacto ambiental que las actividades de una empresa pueden causar, reflejado en una constante innovación y cambio con conciencia moral.

2.4 Ventajas de la responsabilidad social empresarial

Como expresa Palacio (2020) la aplicación de la responsabilidad social empresarial trae grandes beneficios a las empresas tales como:

- Predominar en el mercado, sobresaliendo ante las demás.
- Vialidad al entrar en nuevos mercados.
- Un correcto uso de recursos.
- Favorece el rendimiento operativo empresarial.
- Aumenta el desempeño de los grupos de interés
- Fortalece lo económico y social.
- Proporciona un aumento de reputación.

2.5 Dimensión ambiental de la RSE y la estrategia empresarial

La responsabilidad social tiene dos aspectos generales del comportamiento empresarial, estos son internos relacionado con la práctica en cuestión se centra tanto en la organización como en los empleados y en la gestión interna. Dentro de esta dimensión se encuentran otras categorías como: en la aplicación de prácticas éticas y morales que permitan el cumplimiento de la ley. Externo; mitigar las externalidades negativas y sujeto a los intereses de los

empleados, las proyecciones familiares, la comunidad y las consideraciones a nivel nacional o regional (Gallardo Vázquez, 2019).

Según Pérez et al., (2017) las dimensiones empresariales son las siguientes:

- La dimensión inicial se enfoca en la economía interna de la empresa, lo que implica que la organización debe ser capaz de mantener su viabilidad económica a largo plazo. En otras palabras, debe ser rentable y perdurar en el mercado. Esta dimensión da prioridad a la creación y distribución de valor, no solo teniendo en cuenta las dinámicas del mercado, sino también considerando la equidad entre accionistas y empleados.
- La segunda dimensión se relaciona con la economía externa y se enfoca en aquellos que buscan participar activamente en la formulación y ejecución de las políticas económicas a nivel nacional o regional. Esta dimensión considera la carga fiscal que una entidad ejerce sobre las instituciones públicas, así como la producción y distribución de bienes y servicios que aportan beneficios a las comunidades afectadas por dichos recursos.
- Dentro de la dimensión social interna, los proveedores, directivos, inversionistas y colaboradores comparten y fomentan la responsabilidad de garantizar una alta calidad de vida, condiciones laborales excepcionales y el pleno desarrollo de todas las habilidades y competencias profesionales.

Por otro lado, también se comprenden ciertos principios estratégicos generales que no son uniformes para todas las empresas y que fundamentan directamente la incorporación de la responsabilidad social empresarial en todas las operaciones de una organización. Estos principios abarcan el comportamiento ético y la gestión, la dinámica de interacción dentro de la organización, así como la alineación con las demandas del contexto social y ambiental. A su vez, esto se traduce en beneficios tanto para la empresa como para su entorno. (Alzate, 2019).

López et al., (2017) varios estudios han encontrado que los factores que influyen en la RSE son la calidad del trabajo, la protección del medio ambiente y el marketing, factores que respaldan el comportamiento corporativo responsable. Cervantes et al., (2021) opinan que están exigiendo que el medio ambiente asuma una mayor responsabilidad por los efectos nocivos de las actividades destinadas a la refinación y producción de bienes y servicios. Por

lo tanto, el compromiso de una organización con el impacto de las decisiones o acciones realizadas contribuye al desarrollo sostenible.

2.6 Prácticas y políticas ambientales de RSE

Las prácticas ambientales son desarrolladas por una organización como parte de la gestión ambiental de la RSE estas prácticas se definen como acciones específicas. Buscan reducir el impacto ambiental negativo causado por el proceso productivo cambiando el control de los procesos y actividades que realiza la empresa (González A. , 2018).

Como plantean González et al., (2017) las medidas ambientales claves desarrolladas por las PYME ecuatorianas incluyen la conservación de energía, el reciclaje, la conservación del agua, los sistemas de reciclaje de materiales, la certificación ambiental, la eliminación de desechos y el monitoreo del impacto ambiental.

González et al., (2017) para hacer cumplir las prácticas ambientales, las organizaciones desarrollan sus propias políticas ambientales. Las acciones y esfuerzos que se realizan dentro de la organización en beneficio del medio ambiente se realizan en cada uno de sus procesos y reflejan así la política ambiental.

La implementación de estas políticas tiene un impacto positivo en el medio ambiente, por lo que las empresas tienen como objetivo contribuir con el ecosistema y minimizar los riesgos. Esto le permite tomar una posición involucrada y responsable.

2.7 Recursos financieros

Los recursos financieros de una empresa se refieren a los activos y fuentes de financiamiento que la organización utiliza para llevar a cabo sus operaciones comerciales y lograr sus objetivos financieros (Huacchillo et al., 2020). Estos recursos se dividen en dos categorías principales: recursos financieros propios y recursos financieros ajenos. Los recursos financieros propios incluyen el capital aportado por los accionistas, las utilidades retenidas y las reservas de efectivo. Por otro lado, los recursos financieros ajenos comprenden el financiamiento obtenido a través de préstamos, emisión de bonos, líneas de crédito y otras fuentes externas.

Los recursos financieros son el motor que impulsa las actividades de una empresa y determinan en gran medida su éxito y capacidad para sobrevivir en un entorno empresarial competitivo. La importancia de los recursos financieros en una empresa se deriva de su papel

en prácticamente todos los aspectos de la operación y la toma de decisiones empresariales, proporcionando beneficios sostenibles (Valle, 2020).

2.8 Participación de los empleados

De acuerdo a Cruzado y Alomina (2020) los procedimientos de planificación financiera de una empresa pueden motivar a un empleado a involucrarse más activamente en la organización, lo que, a su vez, podría llevar a una mejora en su desempeño en las labores, especialmente cuando se trata de encontrar enfoques creativos para abordar los desafíos que enfrenta la empresa, la participación activa de los empleados en actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere a la implicación proactiva y voluntaria de los trabajadores de una empresa en iniciativas y programas destinados a contribuir al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible. Esta participación va más allá de las responsabilidades laborales convencionales y refleja el compromiso de los empleados con los valores y objetivos de RSE de la organización.

2.9 RSE y la comunidad

Según Naranjo et al., (2018) en la época actual, las empresas están reconociendo que su prosperidad no depende exclusivamente de la generación de beneficios a través de sus operaciones comerciales, sino también de la implicación activa de las partes interesadas en dichos procesos. Esto es fundamental para fortalecer la competitividad en el mercado. Además, es esencial que las organizaciones tengan un profundo entendimiento de la sociedad en la que operan.

Por lo tanto, Núñez y Pedroza (2019) afirman que lo fundamental y más importante de una sociedad para lograr su transformación y mejorar la calidad de vida, así como satisfacer diversas necesidades, reside en la responsabilidad social y la participación activa de sus ciudadanos. La participación activa de los empleados en actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere a la implicación proactiva y voluntaria de los trabajadores de una empresa en iniciativas y programas destinados a contribuir al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible. Esta participación va más allá de las responsabilidades laborales convencionales y refleja el compromiso de los empleados con los valores y objetivos de RSE de la organización.

CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO

3. Diseño de la Investigación

3.1 Tipos de Investigación

El proyecto se encuentra aplicada la investigación descriptiva (Guevara et al., 2020) mencionan que es una modalidad de investigación científica cuyo propósito principal es detallar y examinar las particularidades o atributos de un fenómeno o situación específica, sin efectuar una interpretación o explicación causal de los datos recolectados. Es decir, el objetivo primordial es ofrecer una representación minuciosa y exacta de un tema concreto. La investigación descriptiva es especialmente beneficiosa cuando se busca adquirir un entendimiento minucioso de un fenómeno o situación concreta antes de llevar a cabo investigaciones más exhaustivas. Además, puede suministrar una fundamentación sólida de datos para investigaciones futuras o para la toma de decisiones en diversos escenarios, como la creación de políticas gubernamentales o la organización de programas educativos.

En la investigación descriptiva se puede realizar utilizando varios métodos, como sondeos, observaciones, análisis de información previa o investigaciones de situaciones específicas. La recolección de datos puede incluir el uso de formularios estructurados, entrevistas, la observación organizada de conductas o la revisión de documentos y archivos.

3.2 Niveles de investigación

El proyecto integrador se aplicaron los siguientes niveles: descriptivo, exploratorio y explicativo, estos tienen una relación directa con el objetivo general ya que se va analizar la responsabilidad social en la compañía “DIGASALBAN” de la ciudad de Machala, y a su vez también tienen relación con los objetivos específicos debido a que se va a definir el concepto de responsabilidad social; a identificar si la empresa tiene un presupuesto asignado, para realizar actividades de responsabilidad social; determinar si existe una participación activa de los empleados; y por último; determinar si existen conexiones con las necesidades de la comunidad. Cabe mencionar que, el nivel descriptivo busca conocer las características, situaciones relevantes de un evento, el nivel exploratorio se efectúa cuando se quiere investigar un tema desconocido o poco estudiado; y, por último, el nivel explicativo buscar exponer las causas y el porqué de un evento. (Ramos-Galarza, 2020)

3.3 Diseño de la investigación

En la presente investigación se aplicó el diseño no experimental, se trata de una metodología de investigación en la que el investigador no modifica directamente las variables independientes ni participa activamente en la situación que se está estudiando. A diferencia de la investigación experimental, no se ejerce un control directo sobre las variables y no se busca establecer relaciones causales entre ellas. (Sánchez et al., 2018)

Existen 2 tipos de diseño dentro del diseño no experimental: el diseño transversal y longitudinal, el proyecto aplica el diseño transversal por qué se va a analizar el nivel de conocimiento que tiene la compañía sobre la responsabilidad social, el diseño transversal es una estrategia frecuentemente empleada en investigación para recolectar información en un instante específico, con el objetivo de obtener una muestra de una población en un momento determinado. Es uno de los enfoques más sencillos y directos en investigación. (Arias & Covinos, 2021)

3.4 Metodología de la investigación

Método Descriptivo

De acuerdo a Ortega (2017) el método descriptivo es una forma de investigación que se enfoca en describir y definir un fenómeno, suceso, conjunto o circunstancia tal y como se presenta en la realidad, sin intentar establecer conexiones causales o explicar las razones subyacentes. La meta principal del enfoque descriptivo es brindar una representación exacta y minuciosa de lo que se está estudiando. Se utilizará este método porque se va a analizar la responsabilidad social de la compañía “DIGASALBAN” de la ciudad de Machala, a fin de verificar si la empresa aplica de manera correcta la responsabilidad social.

3.5 Instrumentos de recolección de datos

La población universo a estudiar en el presente proyecto son todas las compañías de gas de la ciudad de Machala, y, la población de estudio sería la compañía “DIGASALBAN” ubicada en las calles Pichincha entre 10 de agosto, Napoleón Mera y callejón Jambeli. Debido a que el proyecto se centra en una empresa única, no se consideró muestra, ya que la empresa cuenta con 11 empleados.

Tabla 1. Listado de Colaboradores

Compañía DIGASALBAN	
Gerente	1
Secretarias	2
Colaboradores	8
Total	11

Fuente: Elaboración propia

El instrumento que se seleccionó para la recolección de datos es una encuesta. Según Moya et al., (2022) la encuesta es un conjunto de interrogantes organizadas que se muestran a los participantes con el fin de obtener datos. Pueden ser distribuidos en formato físico, por correo electrónico o a través de internet. Los formularios pueden contener preguntas de respuesta libre (donde los participantes escriben sus respuestas) o preguntas de respuesta cerrada (donde se ofrecen opciones de respuesta preestablecidas). Es importante garantizar la confidencialidad y el anonimato de los participantes en una encuesta, y obtener su consentimiento informado para participar. Además, es fundamental realizar un análisis crítico de los datos obtenidos y reconocer las limitaciones o posibles sesgos en la recopilación de información.

3.6 Instrumentos de recolección de datos (Encuesta)

3.6.1 Encuesta dirigida al gerente



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA DIGASALBAN DE LA CIUDAD DE MACHALA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Analizar la eficacia de las políticas y prácticas de responsabilidad social de "Digasalban" en la protección del medio ambiente y la promoción de la sostenibilidad en la ciudad.

INSTRUCCIONES:

- 1) **Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo de investigación.**
- 2) **Lea detenidamente cada aspecto, antes de escribir la respuesta.**
- 3) **No deje ninguna pregunta sin responder, marcando una (x) en el paréntesis correspondiente.**

1. ¿Cuál de las siguientes áreas de responsabilidad social empresarial (RSE) considera que es la principal prioridad en su empresa?

- Sostenibilidad ambiental.
- Responsabilidad social corporativa.
- Ética en los negocios.
- Participación comunitaria.

2. ¿Con qué frecuencia su empresa informa públicamente sobre sus iniciativas de RSE?

- Anualmente.
- Semestralmente.
- Trimestralmente.
- Mensual
- No se informa públicamente.

3. ¿Cómo evalúa la efectividad de sus iniciativas de RSE en términos de impacto social y ambiental?

- A través de métricas cuantitativas (por ejemplo, reducción de emisiones de carbono).
- A través de métricas cualitativas (por ejemplo, percepción de la comunidad).
- No se realiza una evaluación formal.

4. ¿Cuál es el presupuesto anual asignado para actividades de RSE en su empresa en relación con los ingresos totales?

- Menos del 1%.

- Entre el 1% y el 3%.
- Entre el 3% y el 5%.
- Más del 5%.
- No se asigna presupuesto específico.

5. ¿Cómo involucra a los empleados en las actividades de RSE?

- A través de programas de voluntariado corporativo.
- A través de capacitación y sensibilización sobre temas de RSE.
- Incentivando la participación en proyectos de RSE.
- No se fomenta la participación de los empleados.

6. ¿Cuál considera que es el factor más importante que motiva a su empresa a participar en la RSE?

- Responsabilidad ética.
- Reputación y marca.
- Cumplimiento normativo.
- Ventaja competitiva.
- Presión de los stakeholders.

7. ¿Cómo se comunican los logros y resultados de RSE de su empresa a los stakeholders externos?

- Informes de sostenibilidad publicados en línea.
- Comunicados de prensa y redes sociales.
- Participación en eventos y conferencias de RSE.
- No se comunica de manera activa.

8. ¿Cuál es la principal barrera que su empresa ha enfrentado al implementar iniciativas de RSE?

- Limitaciones presupuestarias.
- Falta de comprensión interna y apoyo.
- Falta de recursos humanos especializados.
- Resistencia cultural o interna.

9. ¿Qué papel juegan los gerentes y líderes de su empresa en la promoción y ejecución de la RSE?

- Son impulsores activos de la RSE.
- Proporcionan apoyo, pero no lideran activamente.
- No están directamente involucrados en la RSE.
- No estoy seguro.

3.6.2 Encuesta dirigida a los colaboradores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DIGASALBAN DE LA CIUDAD DE MACHALA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Analizar la eficacia de las políticas y prácticas de responsabilidad social de "Digasalban" en la protección del medio ambiente y la promoción de la sostenibilidad en la ciudad.

INSTRUCCIONES:

- 1) Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo de investigación.**
- 2) Lea detenidamente cada aspecto, antes de escribir la respuesta.**
- 3) No deje ninguna pregunta sin responder, marcando una (x) en el paréntesis correspondiente.**

1. ¿Qué tan familiarizado/a estás con las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa?

- Muy familiarizado/a.
- Moderadamente familiarizado/a.
- Poco familiarizado/a.
- No estoy familiarizado/a en absoluto.
- No tengo interés sobre el tema.

2. ¿Cree que la empresa comunica de manera efectiva sus actividades de RSE a los empleados?

- Sí, de manera muy efectiva.
- Sí, de manera moderadamente efectiva.
- No, de manera poco efectiva.
- No estoy seguro/a

3. ¿Has participado en actividades voluntarias o programas de RSE organizados por la empresa en el último año?

- Sí, con frecuencia.
- Sí, ocasionalmente.
- No, pero me gustaría participar.
- No, no estoy interesado/a.

4. ¿Crees que la empresa debería aumentar su inversión en iniciativas de RSE?

- Sí, significativamente.
- Sí, un poco.
- No, debería mantenerse igual.
- No, debería reducirse.

5. ¿Qué áreas de responsabilidad social crees que son más importantes para la empresa?

- Sostenibilidad ambiental.
- Responsabilidad social corporativa.
- Ética en los negocios.
- Participación comunitaria.

6. ¿Cómo crees que se podría mejorar la participación en actividades de RSE?

- Mayor acceso a información sobre oportunidades de voluntariado.
- Capacitación y concientización sobre temas de RSE.
- Mayor apoyo y recursos para proyectos de RSE.

7. ¿Crees que la empresa está cumpliendo con sus compromisos de RSE de manera efectiva?

- Sí, de manera muy efectiva.
- Sí, de manera moderadamente efectiva.
- No, de manera poco efectiva.
- No estoy seguro/a.

8. ¿Cómo te sientes acerca de la contribución de la empresa a la comunidad local a través de sus iniciativas de RSE?

- Muy positivamente.
- De manera positiva.
- Neutro.
- De manera negativa.
- Muy negativamente.

9. ¿Crees que la participación en actividades de RSE mejora la moral y la satisfacción de los empleados en la empresa?

Sí, de manera significativa.

Sí, en cierta medida.

No, no tiene impacto.

No estoy seguro/a.

3.7 Presentación de resultados.

3.8 Análisis de resultados

3.9 Interpretación de resultados.

Encuesta dirigida al gerente

1 ¿Cuál de las siguientes áreas de responsabilidad social empresarial (RSE) considera que es la principal prioridad en su empresa?

Tabla 2. Respuesta pregunta 1 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sostenibilidad ambiental.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

De acuerdo a los resultados expuestos por el gerente, el área de responsabilidad social empresarial que considera como principal prioridad, es el área de sostenibilidad ambiental, ya que no solo contribuye a la protección del medio ambiente, sino que también puede generar beneficios económicos al reducir costos, mejorar la reputación de la empresa y atraer a consumidores y empleados que valoran la sostenibilidad.

2 ¿Con qué frecuencia su empresa informa públicamente sobre sus iniciativas de RSE?

Tabla 3. Respuesta pregunta 2 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Anualmente.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

El resultado expuesto permite identificar con qué frecuencia la empresa informa públicamente sobre sus iniciativas de RSE, dando como respuesta que la empresa informa anualmente sus iniciativas, ya que no solo mejora la transparencia y la confianza, sino que también logra una mejora continua, al tiempo que contribuye al progreso hacia un mundo más sostenible y ético.

3. ¿Cómo evalúa la efectividad de sus iniciativas de RSE en términos de impacto social y ambiental?

Tabla 4. Respuesta pregunta 3 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A través de métricas cuantitativas (por ejemplo, reducción de emisiones de carbono).	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

En base a lo observado, la empresa evalúa la efectividad de sus iniciativas de RSE en términos de impacto social y ambiental, a través de métricas cuantitativas, ya que proporciona datos concretos que pueden ser compartidos con partes interesadas y utilizados para tomar decisiones estratégicas orientadas a la sostenibilidad y la responsabilidad social.

4. ¿Cuál es el presupuesto anual asignado para actividades de RSE en su empresa en relación con los ingresos totales?

Tabla 5. Respuesta pregunta 4 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 1%.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

En cuanto a cuál es el presupuesto anual asignado para actividades de RSE en la empresa en relación con los ingresos totales, se indicó que sería menos del 1%, es decir de un aproximado de \$2.000 anuales, los cuales estarían destinados a actividades de responsabilidad social empresarial.

5. ¿Cómo involucra a los empleados en las actividades de RSE?

Tabla 6. Respuesta pregunta 5 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A través de programas de voluntariado corporativo.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

Respecto a cómo involucran a los empleados en actividades de RSE, se indicó que es a través de programas de voluntariado corporativo, ya que no solo benefician a la comunidad al brindar apoyo valioso, sino que también pueden mejorar la moral de los empleados, fortalecer la imagen de la empresa y promover un sentido de responsabilidad social empresarial.

6. ¿Cuál considera que es el factor más importante que motiva a su empresa a participar en la RSE?

Tabla 7. Respuesta pregunta 6 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Responsabilidad ética.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

Con relación a cuál considera que es factor más importante que motiva a la empresa a participar en la RSE, se indicó que es la responsabilidad ética, porque les brinda una serie de beneficios que incluyen la mejora de la imagen corporativa, la reducción de riesgos legales y financieros, el acceso a oportunidades financieras y el cumplimiento de las expectativas de la sociedad.

7. ¿Cómo se comunican los logros y resultados de RSE de su empresa a los stakeholders externos?

Tabla 8. Respuesta pregunta 7 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Informes de sostenibilidad publicados en línea.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

En cuanto a cómo se comunican los logros y resultados de RSE de la empresa a los stakeholders externos, señalan que, por informes de sostenibilidad publicados en línea, ya que mejoren la transparencia y la rendición de cuentas, atraen inversores y clientes, gestionan riesgos y oportunidades, y demuestran el compromiso con la sostenibilidad.

8. ¿Cuál es la principal barrera que su empresa ha enfrentado al implementar iniciativas de RSE?

Tabla 9. Respuesta pregunta 8 Encuesta Gerente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de recursos humanos especializados.	1	100,0	100,0	100,0

Elaborador por: la autora

Respecto a cuál es la principal barrera que la empresa ha enfrentado al implementar iniciativas de RSE, sería la falta de recursos humanos especializados, debido a la falta de conocimiento técnico, y a la falta de capacidad para abordar problemas complejos, causando un impacto negativo en la eficiencia, la calidad, la capacidad de innovación y la competitividad de la empresa.

Encuesta dirigida a los colaboradores de la empresa

1. ¿Qué tan familiarizado/a estás con las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa?

Tabla 10. Respuesta pregunta 1 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy familiarizado/a.	2	20,0	20,0	20,0
	Moderadamente familiarizado/a.	5	50,0	50,0	70,0
	Poco familiarizado/a.	2	20,0	20,0	90,0
	No estoy familiarizado/a en absoluto.	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

En cuanto a que tan familiarizado/a están con las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa, han respondido que están moderadamente familiarizado/a, un 50%, mientras que el 20% están muy familiarizado/a y poco familiarizado/a, en cambio el 10% no está familiarizado/a en absoluto, esto quiere decir que este 10% no conoce acerca de la responsabilidad social.

2. ¿Cree que la empresa comunica de manera efectiva sus actividades de RSE a los empleados?

Tabla 11. Respuesta pregunta 2 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, de manera muy efectiva.	2	20,0	20,0	20,0
	Sí, de manera moderadamente efectiva.	5	50,0	50,0	70,0
	No, de manera poco efectiva.	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

Respecto a si la empresa comunica de manera efectiva sus actividades de RSE a los empleados han respondido un 50%, que si de manera moderadamente efectiva, mientras un 30%, ha indicado que no, de manera poco efectiva, por último, un 20%, ha indicado que sí, de manera muy efectiva. La empresa aún debe trabajar en la forma que comunica sus actividades de RSE.

3. ¿Has participado en actividades voluntarias o programas de RSE organizados por la empresa en el último año?

Tabla 12. Respuesta pregunta 3 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, con frecuencia.	1	10,0	10,0	10,0
	Sí, ocasionalmente.	7	70,0	70,0	80,0
	No, pero me gustaría participar.	1	10,0	10,0	90,0
	No, no estoy interesado/a.	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

De acuerdo a los resultados de si han participado en actividades voluntarias o programas de RSE organizados por la empresa en el último año, el 70% lo ha hecho ocasionalmente, pero un 10% lo ha hecho con frecuencia, otro 10% no lo ha hecho, pero le gustaría participar, y el otro 10% no le interesa participar en actividades de RSE, con estos resultados se ve que

la empresa ha incentivado a sus empleados a participar en actividades, ayudando a que los colaboradores deseen voluntariamente participar en próximas actividades de RSE.

4. ¿Crees que la empresa debería aumentar su inversión en iniciativas de RSE?

Tabla 13. Respuesta pregunta 4 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, significativamente.	6	60,0	60,0	60,0
	Sí, un poco.	3	30,0	30,0	90,0
	No, debería mantenerse igual.	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

Respecto a si la empresa debería aumentar su inversión en iniciativas de RSE, un 60%, indico que sí, significativamente, mientras que el 30%, si debería aumentar pero solo un poco, el 10% cree que no se debería aumentar la inversión, la empresa tiene un presupuesto de \$2.000 destinado a actividades de responsabilidad social, sin un presupuesto bien establecido no se pueden realizar talleres, capacitaciones y demás actividades de responsabilidad social es por ello que las empresas deben asignar un presupuesto adecuado.

5. ¿Qué áreas de responsabilidad social crees que son más importantes para la empresa?

Tabla 14. Respuesta pregunta 5 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sostenibilidad ambiental.	5	50,0	50,0	50,0
	Responsabilidad social corporativa.	5	50,0	50,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

En cuanto a que áreas de responsabilidad social son más importantes para la empresa, un 50% indico que es el área de sostenibilidad ambiental, que se centra en la gestión y conservación responsable de los recursos naturales y el medio ambiente para satisfacer las necesidades actuales, mientras el otro 50% cree que el área de responsabilidad social

corporativa es más importante para la empresa, ya que se enfoca en la integración de prácticas éticas y responsables en las operaciones y actividades de una empresa.

6. ¿Cómo crees que se podría mejorar la participación en actividades de RSE?

Tabla 15. Respuesta pregunta 6 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor acceso a información sobre oportunidades de voluntariado.	3	30,0	30,0	30,0
	Capacitación y concientización sobre temas de RSE.	6	60,0	60,0	90,0
	Mayor apoyo y recursos para proyectos de RSE.	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

De acuerdo a como se podría mejorar la participación en actividades de RSE, un 60%, cree que con capacitaciones y concientización sobre temas de RSE, un 30%, con mayor acceso a información sobre oportunidades de voluntariado, mientras un 10% con mayor apoyo y recursos para proyectos de RSE, lo cual implica fomentar una cultura organizacional que promueva la responsabilidad social.

7. ¿Crees que la empresa está cumpliendo con sus compromisos de RSE de manera efectiva?

Tabla 16. Respuesta pregunta 7 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, de manera muy efectiva.	2	20,0	20,0	20,0
	Sí, de manera moderadamente efectiva.	3	30,0	30,0	50,0
	No, de manera poco efectiva.	3	30,0	30,0	80,0
	No estoy seguro/a.	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

Respecto a que si la empresa está cumpliendo con sus compromisos de RSE de manera efectiva un 30% indica que si de manera moderadamente y a su vez, que no, de manera poco efectiva, mientras un 20% indica que si, de manera muy efectiva y también no están seguros. Dando a entender que la empresa debe comprometerse a cumplir con sus compromisos de RSE.

8. ¿Cómo te sientes acerca de la contribución de la empresa a la comunidad local a través de sus iniciativas de RSE?

Tabla 17. Respuesta pregunta 8 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy positivamente.	1	10,0	10,0	10,0
	De manera positiva.	6	60,0	60,0	70,0
	Neutro.	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

En cuanto a cómo sienten acerca de la contribución de la empresa a la comunidad local a través de sus iniciativas de RSE, un 60%, indico que se siente de manera positiva, un 30%, se mantiene neutral, no le parece ni bien, ni mal las iniciativas de la empresa, mientras un 10%, se siente muy positivamente, con los resultados se puede ver que la empresa contribuye positivamente a la comunidad local.

9. ¿Crees que la participación en actividades de RSE mejora la moral y la satisfacción de los empleados en la empresa?

Tabla 18. Respuesta pregunta 9 Encuesta Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, de manera significativa.	9	90,0	90,0	90,0
	Sí, en cierta medida.	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: la autora

Con respecto a que la participación en actividades de RSE mejora la moral y la satisfacción de los empleados en la empresa un 90% respondió que si de manera significativa, mientras un 10%, indico que en cierta medida mejora.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1 Análisis de resultados – Contrastación de resultados.

Luego de realizar el análisis de resultados, se hace la contrastación teórica de las 4 preguntas que contestan a los objetivos específicos:

1. Con respecto a que tan familiarizado/a están los empleados acerca del tema RSE, se indicó que un 50% sabe moderadamente del tema, debido a las capacitaciones realizadas por la empresa a diferencia del estudio de Suárez y Yance (2020) donde después de haber realizado una investigación llego a la conclusión que el 30% de los encuestados han oído hablar de RSE, pero no conocen lo que significa.
2. En cuanto si la empresa posee un presupuesto asignado para actividades de RSE, se indicó que sería menos del 1%, lo que equivale aproximadamente a \$2.000 de los ingresos anuales, encuestando a los trabajadores indicaron el 60% que este presupuesto debería ser aumentado significativamente, ya que al parecer no se pueden desarrollar suficientes actividades de responsabilidad social, a diferencia del estudio realizado por Acosta et al., (2018) donde indica que debido a las variadas condiciones del país, se genera una disminución en los fondos asignados para proyectos y actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la sostenibilidad, pasando del 45% en 2015 al 16% en 2016. En este contexto, el 53% de las organizaciones destinan menos del 5% de su presupuesto a la RSC, mientras que solo el 7% asigna más del 20% de sus recursos a iniciativas de RSC.
3. De acuerdo a, si existe participación por parte de los empleados en actividades de RSE, se indicó que el 70% lo hace ocasionalmente, por medio de programas de voluntariado, según un estudio realizado por López et al., (2017) en Ecuador, la cantidad de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que se involucran en actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es limitada. Para la mayoría de ellas, esto se ve simplemente como una adición de actividades comerciales en lugar de considerarse como una estrategia que podría conducir a mejoras sostenibles. Muchos empresarios argumentan que implementar la RSE implica costos significativos tanto en términos de recursos humanos como en productividad.

4. Por otro lado, acerca de que, si la empresa tiene conexión con la comunidad, el 60% de los trabajadores dicen sentirse de manera positiva, respecto a las contribuciones que realiza la empresa a la comunidad local, según el estudio realizado por Ávila y Espinoza (2020) la influencia en la imagen corporativa se convierte en una ventaja competitiva que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) pueden obtener al destacar su disposición y compromiso para mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas. Esto les permite ganar presencia en la conciencia del público al centrarse en valores como el respeto, la confianza y la transparencia en su relación con la sociedad.

4.2 Propuesta integradora

La propuesta tiene como objetivo realizar un análisis exhaustivo de la Responsabilidad Social de la compañía "Digasalban" en la Ciudad de Machala y proponer mejoras significativas en sus prácticas de responsabilidad social empresarial. La Responsabilidad Social es fundamental en la actualidad, ya que las empresas deben ser conscientes de su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Esta propuesta busca identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias para que "Digasalban" contribuya de manera más efectiva al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible.

Realizar un análisis exhaustivo de las prácticas actuales de Responsabilidad Social de "Digasalban". Esto incluye revisar políticas, programas existentes y su alineación con estándares internacionales de RSE. Esta propuesta busca transformar a "Digasalban" en una empresa más ética y sostenible, comprometida con la comunidad y el medio ambiente, lo que a su vez puede mejorar su imagen de marca, atraer a clientes y empleados comprometidos, y contribuir al desarrollo sostenible de la Ciudad de Machala.

4.3 Valoración de la viabilidad

4.3.1 Dimensión técnica

La dimensión técnica de esta propuesta garantiza que las acciones propuestas se implementen de manera efectiva y se monitoreen adecuadamente para lograr los objetivos de Responsabilidad Social Empresarial de "Digasalban" en la Ciudad de Machala. La tecnología y las herramientas técnicas desempeñan un papel fundamental en esta fase, ya

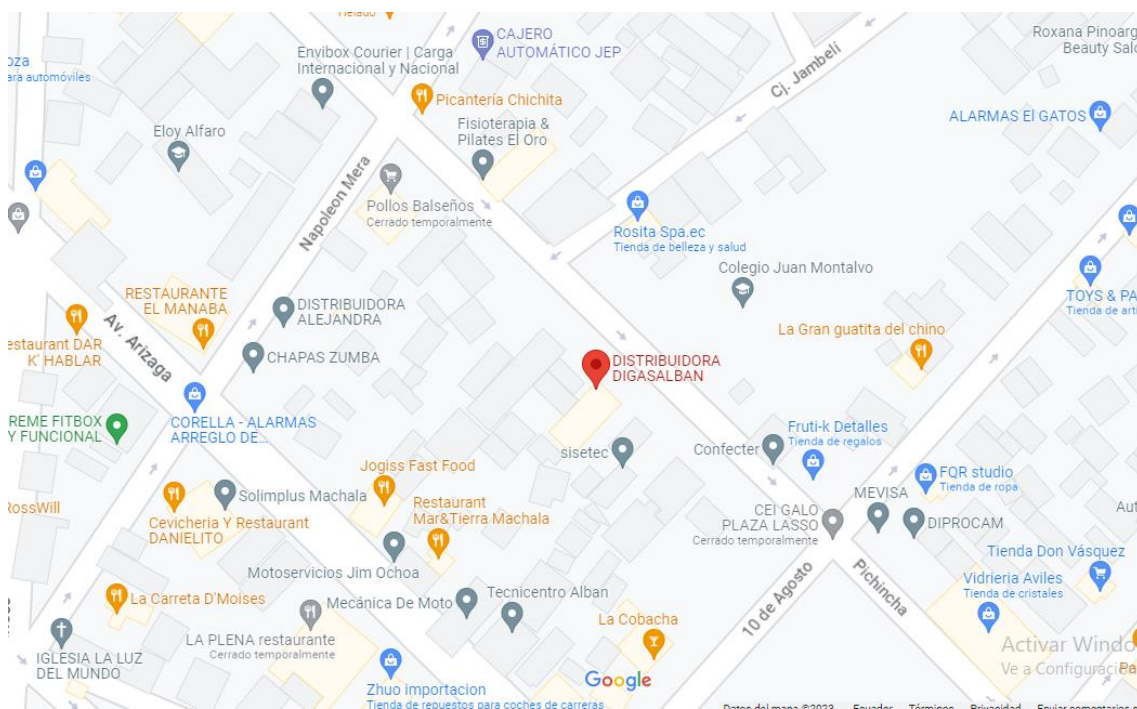
que permiten una gestión eficiente de datos, un seguimiento preciso y una comunicación efectiva con todas las partes interesadas.

De acuerdo a Charle –Leija et al., (2020) la dimensión técnica de un proyecto se refiere a todos los aspectos relacionados con la implementación y ejecución de las actividades técnicas y operativas como la localización, instalación de equipos y demás necesarias para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva. Esta dimensión se centra en la aplicación de conocimientos técnicos, habilidades y recursos para lograr los objetivos del proyecto.

Localización

La propuesta se llevará a cabo en cantón Machala provincia del oro, en las calles pichincha y e/ napoleón mera y 10 de agosto en el barrio 25 de diciembre.

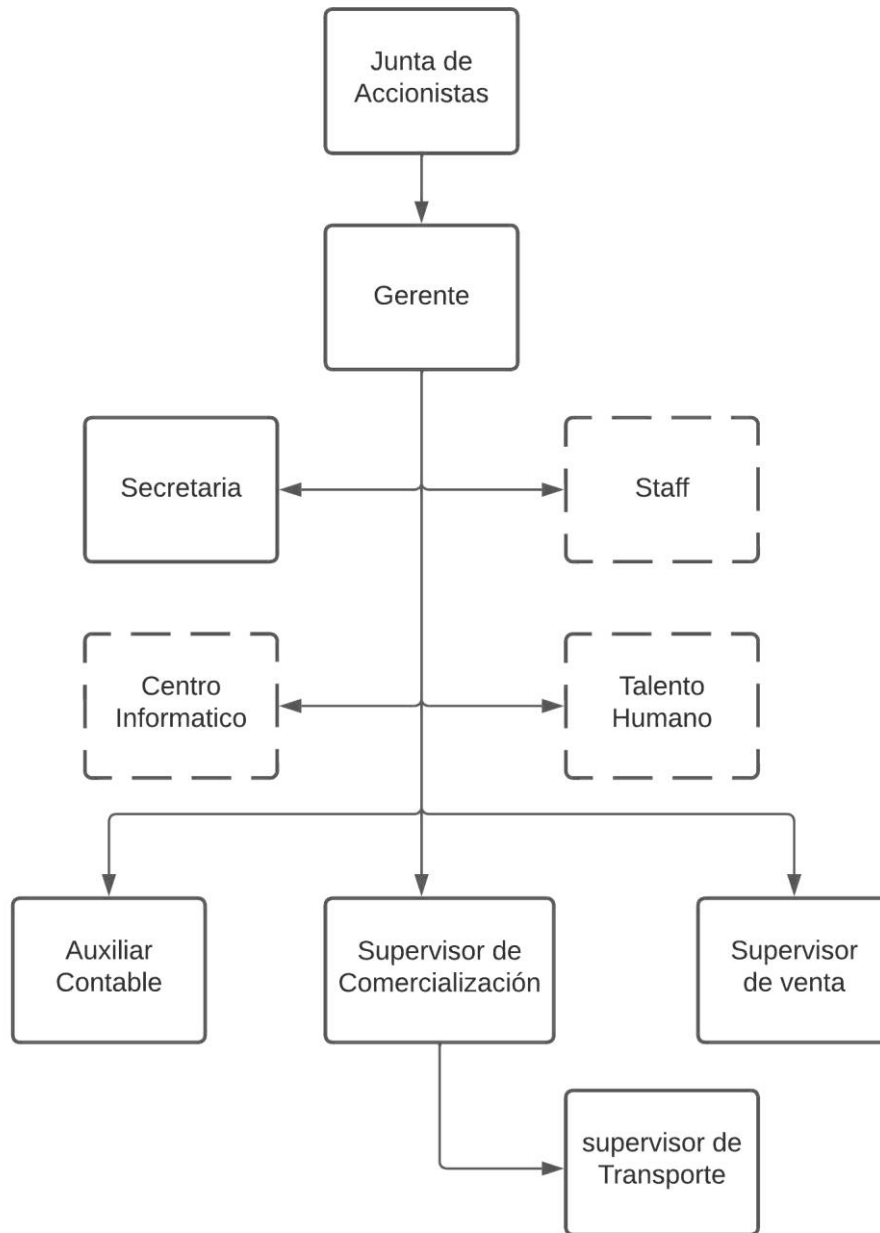
Ilustración 1. Compañía DIGASALBAN



Fuente: Google map

Estructura organizacional

Se presenta el siguiente organigrama de la compañía de DIGASALBAN de la Ciudad de Machala.



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Dimensión económica – financiera

La dimensión económica-financiera es esencial para garantizar la sostenibilidad de las acciones de Responsabilidad Social de "Digasalban". Una gestión financiera sólida y una evaluación cuidadosa de los costos y beneficios son cruciales para garantizar que las iniciativas de RSE no solo sean socialmente responsables, sino también económicamente viables a largo plazo. Además, la transparencia y la rendición de cuentas son fundamentales para mantener la confianza de los stakeholders financieros y la comunidad en general.

El dinero es uno de los recursos más escasos en el mundo, lo que provoca una intensa competencia por obtenerlo y controlarlo. En un contexto capitalista, acumular dinero se asocia con poder, riqueza y control. Por lo tanto, la dimensión financiera de cualquier proyecto, incluso aquellos de naturaleza social o gubernamental cuyo objetivo principal no sea generar ganancias, sigue siendo de gran importancia. En estos casos, asegurar la sostenibilidad de la inversión es esencial, lo que requiere un análisis económico y financiero cuidadoso del proyecto (Gómez et al., 2018).

Examinando la situación financiera de la empresa, por medio de los estados financieros se termino lo siguiente:

Tabla 19. Estado de situación inicial

Activo 191067.28	Pasivo 122684.69
	Patrimonio 68382.59

Elaborador por: la autora

Tabla 20. Estado de Resultados

Ingresos	433118.39
Egresos	28520.25

Elaborador por: la autora

Según los resultados de la empresa nos podemos dar cuenta que la empresa tiene una utilidad neta de 404.668,14 lo cual demuestra que existe una rentabilidad económica estable.

4.3.3 Dimensión social

Según Castaño y Arias (2021) la dimensión social de un proyecto se refiere a cómo dicho proyecto afecta y se relaciona con la empresa y la sociedad. Esta dimensión implica la consideración de factores sociales, culturales y humanos en todas las etapas del proyecto.

La dimensión social de esta propuesta busca asegurar que "Digasalban" sea una empresa socialmente responsable que contribuya de manera positiva al bienestar de la comunidad en

la Ciudad de Machala y mantenga relaciones éticas y constructivas con todas sus partes interesadas. Esto no solo puede mejorar su imagen de marca, sino también fortalecer su posición en la comunidad y promover una cultura de responsabilidad social empresarial.

4.3.4 Dimensión ambiental

De acuerdo a Ortiz y Alejandre (2020) la dimensión ambiental involucra la capacidad de integrar de manera sostenible los recursos humanos y naturales disponibles en una región específica desde una perspectiva económica, con el propósito de satisfacer las necesidades de las comunidades de una manera que esté en armonía con el entorno medioambiental. Estos elementos son esenciales y tienen un papel fundamental en la eficiencia y la competitividad de las actividades socioeconómicas y culturales.

La dimensión ambiental de esta propuesta busca asegurar que "Digasalban" sea una empresa comprometida con la sostenibilidad ambiental y la protección del entorno natural en la Ciudad de Machala. Al adoptar prácticas responsables con el medio ambiente, la empresa puede reducir su huella ecológica y contribuir a la conservación de los recursos naturales para las generaciones futuras.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

- En el primer objetivo específico de determinar si existe conocimiento de responsabilidad social entre los empleados de la empresa arroja resultados alentadores. La encuesta revela que aproximadamente la mitad de los empleados (el 50%) se considera moderadamente familiarizado con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este hallazgo sugiere que la empresa ha logrado transmitir cierto grado de conocimiento sobre la RSE a su personal, lo que puede ser un punto de partida sólido para implementar iniciativas y programas de RSE de manera más efectiva en el futuro. Sin embargo, también indica que existe margen para mejorar la comprensión y el compromiso con la RSE entre el otro 50% de los empleados, lo que podría requerir esfuerzos adicionales de capacitación y concientización en la organización. En última instancia, esta información puede servir como base para diseñar estrategias específicas destinadas a fortalecer la cultura de responsabilidad social dentro de la empresa.
- Luego en el segundo objetivo específico de identificar si la empresa tiene un presupuesto asignado para actividades de responsabilidad social arroja conclusiones significativas. Según la respuesta del gerente, se revela que la asignación actual de presupuesto para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es extremadamente baja, representando menos del 1% de los ingresos anuales, lo que equivale a aproximadamente \$2,000. Sin embargo, la perspectiva de los trabajadores, representada por el 60% de ellos, es que este presupuesto debería ser aumentado de manera significativa. Esta discrepancia entre la percepción del gerente y la de los empleados destaca un área de oportunidad importante. Aumentar el presupuesto asignado a la RSE podría permitir a la empresa llevar a cabo actividades más impactantes y efectivas en términos de responsabilidad social. Además, alinear las expectativas de los empleados con los recursos disponibles podría contribuir a una mayor satisfacción y compromiso por parte de la fuerza laboral.
- Por otro lado, en el tercero objetivo específico de determinar si existe una participación activa de los empleados en temas de responsabilidad social arroja un panorama alentador. Según los resultados de la encuesta, aproximadamente el 70% de los empleados participa ocasionalmente en actividades relacionadas con la

responsabilidad social a través de programas de voluntariado. Esto sugiere que existe un nivel significativo de interés y compromiso por parte de los empleados en contribuir a iniciativas de responsabilidad social dentro de la empresa.

- Y por último en el cuarto objetivo específico de determinar si existen conexiones con las necesidades de la comunidad revela resultados alentadores. Según los resultados de la encuesta, aproximadamente el 60% de los trabajadores se sienten positivos en cuanto a las contribuciones que realiza la empresa a la comunidad local. Este hallazgo sugiere que la empresa ha establecido vínculos efectivos con las necesidades y expectativas de la comunidad en la que opera. La percepción positiva de los empleados en relación con las contribuciones de la empresa indica que estas acciones son valoradas y reconocidas, lo que puede tener un impacto beneficioso tanto en la relación con la comunidad como en la reputación corporativa.

5.2 Recomendaciones

- Dado que aproximadamente la mitad de los empleados se considera moderadamente familiarizado con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es recomendable implementar programas de capacitación y concientización en la organización. Estos programas pueden abordar conceptos clave de RSE, sus beneficios y cómo se relacionan con las actividades cotidianas de los empleados. Esto ayudará a cerrar la brecha de conocimiento y fortalecer la comprensión y el compromiso con la RSE en toda la empresa.
- Dada la discrepancia entre la asignación actual de presupuesto para la RSE (menos del 1% de los ingresos anuales) y la percepción de los trabajadores (60% de los cuales creen que debería aumentarse significativamente), se recomienda realizar una revisión y reevaluación del presupuesto asignado a la RSE. Asegurarse de que el presupuesto esté alineado con las expectativas de los empleados puede aumentar la satisfacción y el compromiso de la fuerza laboral, lo que, a su vez, puede fortalecer el impacto de las iniciativas de RSE.
- Dado el alto nivel de interés y compromiso de los empleados en actividades de responsabilidad social a través de programas de voluntariado, se sugiere expandir y promover estas oportunidades de participación activa. La empresa puede considerar la creación de nuevos programas de voluntariado o fortalecer los existentes,

involucrando a más empleados en actividades que contribuyan al bienestar de la comunidad y refuercen la cultura de responsabilidad social dentro de la organización.

Bibliografía

- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa-Perú: Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%c3%b1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S., & Buñay-Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. doi:<https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- 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*, XIII(1). Obtenido de <https://rches.utem.cl/articulos/la-responsabilidad-social-y-su-relacion-con-el-exito-competitivo-una-validacion-cultural-del-instrumento-de-medida/>
- Ávila-Espinoza, A., & Cedeño-Pico, M. (2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 730-742. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7539708.pdf>
- Ayala Palacios, R., Leyva Cordero, O., Tamez González, G., & Hernández Paz, A. (2018). Gestión universitaria y gestión de. *Revista Venezolana de Gerencia*, Esp(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062781009>
- Barboza-Palomino, M., Ventura-León, J., & Caychorodríguez, T. (2018). Consideraciones en relación con el problema de la investigación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*, 29(1), 106-108. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2018/aci181h.pdf>

- Carrasco , J. (2018). Análisis epistemológico y construcción del objeto de estudio de la Psicopedagogía. *Pilquen - Sección Psicopedagogía*, 15(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6775646>
- Carreño Godoy, M. J., Erazo Álvarez, J. C., & Narváez Zurita, C. I. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 455-482.
doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.702>
- Castaño-Ramírez, A., & Arias-Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 1-25.
doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>
- Cervantes, M., De Anda, R., Rojas , D., z, A., & Muñoz, A. (2021). La dimensión medioambiental de la responsabilidad social empresarial: REVISIÓN DE LITERATURA. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS*(17), 80-93. Obtenido de <https://www.eumed.net/uploads/articulos/f310605bdba04a8c9a855b50b554d088.pdf>
- Charles-Leija, H., Sánchez Rodríguez, R., & Ramírez Jaramillo, A. (2020). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, UNA REFLEXIÓN PARA LAS PYMES AGROINDUSTRIALES DE MÉXICO. *Ciencias Administrativas*(16). doi:<https://doi.org/10.24215/23143738e067>
- Corona, L., Fonseca, M., & Corona, M. (2017). Algunas sugerencias prácticas para la formulación del problema científico y los objetivos en el proyecto de investigación.

MediSur, 15(4), 576-582. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/1800/180052835019.pdf>

Cruzado, L., & Alomia, D. (2020). Desempeño laboral en los trabajadores de la
Municipalidad de Lince. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 7(1), 61-72.
doi: <https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1414>

Daniel Licandro, O., Alvarado-Peña, L., Sansores Guerrero, E., & Navarrete Marneou, J.
(2019). Responsabilidad Social Empresaria:Revista Venezolana de Gerencia
definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). Obtenido de
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864016>

Espinoza Freire, E. (2018). EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. *Conrado*, 14(64),
22-32. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n64/1990-8644-rc-14-64-22.pdf>

Gallardo Vázquez, 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>

García Salazar, Á., Echeverri Rubio, A., & Vieira Salazar, J. (2021). Responsabilidad
social corporativa y gobernanza: una revisión. *Universidad & Empresa*, 23(40), 1-
26. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9389>

Gómez Cano, C., Sánchez Castillo, V., & Fajardo, M. (2018). Los proyectos y sus
dimensiones: una aproximación conceptual. *Contexto*(7), 57-64. Obtenido de
<https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/download/885/1362/>

- González, A. (2018). Prácticas ambientales en Pymes Ecuatorianas. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*, 12(22), 52-68. Obtenido de <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arje22e/art04.pdf>
- González, A., Alaña, T., & Gonzaga, S. (2017). La gestión ambiental en la competitividad de las PYMES del Ecuador. *INNOVA*, II(8.1), 236-248.
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.371>
- González, A., Urdaneta, K., & Muñoz, D. (2017). Liderazgo organizacional y responsabilidad socioambiental, una mirada desde la complejidad y postmodernidad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 11-23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29051457002.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173. Obtenido de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Hernández Calzada, M., Mendoza Mohen, J., & Salazar Hernández, B. (2017). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA FAMILIAR. *HOLOS*, 5, 174-185. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481554850015>
- Huacchillo Pardo, L., Ramos Farroñan, E., & Pulache Lozada, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-362. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-356.pdf>

- Lara Manjarrez, I., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*(43), 97–118. doi:<https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- López Salazar, A., Ojeda Hidalgo, J., & Ríos Manríquez, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *REVISTA DE CONTABILIDAD*, 20(1), 36-46.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Meibol, L., Vasquez, C., Perez, J., Garcia, E., & Scrich, A. (2017). Consideraciones teóricas acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en el contexto ecuatoriano. *Espacios*, 38(61), 20. Obtenido de <http://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 Investigacion en Ciencias Sociales*, 15(2), 339-362.
Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v15n2/2226-4000-riics-15-02-339.pdf>
- Moya, D., Copara, D., Amores, J., Muñoz, M., & Pérez, Á. (2022). Caracterización de los agentes de consumo de energía en el sector residencial del Ecuador a partir de una encuesta nacional y sistemas de información geográfica para el modelado de sistemas energéticos. *Enfoque UTE*, 13(2), 68-97.
doi:<https://doi.org/10.29019/enfoqueute.801>
- Muñoz Aparicio, C. G., & Pérez Sánchez, B. (2020). La Responsabilidad Social en CEMEX. *Investigación Valdizana*, 14(4), 175-187.
doi:<https://doi.org/10.33554/riv.14.4.728>

- Muñoz Aparicio, C., & Latapí Agudelo, X. (2021). Una mirada a la responsabilidad social corporativa, estudio de caso empresa Patagonia. *Revista Perspectiva Empresarial*, 8(2-1), 6-9. doi:<https://doi.org/10.16967/23898186.737>
- Murillo, J., Martínez, C., & Belavi, G. (2017). Sugerencias para Escribir un Buen Artículo Científico en Educación. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(3), 5-34. doi:<https://doi.org/10.15366/reice2017.15.3.001>
- Naranjo Arango, R., Mercado-Caruso, N., Naranjo Del Giudice, O., & Giraldo Oliveros, M. E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(84).
Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058776008>
- Núñez Lira, L., & Pedroza Rojas, R. (2019). Responsabilidad social y participación ciudadana en una municipalidad distrital de Lima Metropolitana. *REVISTA GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA*, 6(2), 85-100.
doi:<https://doi.org/10.24265/iggp.2019.v6n2.07>
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>
- Ortiz Bosch, M., & Alejandro Jiménez, S. (2020). LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DEL DESARROLLO LOCAL DESDE EL PARADIGMA DE LA SOSTENIBILIDAD. *Revista DELOS*, 13(37). Obtenido de <https://www.eumed.net/es/revistas/delos/vol-13-no-37-diciembre-2020/desarrollo-local>

Palacio, A. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75-85. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7830994.pdf>

Pérez Espinoza, M., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2017). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>

Ramos-Galarza, C. A. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>.

Rodríguez Cruz, L. A., Cuevas Pérez, V., & Aguirre Sotelo, V. N. (2019). Responsabilidad social Empresarial a las Responsabilidades en Derechos Humanos. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, 5(10). doi: <https://doi.org/10.29105/pgc5.10-3>

Salas, E. L. (2018). RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS Y SU LEGISLACIÓN EN EL ECUADOR. *Eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/responsabilidad-social-empresas.html>

Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Suárez Rodríguez, O., & Yance Acurio, H. (2020). Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. *Revista Mapa*, 12(18), 169-184. Obtenido de <https://revistamapa.org/index.php/es/article/view/233/319>

Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Universidad y Sociedad*, 12(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000300160&script=sci_arttext&tlng=en