



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN
EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Yadira Elena Alfonzo Orrala

LA LIBERTAD, ECUADOR

SEPTIEMBRE-2022



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021.

AUTOR:

Alfonzo Orrala Yadira Elena

TUTOR:

Ing. Lorena Reyes, PhD.

Resumen

En el ámbito empresarial existen muchos modelos de negocios que buscan solamente la generación de recursos económicos dejando de lado los grupos de interés que se ven afectados por sus actividades, la Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de gestión que engloba esos aspectos que pocas veces son considerados por su desconocimiento, lo que implica que tampoco conozcan las ventajas competitivas que se obtienen. Es por eso que el estudio tiene como objetivo principal analizar la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que propicia la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad, Año 2021. Se aplica la investigación descriptiva que permitirá analizar y describir el caso de investigación, utilizando como método de estudio el deductivo que involucra considerar aspectos generales del estudio partiendo de las fundamentaciones teóricas hacia algo específico y tras la recopilación de información a través de la encuesta se obtuvo como principales resultados el desconocimiento del tema de Responsabilidad Social Empresarial, además que existe poca divulgación de acciones responsables dentro del área de recursos humanos, es recomendable empezar un proceso de cambio y diferenciación con la integración de estrategias de RSE, considerando las políticas de gestión del capital humano como un eje del negocio.

Palabras Claves: Competitividad, Capital Humano, Estrategias, Responsabilidad Social Empresarial.



**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVENESS IN
THE “EL CAÑONAZO” CANTÓN LA LIBERTAD, YEAR 2021.**

AUTHOR:

Alfonzo Orrala Yadira Elena

ADVISOR:

Ing. Lorena Reyes, PhD.

Abstract

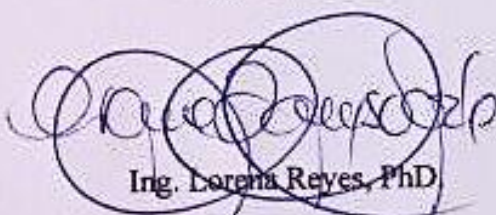
In the business field there are many business models that seek only the generation of economic resources, leaving aside the interest groups that are affected by their activities, Corporate Social Responsibility is a new form of management that encompasses those aspects that are rarely considered for their ignorance, which implies that they are also unaware of the competitive advantages obtained. That is why the main objective of the study is to analyze Corporate Social Responsibility, as an element that fosters competitiveness in the store El Cañonazo of cantón La Libertad, Year 2021. Descriptive research is applied that will allow analyzing and describing the research case, using the deductive study method that involves considering general aspects of the study starting from the theoretical foundations towards something specific and after collecting information through the survey, it was obtained as main results the ignorance of the subject of Corporate Social Responsibility in addition to there is little disclosure of responsible actions within the human resources area, it is advisable to start a process of change and differentiation with the integration of RSE strategies, considering human capital management policies as a core of the business.

Keywords: Competitiveness, Human Capital, Strategies, Corporate Social Responsibility.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”**, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021, elaborado por la Sra. Yadira Alfonzo Orrala egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

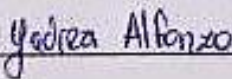


PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Yadira Elena Alfonzo Orrala con cédula de identidad número 2400023756 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Alfonzo Orrala Yadira Elena

C.C. No.: 2400023756

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, por sus constantes bendiciones, por brindarme todos los días la oportunidad de estar con mi familia y de realizar invariables actividades para cumplir mis sueños.

Mi profundo agradecimiento a los docentes y autoridades que forman parte de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quienes me abrieron las puertas y han sido parte de este proceso de formación profesional.

A Nilo García gerente del almacén El Cañonazo por permitirme realizar todo el proceso de investigación dentro de su empresa.

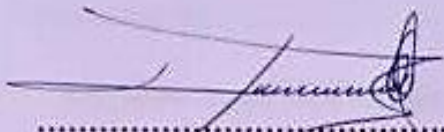
DEDICATORIA

El presente informe es dedicado principalmente a Dios que nos brinda salud y fuerza para poder afrontar las diferentes circunstancias de la vida, aquel ser inspirador que nos incita a cumplir con nuestros sueños y anhelos.

A mi hija, aquella personita que me motiva a seguir adelante y poder formarme profesionalmente para ser un buen ejemplo en su futura formación.

A mi mamá y hermanos por su cariño, amor y apoyo moral, por estar siempre presente en esta etapa de mi vida, es un orgullo y privilegio formar parte de esta pequeña familia que a pesar de pasar por muchos obstáculos sigue unida

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



.....
Lic. José X. Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



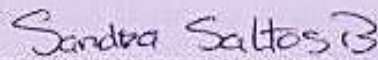
.....
Ing. Fausto Calderón, MBA.
PROFESOR ESPECIALISTA



.....
Ing. Lorena Reyes, PhD.
PROFESOR TUTOR



.....
Ing. Sabina Villón Perero, Mgs
PROFESORA GUÍA DE LA UIC



.....
Lic. Sandra Saltos Burgos
SECRETARIA

Índice

Introducción	1
Capítulo 1	8
Marco Teórico.....	8
1.1. Antecedentes de la Investigación	8
1.2. Bases Teóricas.....	11
1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial	11
Stakeholders o Grupos de Interés.....	16
1.2.1.1.1. Propietarios.	17
1.2.1.1.2. Empleados.....	18
1.2.1.1.3. Medio ambiente.....	19
1.2.2. Competitividad.....	20
1.2.2.1. Innovación.....	21
1.2.2.1.1. Recursos.....	22
1.2.2.1.2. Calidad.....	23
1.2.2.1.3. Tecnología.....	24
1.2.2.2. Capital Humano.	25
1.2.2.2.1. Capacitación.....	26
1.2.2.2.2. Motivación.....	27
1.2.2.2.3. Educación.....	28
1.3. Fundamentos Sociales y legales	28

1.3.1. Fundamentación Social	28
1.3.2. Fundamentación Legal	29
Capítulo II	31
Metodología	31
2.1. Tipo de investigación	31
2.1.1. Investigación Descriptiva	31
2.2. Métodos de la Investigación	31
2.2.1. Deductivo	31
2.3. Población y muestra	32
2.4. Diseño de recolección de datos	32
Capítulo III	34
Resultados y Discusión	34
3.1. Análisis de datos	34
3.2. Discusión	53
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Referencias Bibliográficas	58
Apéndices	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Población del Almacén " El Cañonazo"	32
Tabla 2. Género de los encuestados	34
Tabla 3. Edad de los encuestados.....	35
Tabla 4. Tiempo laborando en la empresa	36
Tabla 5. Conocimiento de la RSE	37
Tabla 6. RSE con la comunidad.....	38
Tabla 7. La RSE y calidad de vida de los empleados	39
Tabla 8. Cuidado del medio ambiente.....	40
Tabla 9. RSE y la competencia	41
Tabla 10. Plan de Seguridad y Salud Ocupacional	42
Tabla 11. Bienestar laboral.....	43
Tabla 12. Diálogo y trabajo en equipo	44
Tabla 13. Socialización de misión, visión y políticas institucionales	45
Tabla 14. Calidad del producto	46
Tabla 15. Proceso de Capacitación	47
Tabla 16. Innovación de productos	48
Tabla 17. Otorga la empresa retribución a empleados	49
Tabla 18. Recursos tecnológicos o sistemas de información.....	50
Tabla 19. Espacios de crecimiento personal	51
Tabla 20. Escalas remunerativas	52

Índice de Figuras

Figura 1. Género de los encuestados.....	34
Figura 2. Edad de los encuestados	35
Figura 3. Tiempo laborando en la empresa.....	36
Figura 4. Conocimiento sobre la RSE.....	37
Figura 5. RSE con la comunidad	38
Figura 6. La RSE y calidad de vida de los empleados.....	39
Figura 7. Cuidado del medio ambiente	40
Figura 8. RSE y la competencia.....	41
Figura 9. Plan de Seguridad y Salud Ocupacional.....	42
Figura 10. Bienestar laboral	43
Figura 11. Diálogo y trabajo en equipo.....	44
Figura 12. Socialización de misión, visión y políticas institucionales.....	45
Figura 13. Calidad del producto.....	46
Figura 14. Proceso de Capacitación.....	47
Figura 15. Innovación de productos.....	48
Figura 16. Otorga la empresa retribución a empleados	49
Figura 17. Recursos tecnológicos o sistemas de información	50
Figura 18. Espacios de crecimiento personal.....	51
Figura 19. Escalas remunerativas.....	52

Índice de Apéndices

Apéndice A. Artículos de la Constitución de la República del Ecuador	67
Apéndice B. Matriz de consistencia	68
Apéndice C. Matriz de Operacionalización	69
Apéndice D. Formato de la Encuesta	70
Apéndice E. Validación de Instrumento	72
Apéndice F. Carta Aval	73
Apéndice G. Certificado Urkund.....	74
Apéndice H. Imágenes de encuestas realizadas	76
Apéndice I. Cronograma	77

Introducción

Las empresas buscan constantemente evolucionar por tal motivo, adoptan nuevas tendencias o implementan estrategias para mantenerse en el mercado, para lograrlo es necesario que toda empresa sea competitiva, más aún cuando se encuentra el mundo completamente globalizado, donde las exigencias de los usuarios van incrementando continuamente.

El paso de los años ha permitido que las empresas cambien sus objetivos involucrándose más en asumir una conciencia ecológica y social, ya no se centra solamente en el caso típico de generar rentabilidad y crecer, por el contrario, se enfoca en generar un impacto positivo a la sociedad e incluso al medio ambiente, a través de la aplicación de buenas prácticas.

En efecto, al modernizar la concepción de las diversas organizaciones, se confirma que las empresas a nivel mundial están adoptando la Responsabilidad Social Empresarial en sus gestiones, aquel modelo que genera compromiso de carácter ético, en virtud de sus múltiples presiones que tiene la sociedad y el entorno en el que se desarrolla, puesto que, actualmente se busca la sostenibilidad no solo monetaria sino social y ambiental situando como enfoque primordial a los stakeholders.

En Latinoamérica existen marcos regulatorios que respaldan la aplicación de la responsabilidad social empresarial, porque comprende temas relacionados como es la preservación del medio ambiente, cumplimiento de los derechos humanos y las buenas prácticas laborales, etc., uno de ellos son los objetivos de desarrollo sostenible que según Cifuentes et al. (2021) señala que:

Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) son el camino a la consecución de un mundo mejor, conformado por 17 objetivos que se establecen basándose esencialmente en el bienestar social y económico de las comunidades los cuales buscan como objetivo la protección del planeta, erradicar la pobreza y el bienestar para todos (p.550).

Es decir, los ODS entiende temas principales que comprende la RSE, sin embargo, en ocasiones es difícil su cumplimiento de tales normas, pese a que existen empresas que aplican esta práctica obteniendo buenos resultados que mejoran su situación empresarial.

En Ecuador, son pocas las empresas que se han adherido a la práctica de la responsabilidad social empresarial por el hecho de no ser una forma de gestión común en las empresas, el pequeño grupo que sí establece prácticas responsables está conformado de grandes compañías, aquellas que prefieren enfocarse en la sociedad y en el ambiente (Tello et al., 2018). En el contexto nacional, se evidencia que los empresarios no tienen conocimiento sobre la existencia de este factor lo que conlleva que tampoco conozcan las ventajas que trae consigo su aplicación.

Hoy en día se evidencia que el interés de las empresas ya no solamente se basa en satisfacer las necesidades de sus clientes brindándole un producto/servicio, sino en el impacto que éste genere, además ha aumentado el interés por los factores que se relacionan dentro y fuera de la organización dándole cada vez mayor importancia a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Entonces **el problema** se centra frente a este cambio de pensamiento que trajo la evolución de la sociedad el cual ha permitido que las personas se empiecen a preocupar por otros factores, por tanto, ha dado como resultado que las empresas estén constantemente compitiendo, para cumplir con nuevas expectativas, por consiguiente, ha llevado a las empresas a adoptar nuevas estrategias para generar competitividad, considerada como elemento clave dentro del crecimiento empresarial.

Con respecto al contexto local se conoce que la economía de la provincia de Santa Elena se sostiene del comercio, la pesca y el turismo donde se denota poca presencia de actividades pertenecientes a la RSE, Santa Elena está constituido por tres cantones que son: Santa Elena, La Libertad y el cantón Salinas, en donde el punto de estudio se realiza en el Cantón La Libertad el cual es considerado como el centro de acopio de las actividades comerciales donde sobresale la competitividad.

El almacén El Cañonazo pertenece al grupo empresarial García, se dedica principalmente a la venta de telas, este almacén es reconocido dentro de la provincia por sus años que tiene en el mercado, sin embargo, sus directivos no optan por la responsabilidad social empresarial y no se dan cuenta de que genera ventajas competitivas dejando de lado la importancia de factores exógenos como el medio ambiente y la comunidad asimismo de su capital humano logrando que sus empleados se sientan desmotivados lo que implica que el servicio brindado no satisfaga a sus clientes y que no se cumplan los objetivos de la empresa disminuyendo de esta forma la competitividad de la empresa, factores en el cual se centra la investigación, es por tal motivo que se plantea la pregunta problemática siguiente:

¿De qué manera la responsabilidad social empresarial contribuye en la competitividad del almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad?

En base a la información antepuesta se procede a determinar el **Objetivo General** de la investigación que es:

Analizar la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que propicia la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.

Del mismo modo se plantean los siguientes **objetivos específicos** que permitirán el cumplimiento del objetivo general que son:

- Fundamentar teóricamente las variables del presente estudio.
- Identificar la aplicación de responsabilidad social empresarial que genera competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.
- Establecer estrategias orientadas a la responsabilidad social empresarial que permitan el fortalecimiento de la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.

La Justificación teórica del presente estudio de investigación se respalda de aportaciones teóricas recopilada de fuentes confiables como repositorios y artículos sobre las principales variables de la investigación con el fin a de analizar la forma en que contribuye la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad. Esta investigación permitirá que el Almacén “El Cañonazo” identifique la importancia de involucrar actividades responsables en sus gestiones enfocándose principalmente en los stakeholders.

La responsabilidad social empresarial o corporativa involucra temas que cada vez adquieren más importancia, y las investigaciones de Remache et al. (2018) aseveran que es utilizado con el fin de mejorar la competitividad y el valor añadido lo cual implica que la empresa contribuya de manera voluntaria a realizar actividades en mejoras del ámbito social económico y ambiental.

La aplicación de la responsabilidad social empresarial se puede llevar a cabo en cualquier empresa y se relaciona principalmente con la competencia debido que al aplicarla genera buena imagen, mayores recursos económicos, etc. Así como menciona Jaimes et al. (2021) la aplicación de actividades responsables trae consigo buenos aspectos como sostenibilidad, la motivación laboral, la innovación, el desempeño organizacional y la mejora de la imagen pública.

A través de la **Justificación metodológica** se pone de manifiesto que el enfoque de la investigación es de carácter descriptivo porque busca como objetivo analizar, identificar y describir la Responsabilidad Social Empresarial como un factor que propicia la competitividad en el Almacén “El Cañonazo” utilizando como técnica de recopilación de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario con escala de evaluación de Likert, que permiten compilar datos verídicos esenciales, analizar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial y como afecta en la competitividad de la empresa.

La población y muestra determinada para el presente estudio comprende el número total de empleados y el Gerente General del almacén, el procesamiento de la información recopilada será analizada posteriormente de haber concluido con el proceso de recopilación de datos.

La Justificación práctica de esta investigación parte al conocer que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial brinda buenos resultados, y que no solamente se desarrolla en las grandes empresas sino que busca involucrarse en las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) debido a que este segmento de empresas engloba un conjunto superior en la participación de la economía del país, es considerada como estrategia positiva, enfrentando aquellos retos (ambientales, sociales, económicos) que se presentan en los negocios debido a la evolución de la sociedad.

El presente estudio permitirá establecer estrategias sobre la base de la Responsabilidad Social Empresarial con el fin de aportar al desarrollo sostenible buscando mejoras en ámbitos económicos, sociales y ambientales, en otras palabras, su desarrollo permitirá resolver los problemas de la empresa y generar bienestar con sus grupos de interés internos y externos.

La idea por defender en la presente investigación es: La Responsabilidad Social Empresarial contribuye positivamente en la competitividad del almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.

El presente trabajo de investigación comprende 3 capítulos aquellos que se mencionan a continuación:

El trabajo empieza con una introducción que comprende el problema de la investigación, la formulación del problema y las justificaciones tanto teórica, metodológica y práctica, además para dar respuesta a la problemática se establecieron objetivos, el general y los específicos.

El Capítulo I denominado Marco Teórico contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas que son las conceptualizaciones de las variables con sus respectivas dimensiones, además que se encuentran las fundamentaciones sociales y legales del tema de investigación.

Capítulo II se describe la metodología, es decir el tipo de y método de la investigación, la determinación de la población y la muestra, además que engloba las técnicas y los instrumentos de investigación utilizados para su posterior análisis de datos.

En el Capítulo III luego de la recopilación de datos se analizan y muestran los resultados y posteriormente la discusión de la investigación.

Se finaliza con las respectivas conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas que respaldan la información de la investigación.

Capítulo 1

Marco Teórico

1.1. Antecedentes de la Investigación

En el mundo empresarial se visualizan negocios en constante competencia, por ello se adaptan nuevas tendencias que favorezcan el desarrollo de estos negocios, tales como la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y su contribución a la sociedad basándose en estos aspectos es que se centran las investigaciones de los siguientes autores que fundamentan la presente investigación.

Como indica Guachamboza (2019), en el trabajo de titulación nominado como “La Responsabilidad social empresarial como factor determinante de competitividad del sector manufacturero de la ciudad de Ambato”. que utiliza una metodología acorde a lo que se busca con tipo de investigación descriptiva y enfoque cuantitativo que permitió recopilar y analizar datos de la población en estudio, con la intención de “Analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial como determinante de competitividad”. Sus variables se sustentan en las bases teóricas por lo que se realizó una ardua revisión en fuentes bibliográfica que permitió a los autores tener una visión clara de cómo las empresas han cambiado en los últimos años.

Finalmente se comprueba su hipótesis planteada mediante la tabulación de datos que presentó como conclusiones que la práctica de la responsabilidad social influye de manera significativa en la competitividad de las empresas brindándoles compromiso con la sociedad y generando una imagen positiva en el mercado.

Por otra parte las aportaciones de Sánchez (2021) en su presente investigación denominada “La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su incidencia en la competitividad de las empresas del Sector Agroindustrial. Caso de Estudio Alpina S.A. (2015.2019)” en donde presenta como objetivo general “Definir como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) incide en la competitividad de las empresas del sector agroindustrial a través del caso de estudio en Alpina S.A. (2015-2019)”.

La metodología utilizada para cumplir con el objetivo es el uso del tipo de investigación exploratoria y descriptiva con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), realizando un estudio mediante los informes de sostenibilidad logrando conocer las diferentes prácticas de sostenibilidad que realiza la empresa en beneficio de sus stakeholders, lo que ha permitido su buena posición en el mercado con índices altos de rentabilidad.

Se obtuvo como resultados que las prácticas de RSE si crean valor para la empresa además que permite sobresalir como una de las organizaciones más competitivas en el mercado y mejorar su imagen corporativa, por medio del buen desempeño económico y uso óptimo de sus recursos.

Asimismo según Merchán (2018) en su trabajo de investigación denominado “La Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el éxito competitivo de las micro, pequeñas y medianas empresas del Cantón Jipijapa” se propone como objetivo principal “Determinar el impacto de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las MIPYMES del cantón Jipijapa”.

Para el cumplimiento del estudio, se utilizó la investigación de campo y los métodos: exploratorio, bibliográfico y de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo debido a la aplicación de encuestas que permitieron obtener información de 30 MIPYMES de la zona urbana y obtener resultados favorables. Los resultados muestran que la población no realiza actividades de RSE, cabe recalcar que ninguna empresa se desarrolla responsablemente solo están limitados al buen trato hacia el cliente a su vez esto limita a que las MIPYMES tengan un alto impacto de éxito competitivo.

En base a las investigaciones de Castro (2017) en su artículo de investigación científico titulado “La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las organizaciones empresariales” busca cumplir con el principal objetivo de “Analizar los factores determinantes de la responsabilidad social empresarial y la competitividad en el contexto empresarial.” El tipo de investigación utilizada es la investigación descriptiva que permite analizar para posteriormente describir, con diseño no experimental que se basa principalmente en el uso del análisis.

La recopilación de datos fue a través de fuentes secundarias tales como en páginas web, artículos científicos, bibliografías que guarden relación con el tema principal, permitiendo concluir que la responsabilidad social empresarial se relaciona con la competitividad brindando oportunidades para aumentar la productividad, lograr un crecimiento sostenible para mantenerse en el tiempo e incluso ampliar su negocio para involucrarse en nuevos mercados.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial

Interpretando las investigaciones de Rodríguez y Saldaña (2019) afirman que la responsabilidad social empresarial es una gestión que se adapta de forma voluntaria e involucra aspectos sociales y del medio ambiente debido a sus múltiples preocupaciones que se viven, asimismo involucra la relación de la empresa con sus stakeholders. Lo primordial que se destaca de la cita del autor es que la implementación de la responsabilidad social empresarial en la organización nunca es obligatoria, sino que todo depende de la disposición del dueño del negocio.

Es necesario recalcar que la responsabilidad social empresarial se adapta como un nuevo modelo de negocio para enfrentar los diversos problemas sociales y medioambientales que surgen al llevar a cabo las actividades que permiten el funcionamiento del negocio, obteniendo así una relación positiva con sus grupos de interés.

Los puntos de vista de Villacís y Caiche (2021) manifiestan que la Responsabilidad Social Empresarial forma parte de la empresa porque es considerada como una nueva forma de gestionar las actividades que realiza la empresa, enfocándose en los aspectos de interés de aquellos grupos con los que se relaciona, influyendo en sus operaciones y logrando que sean sustentables dentro del ámbito social, económico y ambiental.

En los actuales momentos la Responsabilidad Social Empresarial es considerado como un modelo de gestión que toda empresa debería implementar en vista de la sustentabilidad que logra con su adaptación, sus actividades se encaminan en nuevas actividades que benefician aspectos internos y externos de la organización, sobre todo en el ámbito social y ambiental puesto que existen amenazas que afectan diaria y directamente estos entornos lo que pueden afectar la población futura.

Las consideraciones de Huerta y Andrade (2021) describen que en estos tiempos dentro del ámbito empresarial, la Responsabilidad Social Empresarial es un tema importante de acuerdo a la relación que se crea con los aspectos legales y se caracteriza por su complejidad de aplicación debido a que debe cubrir las múltiples demandas de los diversos grupos de interés, implementando estrategias que minimicen el impacto que ocasionan el desarrollo de las actividades comerciales de las organizaciones en el ámbito social, laboral, ambiental y derechos humanos.

Es decir, por su relevancia que conlleva la aplicación de la responsabilidad social empresarial que implica minimizar los impactos en cuanto a sectores ambientales y sociales ha permitido que se asocie con aspectos legales debido a su compleja implementación dentro de las organizaciones porque involucra aspectos como los derechos humanos, medio ambiente, etc., respaldados en las leyes del estado.

Actualmente, no existe ley alguna que obligue a ajustar la Responsabilidad Social Empresarial en sus actividades diarias, sin embargo, existen empresas que la aplican voluntariamente y logran una buena imagen corporativa lo que mejora su competitividad a través de los aportes que brinda, basado en el buen desarrollo social y ambiental.

Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

En la opinión de Acevedo et al. (2021), manifiesta que las empresas deben establecer objetivos permanentes hacia la sustentabilidad, con la finalidad de disminuir o eliminar los impactos perjudiciales a los que se enfrenta la sociedad por el mal uso de recursos.

Empleando las ideas del autor, la necesidad de implementar estrategias relacionadas a la sustentabilidad es algo que favorece en todos los aspectos a la sociedad, así mismo brinda ventajas competitivas al mismo tiempo que reduce los impactos desfavorables.

Las opiniones de Scavone et al. (2020) recalcan que el impulso de las organizaciones hacia la implementación de estrategias se da por la globalización o internacionalización de las empresas que involucra aspectos como introducir al mercado como una empresa sustentable, aspecto de diferenciación frente a la competencia además que puede servir como ejemplo para que otras organizaciones voluntariamente adopten la RSE, debido a que existen leyes que respaldan, etc., y demás factores que incentivan a su aplicación.

Las evoluciones de los mercados traen consigo la necesidad de que la empresa genere ventajas competitivas a través de la adaptación de las estrategias en cuanto a responsabilidad social empresarial que brinda no solamente bienestar a la población sino a sus recursos humanos y medio ambiente.

Existen reglamentos y leyes que respaldan los aspectos de la RSE, tales como el cumplimiento de los derechos humanos y cuidado del medio ambiente, la empresa que lo implemente puede ser ejemplo para que las demás lo lleven a cabo.

Bajo el esquema de Parrales et al. (2021) señala sobre el alto impacto que logra la empresa al aplicar estrategias de responsabilidad social empresarial, especialmente en las empresas de actividades comerciales debido a su gran participación en el mercado, pues genera un alto nivel de desarrollo tanto social como económico. Dentro de las principales ventajas que se obtienen con la aplicación de estrategias de RSE se encuentran la buena imagen corporativa, mejor desempeño económico, compromiso con los grupos de interés y participación en la comunidad.

Relación entre Responsabilidad Social Empresarial y competitividad

La Responsabilidad Social Empresarial siempre es vista desde un enfoque superior, es decir que solo es aplicado en las grandes empresas, sin embargo, autores como Jurado et al. (2020) revelan que empresas que realizan actividades medioambientales o sociales tienen mayor competitividad porque innovan usando tecnologías que no afectan el medio ambiente. En relación con la PYME no cambia la perspectiva porque también es considerada como un elemento que genera competitividad, en donde los resultados de aplicar estrategias de RSE no pueden ser visibles en un corto período de tiempo.

Bajo el esquema de Tamayo (2019) el objetivo de integrar la RSE en una PYME se da con el fin de implementar una gestión por reputación además de crear valor a los grupos de interés, sin embargo esta gestión no es notoria en este tipo de empresas tomando como nombre la competitividad que se logra enfocándose no solamente en la economía.

Las empresas practican la responsabilidad social empresarial cuando ven más allá de solamente cumplir con su actividad comercial y obtener beneficios, sino que toma en cuenta cumplir con las expectativas de todo lo que se involucra en su empresa llevando a la toma de decisiones que cambian la forma de actuar de la empresa frente a sus grupos de interés creando valor y aportando significativamente en la competitividad (Remache et al., 2018).

Las concepciones individuales tanto de la Responsabilidad Social Empresarial y competitividad hace énfasis en la transformación de las empresas, en donde su relación ha dado resultados exitosos, siendo notable el incremento en la competitividad al asumir retos responsables (Vergara, 2016).

Las conceptualizaciones de las variables del estudio indican que son factores relacionados con la transformación o evolución en el mundo de los negocios, que se implementan para afrontar las demandas del mercado, la adaptación de la RSE crea una competitividad elevada.

La relación positiva existente entre la Responsabilidad Social Empresarial con la competitividad trae consigo ventajas entre las que se destaca: fortalecimiento de la imagen de la empresa y mejor posicionamiento de la marca, incremento en el desempeño financiero al contar con empleados capacitados, aumento de calidad e innovación de productos, disminución de los costos de producción y afectaciones hacia el medio ambiente (Lara y Sánchez, 2021).

Stakeholders o Grupos de Interés.

Los stakeholder o grupos de interés se refiere a aquellos grupos que se encuentran dentro y fuera de la organización, aquellos que intervienen en la toma de decisiones, debido a su afectación que les recae al realizar las actividades comerciales de la empresa, en donde estos grupos lo único que buscan es prosperar (León et al, 2019).

Los grupos de interés o también llamados stakeholders son una parte primordial para que las empresas realicen sus actividades comerciales, debido a que se pueden encontrar en la empresa o fuera de ella, las decisiones tomadas por los dueños pueden afectar a los grupos de interés que solo buscan progresar en un ambiente sano, sin contaminación, donde no se vulneren sus derechos.

Bajo la perspectiva de Pérez et al. (2022) argumenta que los grupos de interés son un factor clave en las gestiones empresariales por ende se deben reconocer para posteriormente implementar estrategia en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, para mejorar el desarrollo productivo y llegar a ser una empresa sostenible con buena reputación.

Es necesario que las empresas identifiquen sus grupos de interés que no siempre serán los mismos ya que depende del contexto de la organización, existen muchas formas de dividir a los grupos de interés, en este caso se dividirán por dimensiones los cuales se detallan a continuación:

Stakeholders Internos

Las investigaciones de Ramírez (2021) determina que los Stakeholders internos son los grupos de interés conformados por los propietarios, los gerentes o directivos y los empleados; denominados como el recurso intangible de la organización pues es factor clave, en donde de sus actividades depende los resultados que se obtenga además que influye en el proceso de toma de decisiones. (p. 38)

La dimensión interna de los stakeholder son el factor primordial para que se pueda llevar a cabo la actividad comercial de la empresa, estos a su vez realizan todas las operaciones y forman parte en la toma de decisiones, son considerados también como el capital humano que está comprendido por los trabajadores, directivos, dueños del negocio. Esta dimensión permite el logro de los objetivos organizacionales pues estos grupos están internamente y son aquellos que establecen la relación positiva con el fin de cumplir las necesidades de los grupos externos.

1.2.1.1.1. Propietarios.

A juicio de Ayala (2021) considera que “los propietarios o accionistas son aquellos que tienen participaciones en relación con la propiedad de la empresa ya sea en su totalidad o por acciones”, su participación es el más importante pues de él dependen que se cumplan las acciones de la empresa, asimismo como involucrar la RSE en sus operaciones pues esto depende de la voluntad del propietario.

El autor manifiesta que el propietario o los accionistas son quienes toman las decisiones en beneficio de la organización pues cumplen el rol de dueños de la empresa y son los únicos con la potestad de realizar cualquier cambio dentro de la empresa si fuese necesario, los propietarios deben poseer una personalidad basada en valores.

Como expresa Spence (2016) los propietarios deben enfrentar las presiones que tiene el mercado y adaptar sus leyes en beneficio de los grupos de interés, este grupo es considerado un personal con valores y principios que velan por su integridad y la de los demás. Bajo el ángulo del autor considera este grupo humano como personas con ética personal, capaces de brindar confianza y establecer vínculos con sus grupos de interés, tratando de cumplir con las demandas que tiene el mercado a través de la implementación de estrategias.

1.2.1.1.2. Empleados.

Desde la perspectiva de Ramirez (2021) deduce que los empleados son considerados como el capital humano aquella inversión intangible de la organización y es un grupo de interés interno ya que se encuentra dentro de la empresa y realiza las operaciones encomendadas dependiendo del área en que se encuentren tales como: la administrativa, dirección, ventas o comercialización y la operativa, considerando que estas áreas dependerán del tipo de empresa.

En la empresa uno de los principales grupos de interés son los empleados debido a que son los encargados de realizar las actividades enfocadas al cumplimiento de la misión de la empresa, en efecto, estos se encuentran divididos en diversos departamentos tales como el departamento de Administración, finanzas, operacional, etc.

Los estudios de Azuero et al. (2022) afirman que la relación existente entre los empleados y la empresa parte desde el cumplimiento de los derechos humanos que involucra aspectos de igualdad, formación y la seguridad laboral, estos factores colaboran para crear un ambiente laboral de calidad.

El autor impone aquellos aspectos que en ocasiones no son considerados en lo que respecta al desarrollo de sus empleados pero que se relaciona con la responsabilidad social empresarial, explica que no solamente se debe cumplir con el sueldo básico impuesto por la ley sino más bien lograr un buen ambiente laboral respetando esos derechos que toda persona posee y que a veces son vulnerados o logrando que su espacio en donde labore sea totalmente seguro.

Stakeholders Externos

Según García et al., (2017) explica que “los stakeholders externos son grupos que no están en función directa de la empresa”(p.111). Estos grupos externos incluyen a los proveedores, los sindicatos, clientes externos, bancos, organizaciones sociales, la comunidad en general, el entorno ambiental y entre otros (Ríos et al., 2020, p.2).

Las actividades que realizan las empresas suelen afectar de manera interna como externa a aquellos grupos de interés, en este caso los grupos de interés externos comprenden a aquellos grupos que por alguna razón salen afectados por la actividad comercial, lo cual implica clientes, proveedores, comunidad y el medio ambiente.

1.2.1.1.3. Medio ambiente

Las aseveraciones de Zurita et al. (2020) declara que “el medio ambiente es el entorno donde conviven las personas el cual ofrece muchos beneficios por ende es declarado un bien de la sociedad el cual posee un gran valor y es necesario cuidarlo”. La relación existente con el medio ambiente es que la empresa que pretenden adaptar la RSE genera un compromiso con el entorno e involucra estrategias que eviten la contaminación.

El medio ambiente es el entorno que rodea conformado por seres vivos y elementos que carecen de vida, factor fundamental en la sociedad porque brinda recursos que posibilita la vida y su cuidado es cada vez más esencial ya que de eso dependerá la supervivencia de las personas.

1.2.2. Competitividad

Las averiguaciones de Charpentier et al. (2021) explican que “existen factores que caracterizan la competitividad en esta era global, dentro de ellos existe énfasis en la innovación, tecnología, flexibilidad productiva, el desarrollo del capital humano, la gestión financiera y calidad” (p.176). El plantea que para que un negocio tenga un buen nivel de competitividad debe tener en cuenta factores como el capital humano que se relaciona directamente con el público objetivo, la tecnología e innovación son aspectos diferenciales que permitirán enfrentar intereses de los clientes.

Las apreciaciones de Díaz et al. (2021) manifiesta que la competitividad hace referencia a la rivalidad que se dan entre empresas para sobresalir, esto depende de la forma de gestión y su relación con como clientes, proveedores y directivos, colocando como finalidad la alta capacidad que posee frente a la competencia para satisfacer las necesidades de las personas.

La competitividad es el factor esencial para que el negocio se mantenga a través del tiempo es por tal motivo que los negocios que se dedican a brindar productos o servicios similares empiezan a competir por ganarse la confiabilidad de los clientes, al brindar un producto o servicio que satisfaga más allá de sus expectativas, es por tal motivo que las empresas se centran en los factores que se relacionan con la empresa.

Según indagaciones de Palacios y Paredes (2019) revelan que la Competitividad se obtiene a través del proceso de mejoras y el poder de adaptación a las leyes existentes en los mercados mundiales, los principios vitales que se buscan es mejorar la dimensión de la vida y su satisfacción personal de los clientes.

Las empresas que optan por ser más competitivas no solamente buscan destacar en el mercado, sino que buscan mejorar sus procesos para una mejor satisfacción del cliente, dentro de este enfoque se denotan que según estudios en mercados globales este es un requerimiento necesario para la sostenibilidad del negocio.

1.2.2.1. Innovación.

La innovación es un factor que incentiva a los cambios, en empresas comerciales este elemento de la competitividad se adapta a las preferencias de los clientes buscando plena satisfacción en sus necesidades, el cual aporta favorablemente a que la permanencia del mercado sea por un largo periodo de tiempo y mejore la competitividad de la empresa, que implica integrar la tecnología, personas y recursos creando de esta manera el valor agregado del producto servicio que se brinda (García et al., 2021).

La opinión del cliente debe ser primordial al momento de que la empresa desea innovar ya sea en sus productos o procesos debido a que todo objetivo que la empresa implementa se enfoca en la satisfacción de sus necesidades, por otro lado, el autor indica que los factores principales en la innovación son: la tecnología, recursos, conocimientos y personas.

En las investigaciones de Morales et al. (2018) ratifica que tanto la competitividad con la innovación son compendios dependientes, debido a que toda estrategia de innovación que se pretende inducir en la empresa traería consigo la obtención de ventajas competitivas, y por ende más beneficios al negocio. Entonces, los resultados de transformación hacia una empresa innovadora permiten un desarrollo extraordinario que supera a la competencia, pues la competitividad que logre la empresa obtener dependerá de cuán innovadora es.

Las empresas que aplican la innovación obtienen ventajas competitivas como calidad del producto, disminución de costos y tiempos de fabricación, adaptación al mercado cambiante (Maya et al., 2022). Las finalidades de la innovación es la satisfacción de sus clientes, pero no solamente se basa en brindar algo nuevo, sino que se deben mejorar procesos productivos para disminuir recursos, sin que afecte la calidad con que se elabora los productos.

1.2.2.1.1. Recursos.

Como plantea Acosta y Plata (2019) los recursos son aquellos que permiten el desarrollo de estrategias competitivas, los que aportan para que se lleve a cabo el proceso productivo está conformado por activos físicos, información, conocimientos y demás factores disponibles de la empresa, mejorando de esta manera su eficiencia y eficacia.

En cuanto a la cita del autor al especificar sobre los recursos no solo trata de los bienes materiales que se utilizan dentro del proceso de producción de una empresa, sino que también intervienen los procesos, habilidades y conocimientos que favorecen al negocio mejorando su eficiencia y haciendo que sea más competitiva.

Desde el punto de vista científico de Garrido (2017) ostenta que existen diferentes formas de dividir los recursos de una empresa, sin embargo propone la división de 3 grupos que son:

Recurso de Capital Humano: engloba factores como la experiencia, aprendizaje, talento, creatividad, eficiencia, conducta, capacidades, etc.

Recurso Físico: Recursos tangibles que permiten el proceso de producción como las maquinarias, materia prima, herramientas, oficinas.

Recurso Organizacional: Estructura Organización, sistemas de trabajo, puestos laborales.

1.2.2.1.2. *Calidad.*

De acuerdo con Ramírez y Ampudia (2018) “calidad significa lograr la excelencia, considerando como factor principal el proceso de productividad, que será el que garantizará el cumplimiento de las expectativas del cliente” (p.23).

El autor recalca que la calidad es uno de los aspectos más importantes para la empresa debido a que se enfoca en lo que se brinda al cliente (producto o servicio), es decir el punto vital es el proceso que permitirá llegar a ese producto o servicio final es decir la productividad y todos sus niveles aplicados en la fabricación de un producto, desde la obtención de la materia prima hasta tener el producto, con la finalidad de que éste garantice la total satisfacción del cliente.

La calidad engloba aspectos basados en el mejoramiento de procesos tanto de los productos como de los servicios de una empresa, en este punto intervienen las personas que contribuyen con esta finalidad, la calidad debe ser una función permanente en la gestión de la empresa (Luna et al., 2021).

Muchas veces se considera que la calidad es la referencia que se le otorga a un producto, si es bueno o malo si perdura por mucho tiempo, etc., el autor comprende más allá de esa idea pues la calidad comprende más elementos y se logra con la participación en conjunto como los procesos y el personal encargado de la elaboración del producto.

1.2.2.1.3. Tecnología

La tecnología es un factor de diferenciación para la organización, por lo que todo proceso que se realiza se orienta a la mejora en la capacidad de sus procesos que permite ingresar a nuevos mercados con la creación de nuevos productos y servicios (Terán et al., 2018).

Estudios revelan que la tecnología toma un rol importante más si se encuentra en un mundo globalizado y forma parte de la innovación de las empresas en donde su adaptación no se da por el simple hecho de generar más rentabilidad, en cambio se toma como método de supervivencia ante un mercado muy competitivo, dentro de las principales ventajas que se logra es que permite ingresar a nuevos mercados, al mismo tiempo que mejora la capacidad de producción con nuevos procesos y creación de nuevos productos.

La tecnología es un componente que brinda facilidades no solamente a las empresas sino a todas las personas por sus beneficios que es utilizado diariamente. En las empresas comerciales la implementación de la tecnología genera ventajas competitivas como mejorar la comunicación, el acceso a datos y lo genera a través a través del uso de sistemas de información e internet (Sánchez y Granados, 2019).

Hoy en día la tecnología forma parte del diario vivir, pues es un medio que se utiliza para comunicarse, entretenerse o trabajar, en el medio empresarial le brinda aquella ventaja competitiva que busca la empresa, facilitando su proceso y buscando la mejora continua, adaptando herramientas tecnológicas que permitan agilizar los procesos.

1.2.2.2. Capital Humano.

Los aportes de Villalba y Torres (2019) enfatiza “el capital humano es el que se consigue de los empleados de la empresa y su valor positivo que se alcance dependerá de la motivación, capacidad y creatividad que obtengan, es decir esto influirá en los resultados organizacionales”. En pocas palabras, el capital humano se complementa por los conocimientos, habilidades y experiencia de los trabajadores los cuales son utilizados en el factor productivo y permiten llegar a los objetivos de la empresa con resultados favorables además de cumplir las necesidades de los clientes más allá de sus expectativas.

Rangel et al. (2017) considera que el éxito empresarial dependerá del desarrollo que tenga en capital humano, pues de él dependen las operaciones de la organización, al involucrar actividades para mejorar los conocimientos genera ventajas competitivas haciendo que la empresa tenga ese carácter diferenciador, puesto que son pocas las empresas que invierten en sus empleados.

Según palabras del autor coloca a los empleados como un elemento relevante debido a sus actividades que realiza directamente, y que de ellos depende la ventaja competitiva que se obtenga, por ende, es necesaria su preparación o inducción en su puesto laboral debido a que permitirá un mejor desenvolvimiento de sus actividades.

1.2.2.2.1. Capacitación.

Según Cruz y Surdez (2018) explica que la capacitación son las actividades que se llevan a cabo para ampliar el nivel de conocimiento y desarrollar nuevas habilidades que favorecerá su capacidad individual y colectiva lo que contribuye a cumplir con la misión de la empresa.

Sintetizando la cita anterior, algunas empresas buscan que sus trabajadores incrementen su capacidad intelectual por medio del aumento del conocimiento, en eso se basa la capacitación el cual tiene como principal objetivo mejorar las destrezas de los empleados obteniendo como resultado un mejor desarrollo de la organización y cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Las capacitaciones laborales buscan que el colaborador sea más ágil en sus actividades logrando mejorar su productividad además que mejora su capacidad intelectual y da potestad para que pueda tomar decisiones al momento de querer solucionar un problema. Son pocas las empresas que se preocupan en la preparación de su personal, pues es considerado como un gasto innecesario.

1.2.2.2.2. Motivación.

Como expresa Contreras (2017) “la motivación es un estado de voluntad de cada persona, el cual incentiva a colocar esfuerzo al realizar una acción o cumplir con un objetivo, también se denomina una movilización de energía que afecta el entorno, y enriquece cualquier escenario organizacional” (p. 90).

Por lo tanto, de la motivación dependerá del esfuerzo que le coloque el colaborador al realizar una actividad determinada, se conceptualiza como un estado que la persona posee, que le impulsa a desempeñarse mejor en sus operaciones lo que favorece el entorno organizacional creando buen clima laboral y por ende mejorando su productividad

Los Gerentes deben afrontar los desafíos que se presenten, de la misma forma deben buscar mecanismo que incentiven al personal laboral, y obtener unos colaboradores con altos niveles productivos que coloquen el empeño y realicen sus actividades con total dedicación, entonces es necesario la motivación y recompensar a los que mejores resultados obtienen (Huilcapi et al., 2017).

La cita anterior califica como importante, que los gerentes busquen una actividad o forma para motivar a sus empleados, debido a que influye en el rendimiento de sus operaciones, permitiendo lograr que el empleado se sienta valorados al notar que se satisfacen aquellas necesidades que también tienen los empleados.

1.2.2.2.3. Educación.

Desde la perspectiva de Acevedo (2018) describe que a la educación como un componente de recursos que el sujeto utiliza a su beneficio o para el de la sociedad, es considerado como parte del capital aquel que es aprovechado debido a su gran acumulación de conocimiento que incide en la capacidad de producción en el individuo, mientras mayor nivel de educación mayor será su retribución.

Entonces, la educación es considerada como un factor importante para las personas debido a que es visto como la oportunidad de obtener mejores posibilidades laborales asimismo mejores salarios, y demás beneficios que se brinda a una persona preparada profesionalmente. El aprendizaje recibido durante años de educación permite un mejor desempeño laboral, favoreciendo de esta forma las actividades empresariales permitiendo el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

1.3.Fundamentos Sociales y legales

1.3.1. Fundamentación Social

Hoy en día la sociedad se ve cada vez más preocupada por tantos problemas sociales y ambientales que se viven, pues las personas buscan que sus futuras generaciones se creen en un lugar sin tanta contaminación, que no se vulneren sus derechos y demás factores que incentivan a un mundo mejor, muchas de las actividades que afectan en gran proporción a la sociedad suelen ser derivados de las operaciones que realizan las empresas en donde afectan a los varios grupos de interés.

La Responsabilidad Social Empresarial se crea con la finalidad de disminuir dichos impactos provocados por las actividades empresariales, con múltiples beneficios tanto para los grupos que se relacionen directa o indirectamente con la empresa, las empresas que ponen en práctica esta metodología crean conciencia en las personas y apoyan diversas actividades de manera voluntaria lo que hace que sea valorado y conocido como alguien que no solamente busca generar utilidades económicas sino retribuir aquellas ganancias.

1.3.2. Fundamentación Legal

En el estado ecuatoriano no existe ley que implique la obligatoriedad de la empresa para la aplicación de la Responsabilidad social empresarial, sin embargo, existen artículos que regulan las dimensiones de la RSE. Según Constitución de la República Del Ecuador [Const]. Art. 14 y 83, 20 de octubre de 2008 (Ecuador), en el Título II Derechos, en su capítulo segundo que engloba los derechos del Buen Vivir en el **Artículo 14** indica que:

La población tiene derecho a vivir en un ambiente saludable cómodo y ecológicamente equilibrado, para garantizar la sostenibilidad de una vida mejor, *sumak kawsay*. Los derechos escritos en la Constitución del Ecuador son irrenunciables además de su cumplimiento obligatorio.

De la misma forma dentro del mismo Título de Derechos en su Capítulo noveno que engloba las responsabilidades de los ciudadanos en su **Artículo 83** indica que:

Los principales deberes y responsabilidades de los ecuatorianos son: respetar los derechos humanos y luchar para que se cumplan, respetar los derechos de la naturaleza,

preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible, asimismo promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales y por último ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.

Otro de los artículos que respaldan a la RSE, pero desde el punto de vista del Estado, es el **Artículo 277** que establece:

Dentro del camino hacia el desarrollo sostenible de la sociedad, el estado debe fomentar que se cumpla el deber de garantizar los derechos humanos asimismo como los de la naturaleza, asimismo generar políticas que permitan sancionar a los que no cumplen con la ley de regulación del desarrollo sostenible.

En relación con la comunidad se debe impulsar actividades en su beneficio que permitan desenvolverse y generar más conocimientos para que la comunidad prospere, es por eso por lo que se debe impulsar el desarrollo de la ciencia y la tecnología, también que no se pierdan las raíces ancestrales. Los artículos antes mencionados se encuentran respaldados en el Apéndice A.

Capítulo II

Metodología

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Investigación Descriptiva

El estudio que se realiza es de tipo descriptivo debido a que este tipo de investigación permitirá describir los aspectos más importantes del objeto de estudio, además que “permitirá la recolección de datos para responder las preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio” (Esteban, 2018, p.2). Siendo una de las principales características de esta investigación el no alterar la realidad del fenómeno, sino que permitirá medirlo en este caso por medio de las encuestas.

2.2. Métodos de la Investigación

2.2.1. Deductivo

Las aseveraciones de Rivera (2019) propone que el método deductivo es el razonamiento que permite analizar desde las aportaciones del marco teórico para aplicarlos a hechos particulares lo que conduce a que la investigación llegue a una conclusión específica.

Este estudio es considerado de método deductivo porque permite partir de lo general a lo específico que por medio de la obtención de los resultados se establecen estrategias enfocándose en la situación real y la aplicación de la responsabilidad social empresarial para posteriormente aumentar la competitividad en el negocio.

2.3.Población y muestra

Población

Como indica Gavilema y Gómez (2018) “la población es el conjunto de personas de los que se desea conocer y extraer información esencial para la investigación”. La población objeto de la investigación está constituido por todos los empleados y Gerente General del almacén “El Cañonazo”, según datos obtenidos por el directivo principal de la empresa se detalla lo siguiente:

Tabla 1.

Población del Almacén " El Cañonazo"

Almacén El Cañonazo	
Trabajadores	8
Gerente General	1
TOTAL	9

Nota. Almacén El Cañonazo, del Cantón La Libertad.

Muestra

El método de muestreo utilizado es el método no probabilístico debido a la determinación de la población de tipo finita y pequeña, a juicio del investigador se escoge como muestra a toda la población determinada.

2.4.Diseño de recolección de datos

La información se obtuvo de fuentes primarias del personal laboral de la empresa y se utilizó como técnica de recopilación a la encuesta y como instrumento el cuestionario:

Encuesta

En esta investigación la encuesta será un elemento primordial en el cumplimiento de los objetivos de la investigación tal como indica Arias y Covinos (2021), “permite la recogida de los datos por medio de la interrogación que se realiza al encuestado con el propósito de que brinden información requerida para la investigación”. La encuesta permitirá la recopilación y análisis de datos, los cuales se encargarán de proporcionar información sobre las variables del estudio para el cumplimiento de los objetivos, dentro del presente estudio está destinada a los empleados y al gerente general del almacén.

Instrumento

El instrumento utilizado para este tipo de investigación es el cuestionario, porque “permite recopilar datos a partir de los indicadores o fuentes de acuerdo con la variable de estudio”(Castillo y Choquecahua, 2018, p. 20), dentro de este estudio está constituido por preguntas cerradas concretas, que permitan recopilar información del sujeto de estudio considerando sus variables y dimensiones, para dar respuesta a la pregunta problemática.

El cuestionario está constituido de 16 preguntas cerradas aquellas que se ajustan al método de evaluación que propone la escala de Likert, dicho instrumento fue validado posteriormente por el especialista. Luego de la recopilación de datos se prosigue el proceso estadístico de resultados en donde se establecieron tablas y figuras por medio del uso de la herramienta de Microsoft Excel.

Capítulo III

Resultados y Discusión

3.1. Análisis de datos

Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a trabajadores y directivo del Almacén “El Cañonazo”.

Tabla 2.

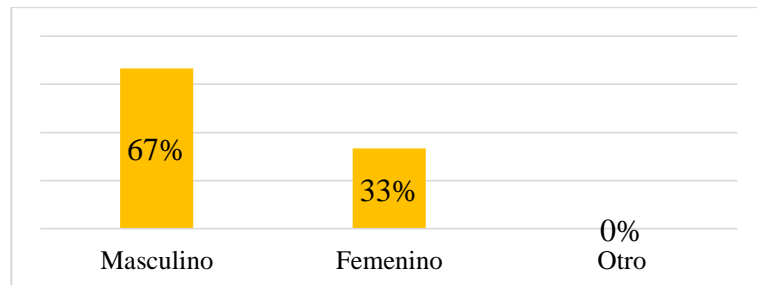
Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	6	67%
Femenino	3	33%
Otro	0	0%
TOTAL	9	100%

Nota: Género de las personas encuestadas. Elaborada por la autora

Figura 1.

Género de los encuestados



Nota: Género de las personas encuestadas. Elaborada por la autora

El mayor porcentaje de los encuestados corresponde a los hombres con un 67% y el restante con un 33% corresponde a mujeres los cuales se encuentran en distintas áreas de la empresa.

Edad

Tabla 3.

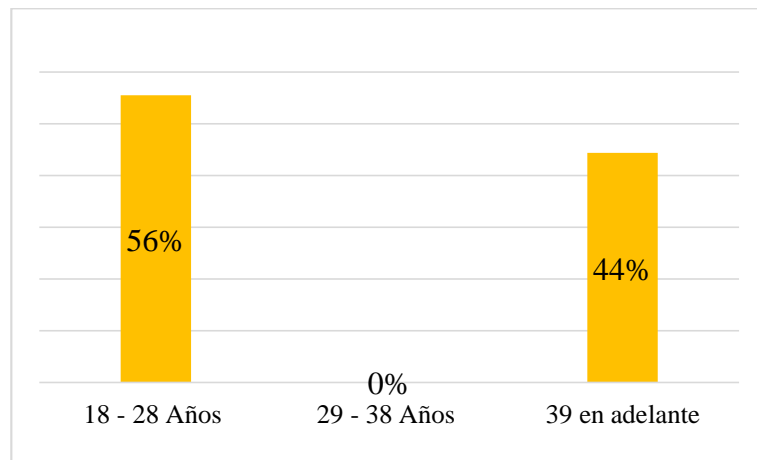
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
18 - 28 Años	5	56%
29 - 38 Años	0	0%
39 en adelante	4	44%
TOTAL	9	100%

Nota: Edad de las personas encuestadas. Elaborado por la autora

Figura 2.

Edad de los encuestados



Nota: Edad de las personas encuestadas. Elaborado por la autora.

La figura anterior revela que el 56% de los trabajadores son personas jóvenes que se encuentra en el rango de edad desde los 18 a 28 años, mientras que el 44% posee una edad desde 39 años en adelante, que engloba a los que llevan años prestando sus servicios al negocio.

Tiempo laborando en la empresa

Tabla 4.

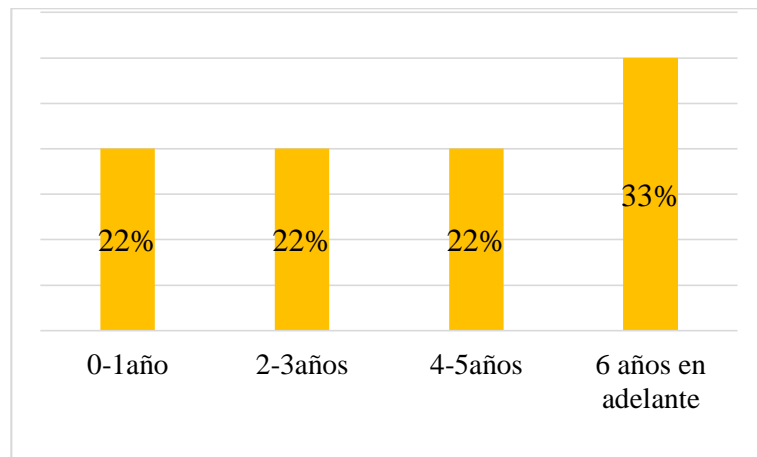
Tiempo laborando en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
0-1 año	2	22%
2-3 años	2	22%
4-5 años	2	22%
6 años en adelante	3	33%
TOTAL	9	100%

Nota: Tiempo que los encuestados llevan trabajando en el almacén. Elaborado por la autora.

Figura 3.

Tiempo laborando en la empresa



Nota: Tiempo que los encuestados llevan trabajando en el almacén. Elaborado por la autora.

Estos datos obtenidos de los encuestados permiten determinar que el 33% corresponde a las personas que llevan más de 6 años prestando sus servicios en el almacén, mientras que tan solo el 22% de ellos llevan laborando menos de un año.

Pregunta 1. ¿Ha escuchado sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 5.

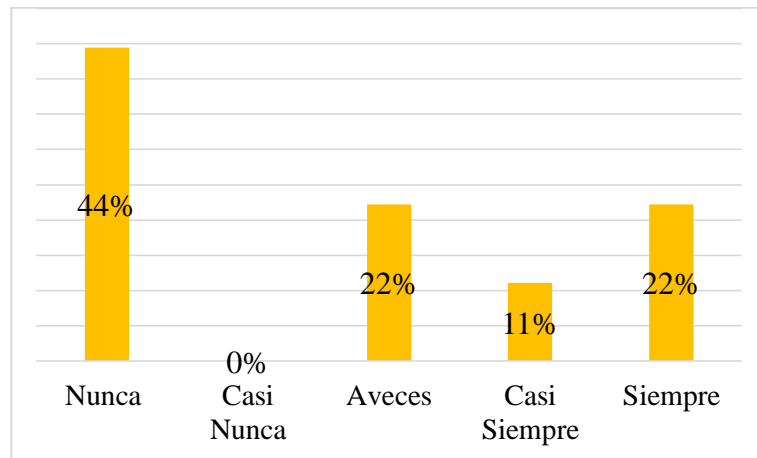
Conocimiento de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	44%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	22%
Casi siempre	1	11%
Siempre	2	22%
TOTAL	9	100%

Nota: Respuesta de los empleados en base a la RSE. Elaborado por la autora

Figura 4.

Conocimiento sobre la RSE



Nota: Respuesta de los empleados con relación a la RSE. Elaborado por la autora

El resultado de la encuesta determinó que el 44% de los trabajadores nunca ha escuchado acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, es decir que desconocen los aspectos relevantes en relación con este tema y solo el 11% casi siempre escucha sobre la RSE.

Pregunta 2. ¿Considera que el almacén genera Responsabilidad Social Empresarial a través de la ayuda a la comunidad?

Tabla 6.

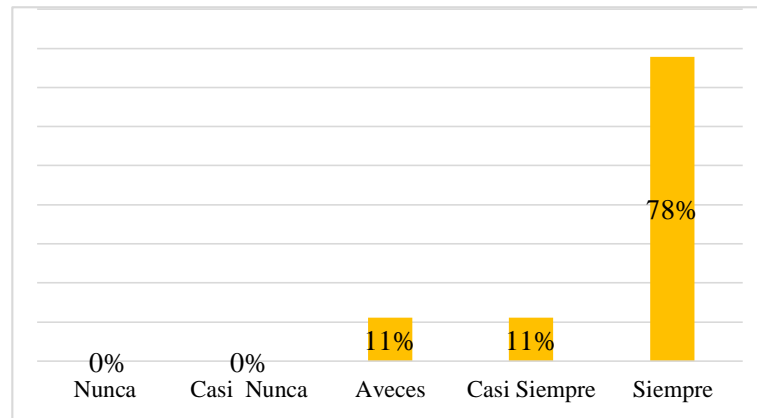
RSE con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	11%
Casi siempre	1	11%
Siempre	7	78%
TOTAL	9	100%

Nota: Aplicación de la RSE en la comunidad. Elaborado por la autora

Figura 5.

RSE con la comunidad



Nota: Aplicación de la RSE en la comunidad. Elaborado por la autora

El resultado de esta pregunta determina que el 78% de los encuestados indicaron que la empresa si aplica la Responsabilidad Social Empresarial realizando diversas actividades que benefician y apoyan el desarrollo de la comunidad, y el 11% indicó que a veces aplica la RSE hacia la comunidad.

Pregunta 3. ¿Considera que el almacén genera Responsabilidad Social Empresarial, mejorando la calidad de vida de los empleados?

Tabla 7.

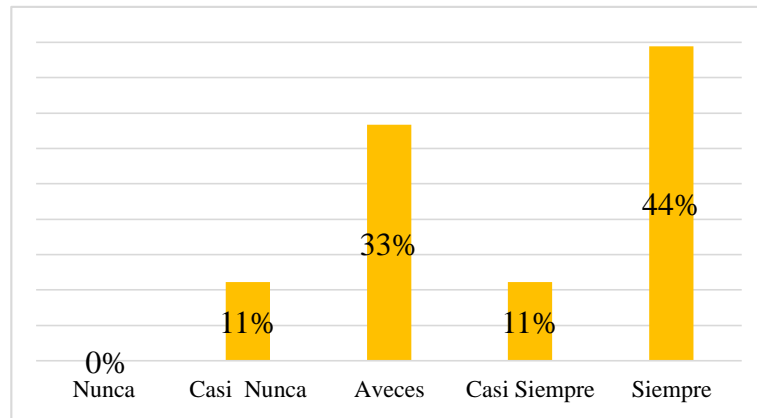
La RSE y calidad de vida de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	11%
A veces	3	33%
Casi siempre	1	11%
Siempre	4	44%
TOTAL	9	100%

Nota: Aplicación de la RSE y los empleados. Elaborado por la autora

Figura 6.

La RSE y calidad de vida de los empleados



Nota: Aplicación de la RSE y los empleados. Elaborado por la autora

El resultado de este ítem determina que el 44% de los trabajadores mencionaron que el almacén si pone en práctica la responsabilidad social empresarial en cuanto a la calidad de vida de los empleados, mientras que el 11% indicaron que casi nunca se practica.

Pregunta 4. ¿La empresa promueve el cuidado del medio ambiente con la reutilización y el reciclaje?

Tabla 8.

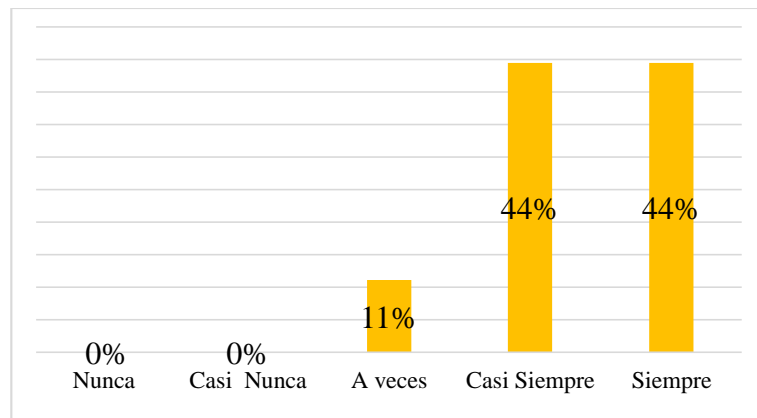
Cuidado del medio ambiente

Nunca	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	11%
Casi siempre	4	44%
Siempre	4	44%
TOTAL	9	100%

Nota: Fomentar el cuidado del medio ambiente. Elaborado por la autora.

Figura 7.

Cuidado del medio ambiente



Nota: Fomentar el cuidado del medio ambiente. Elaborado por la autora.

Los resultados obtenidos de esta pregunta indican que el 44% de los empleados mencionaron que siempre y casi siempre se promueve el cuidado del medio ambiente en el almacén, e indicaron que una de las actividades es la reutilización del plástico y cartones por otro lado, el 11% indico que solo a veces se realizan este tipo de actividades.

Pregunta 5. ¿Conoce usted sí la competencia genera responsabilidad social empresarial a sus empleados?

Tabla 9.

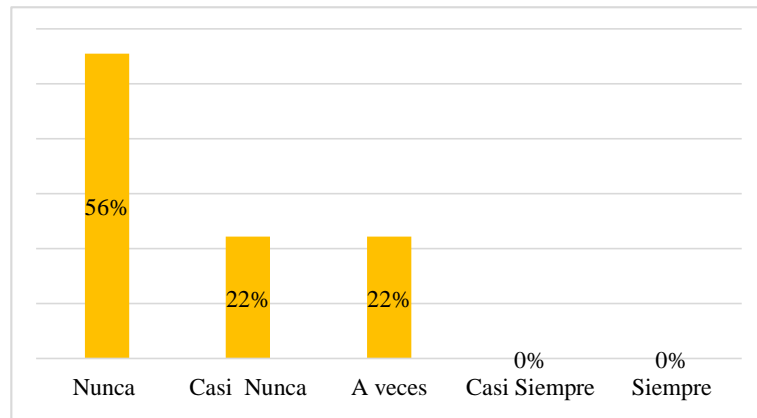
RSE y la competencia

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	56%
Casi nunca	2	22%
A veces	2	22%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	9	100%

Nota: Conocimiento sobre aspectos de la competencia. Elaborado por la autora.

Figura 8.

RSE y la competencia



Nota: Conocimiento sobre aspectos de la competencia. Elaborado por la autora.

En esta interrogante se considera el conocimiento que tienen los empleados con relación a la competencia por lo que el 56% de los trabajadores indica que no conoce si la competencia realiza actividades que beneficien sus trabajadores por medio de la Responsabilidad Social Empresarial.

Pregunta 6. ¿Considera que la empresa debe implementar un plan de Seguridad y salud ocupacional a sus empleados?

Tabla 10.

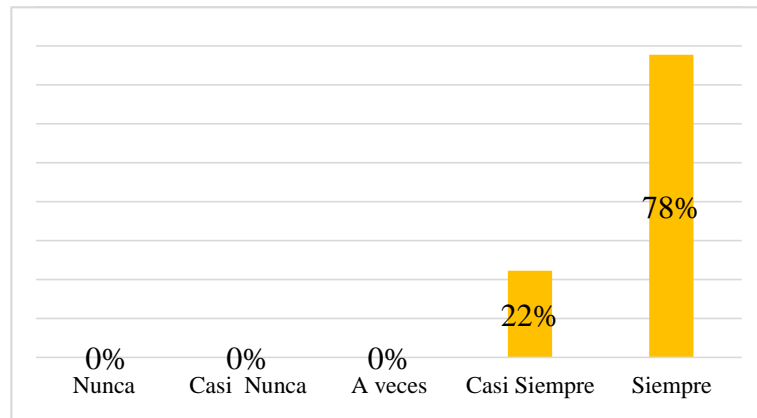
Plan de Seguridad y Salud Ocupacional

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	2	22%
Siempre	7	78%
TOTAL	9	100%

Nota: Plan de Seguridad y Salud Ocupacional. Elaborado por la autora.

Figura 9.

Plan de Seguridad y Salud Ocupacional



Nota: Plan de Seguridad y Salud Ocupacional. Elaborado por la autora.

Respecto a esta pregunta los encuestados respondieron en un 78% que es muy importante que la empresa implemente un Plan de Seguridad y Salud Ocupacional y velar por su seguridad brindándole recursos que eviten afectaciones contra su estado físico y el 22% respondió que casi siempre es necesario este tipo de plan.

Pregunta 7. ¿Considera usted que el almacén debe aplicar estrategias para generar bienestar laboral?

Tabla 11.

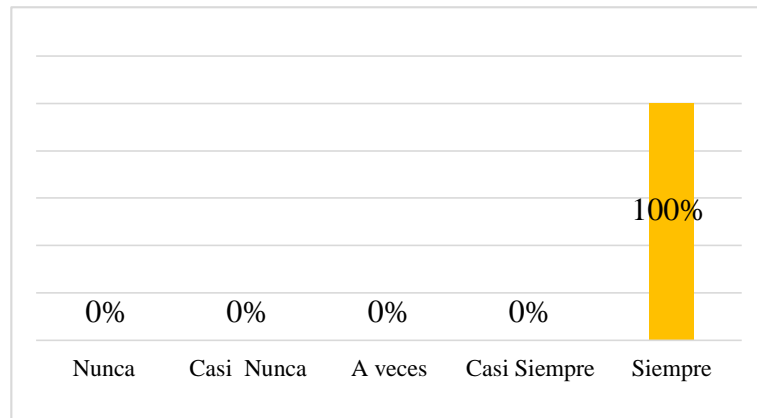
Bienestar laboral

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	9	100%
TOTAL	9	100%

Nota: Enfoque en el bienestar laboral. Elaborado por la autora

Figura 10.

Bienestar laboral



Nota: Enfoque en el bienestar laboral. Elaborado por la autora

En este ítem se constata que el 100% del personal laboral del almacén considera que es imprescindible la implementación de estrategias que generen bienestar laboral, pues se obtendría un capital humano más productivo y eficaz debido al buen clima laboral.

Pregunta 8. ¿Considera usted que el almacén promueve el diálogo y el trabajo en equipo?

Tabla 12.

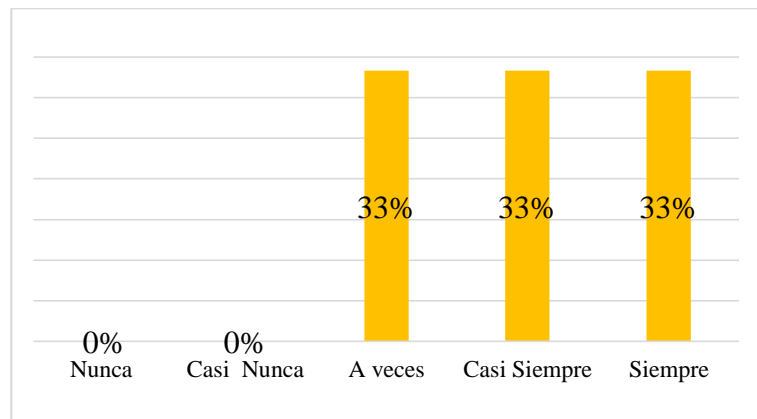
Diálogo y trabajo en equipo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	3	33%
Casi siempre	3	33%
Siempre	3	33%
TOTAL	9	100%

Nota: Enfoque en el diálogo y el trabajo en equipo. Elaborado por la autora

Figura 11.

Diálogo y trabajo en equipo



Nota: Enfoque en el diálogo y el trabajo en equipo. Elaborado por la autora

En esta interrogante se ve un resultado de igual porcentajes determinando que el 33% sindicaron que siempre, casi siempre, y a veces la empresa promueve el diálogo y el trabajo en equipo logrando crear un vínculo entre los directivos y los trabajadores.

Pregunta 9. ¿Los administradores de la empresa socializan con el personal su misión, visión y políticas institucionales?

Tabla 13.

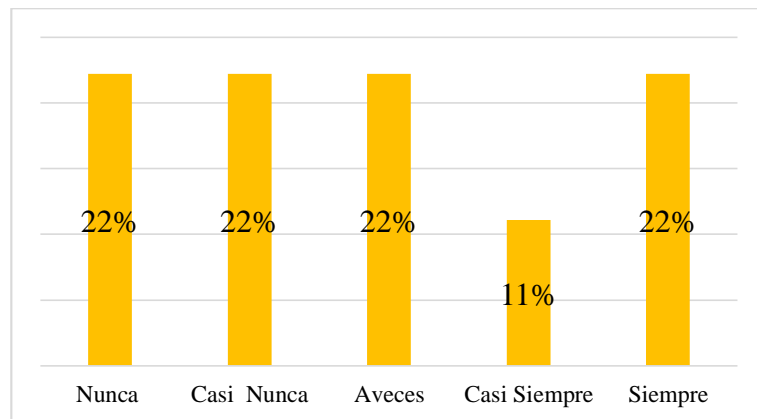
Socialización de misión, visión y políticas institucionales

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	22%
Casi nunca	2	22%
A veces	2	22%
Casi siempre	1	11%
Siempre	2	22%
TOTAL	9	100%

Nota: Socialización de misión, visión y políticas institucionales. Elaborado por la autora.

Figura 12.

Socialización de misión, visión y políticas institucionales



Nota: Socialización de misión, visión y políticas institucionales. Elaborado por la autora

Se pudo identificar a través de la encuesta que el 22% indicó que nunca y casi nunca se socializa la misión, visión y políticas debido a falta de comunicación de estos reglamentos de la empresa, lo que puede afectar notablemente en las actividades, y el 11% indicó que casi siempre se socializan estos aspectos.

Pregunta 10. ¿Considera usted que la empresa adquiere productos de calidad con características que cumplen la función del cuidado al medio ambiente?

Tabla 14.

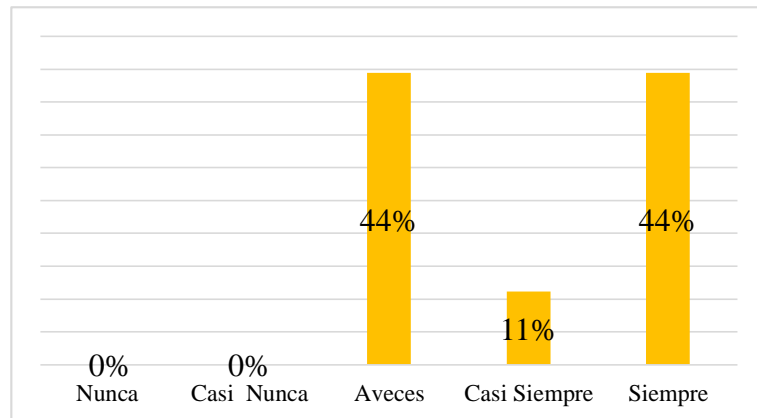
Calidad del producto

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	44%
Casi siempre	1	11%
Siempre	4	44%
TOTAL	9	100%

Nota: Información enfocada en la calidad del producto. Elaborado por la autora.

Figura 13.

Calidad del producto



Nota: Información enfocada en la calidad del producto. Elaborado por la autora.

El 44% de los encuestados dijeron que la calidad del producto siempre y a veces se enfoca en ayudar en el cuidado del medio ambiente debido a que siendo una empresa comercial y no de fabricación debe escoger los productos que el proveedor le brinda, mientras que el 11% dijo que casi siempre se realiza.

Pregunta 11. ¿Considera que los procesos de capacitación mejorarían su capacidad productiva?

Tabla 15.

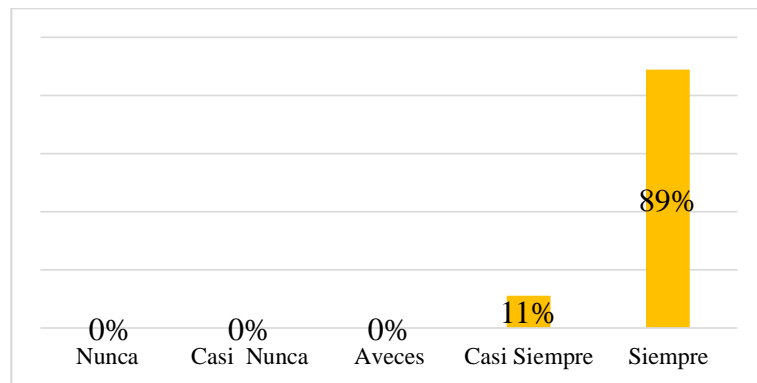
Proceso de Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	1	11%
Siempre	8	89%
TOTAL	9	100%

Nota: Respuestas ante los procesos de capacitación. Elaborado por la autora.

Figura 14.

Proceso de Capacitación



Nota: Respuestas ante los procesos de capacitación. Elaborado por la autora.

En relación con esta pregunta, se determina que el 89% de los encuestados consideran que los procesos de capacitación si influiría en su capacidad productiva mejorándolo, sin embargo, es necesario señalar que según los mismos encuestados, estos procesos no los realiza el almacén, y el 11% indicó que casi siempre influirían estos procesos en sus actividades.

Pregunta 12. ¿La empresa innova sus productos y servicios de manera constante?

Tabla 16.

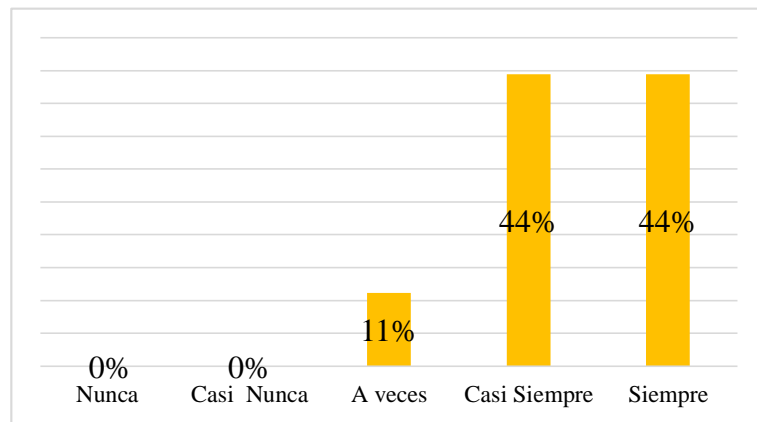
Innovación de productos

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	11%
Casi siempre	4	44%
Siempre	4	44%
TOTAL	9	100%

Nota: Enfoque en la innovación de productos y servicios. Elaborado por la autora.

Figura 15.

Innovación de productos



Nota: Enfoque en la innovación de productos y servicios. Elaborado por la autora.

En este ítem se evidencia que el 44% indica que siempre y casi siempre la empresa innova sus productos y servicios para brindar a los clientes una cartera más amplia productos adaptándose a sus expectativas y se incentive a la compra., mientras que el 11% dijo que a veces innova sus productos el almacén.

Pregunta 13. ¿El almacén realiza reconocimiento a sus empleados como retribución de sus labores?

Tabla 17.

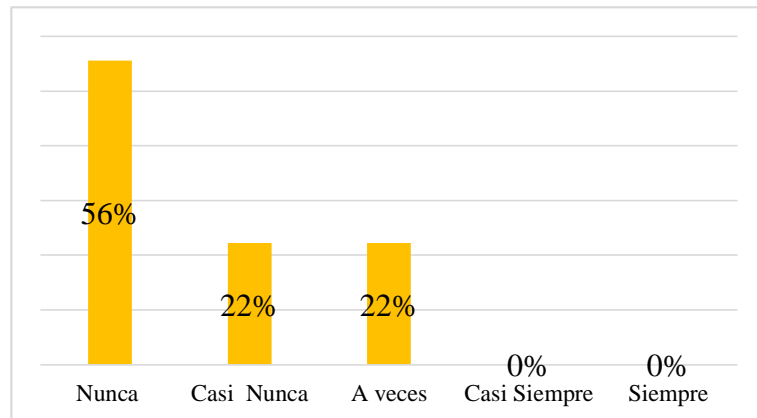
Otorga la empresa retribución a empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	56%
Casi nunca	2	22%
A veces	2	22%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	9	100%

Nota: Respuestas sobre las retribuciones. Elaborado por la autora.

Figura 16.

Otorga la empresa retribución a empleados



Nota: Respuestas en base a las retribuciones. Elaborado por la autora.

El 56% de los encuestados contestaron que la empresa nunca brinda retribuciones a sus empleados lo que implica que la empresa puede verse afectada por los bajos niveles de rendimiento y de motivación, mientras que el 22% de las personas dijeron que a veces existen las retribuciones.

Pregunta 14. ¿El almacén utiliza recursos tecnológicos o sistemas de información?

Tabla 18.

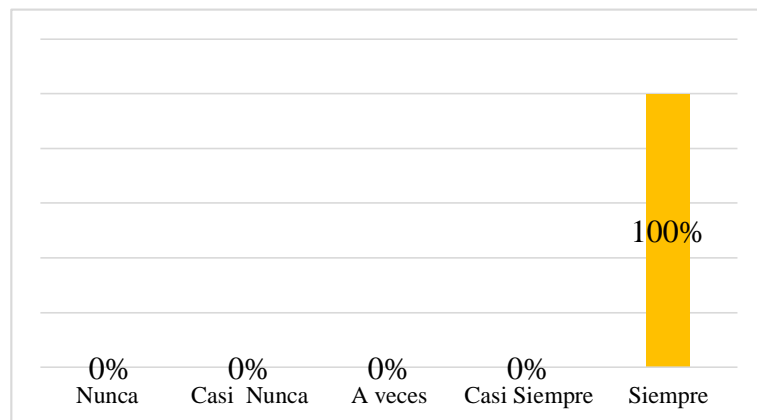
Recursos tecnológicos o sistemas de información

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	9	100%
TOTAL	9	100%

Nota: Enfoque de recursos tecnológicos o sistemas de información. Elaborado por la autora.

Figura 17.

Recursos tecnológicos o sistemas de información



Nota: Enfoque de recursos tecnológicos o sistemas de información. Elaborado por la autora.

El 100% de los trabajadores conocen que el almacén utiliza recursos tecnológicos debido a que cuenta con 3 equipos tecnológicos que se encargan de manejar los datos en cuanto a facturas, páginas web, etc.

Pregunta 15. ¿El almacén genera espacios de crecimiento para el desarrollo de su personal?

Tabla 19.

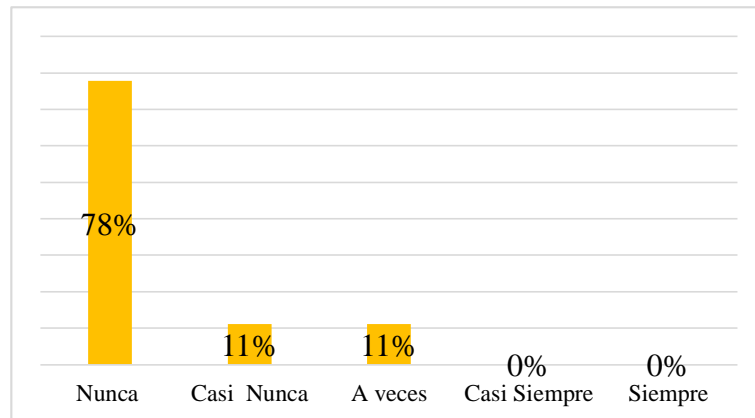
Espacios de crecimiento personal

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	78%
Casi nunca	1	11%
A veces	1	11%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	9	100%

Nota: Respuestas basándose en espacios de crecimiento personal. Elaborado por la autora.

Figura 18.

Espacios de crecimiento personal



Nota: Respuestas basándose en espacios de crecimiento personal. Elaborado por la autora.

El 78% de los encuestados confirmaron que el almacén no brinda espacios de crecimiento personal, porque se debe cumplir con el horario establecido en la contratación, mientras que el 11% menciono que a veces da esta facilidad.

Pregunta 16. ¿La empresa establece escalas remunerativas a sus empleados basándose en el nivel de educación?

Tabla 20.

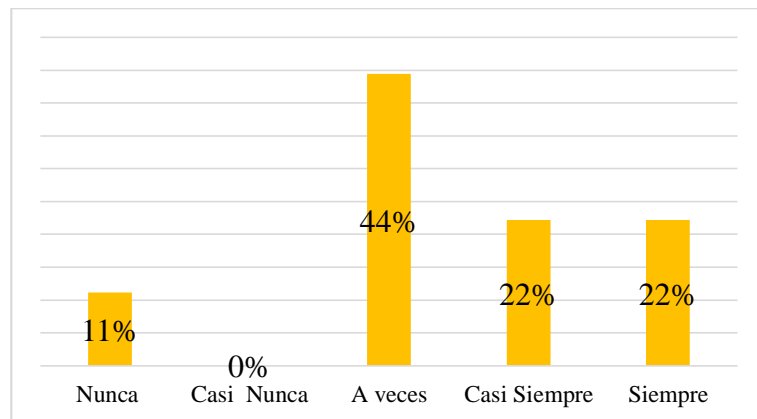
Escalas remunerativas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	11%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	44%
Casi siempre	2	22%
Siempre	2	22%
TOTAL	9	100%

Nota: Esta tabla se enfoca en escalas remunerativas. Elaborado por la autora.

Figura 19.

Escalas remunerativas



Nota: Esta tabla se enfoca en escalas remunerativas. Elaborado por la autora.

El 44% de trabajadores indicaron que a veces su sueldo es determinado dependiendo por el nivel educativo que posea, la mayoría cumple el puesto del servicio al cliente por eso poseen un mismo sueldo a diferencia del trabajador del área tecnológica y el 11% menciona que nunca consideran escalas remunerativas.

3.2. Discusión

La realidad de la situación del Almacén el “Cañonazo”, se determinó con la información adquirida a través de las encuestas realizadas al recurso humano de la empresa, determinando que la empresa desconoce la Responsabilidad Social Empresarial, pero aplica pocas actividades relacionadas con el enfoque de la investigación las que son denominadas ayudas incentivadas por la ética del directivo, según indicaban los trabajadores por su desconocimiento del tema. Entre las actividades mencionadas están la reutilización de objetos plásticos, entrega de artículos de primera necesidad hacia la comunidad a través de juegos tradicionales, sin embargo, no existe actividad que fortalezca el apoyo a los grupos internos de la empresa.

A pesar de esta situación acerca del desconocimiento del tema principal del estudio por parte de los trabajadores, se verificó el papel fundamental del equipo de trabajo y las necesidades que tienen pues consideran que, si el almacén les brindara capacitaciones o motivación, ellos mejorarían su productividad favoreciendo y apoyando así la competitividad del almacén. La misión de la empresa se caracteriza por trabajar con responsabilidad, ética, honestidad y respeto por ende debe establecer un modelo de gestión que implique la aplicación de la RSE en todos sus ámbitos considerando que la empresa que no invierte recursos para el bienestar de sus stakeholder se queda en un punto medio, pues al no implementar nuevas estrategias no genera esas ventajas competitivas para destacar y debe aferrarse a un crecimiento lento, baja productividad y competitividad de su capital humano.

Conclusiones

En este trabajo se analizó la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que propicia la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad, lo más significativo de este análisis es que se conoció que la empresa no aplica la RSE desde la percepción de los empleados uno de los grupos de interés más importante de la empresa, permitiendo descubrir solo mínimas actividades que realiza la empresa consideradas como ayudas por parte del directivo y que están relacionadas con la RSE, concluyendo que el no realizar actividades en beneficio los stakeholder internos no brinde la ventaja competitiva que toda empresa busca.

Se fundamentó los aspectos teóricos de cada variable de la investigación, permitiendo conocer a través de fuentes bibliográficas las conceptualizaciones más importantes sobre la Responsabilidad Social Empresarial y la relación existente con la competitividad de la misma forma permitió conocer según estudios anteriores las ventajas que trae consigo la aplicación de la RSE respaldando la factibilidad del presente estudio de investigación.

De acuerdo al segundo objetivo específico de la investigación se identificó que el almacén El Cañonazo no aplica la Responsabilidad Social Empresarial desde el punto de vista del personal laboral lo que afecta sus niveles de competitividad, debido a su afectación directa a este grupo de interés lo que es respaldado por la información obtenida en la pregunta 14 y 17 de la encuesta que indica la falta de espacios de crecimiento personal, que implica aspectos en cuanto a poder estudiar, recibir capacitaciones o retribuciones.

Con relación al último objetivo específico desde el punto de vista personal se considera que luego de haber analizado los resultados obtenidos existe la necesidad que la empresa aplique estrategias de responsabilidad social empresarial basándose en las demandas de sus diversos grupos de interés o stakeholder, donde involucran actividades de apoyo hacia la comunidad, empleados, medio ambiente y demás aspectos relevantes que permiten mejorar la competitividad de la empresa en el mercado.

Recomendaciones

El almacén “El Cañonazo” debe adaptarse a las prácticas responsables debido a que uno de sus principales grupos de interés, como es su capital humano no se sienten valorados además es recomendable la realización de un estudio de investigación más amplio sobre los grupos de interés que no han sido tomados en cuenta para plantear actividades que permitan cumplir con sus necesidades creando de esta manera una relación directa en ellos al mismo tiempo que se mejora la competitividad en la empresa.

Es recomendable revisar las teorías que se van creando con relación a la Responsabilidad Social Empresarial para aplicarlas correctamente, las investigaciones aportan favorablemente pues permite conocer sobre aspectos que pueden ser aplicables en la empresa, como innovar sus procesos con responsabilidad de la misma forma permitirá conocer aspectos negativos si los tuviere.

Una vez identificado las necesidades desde el punto de vista de los colaboradores se recomienda cumplir con las demandas o necesidades de este grupo de interés implementando las capacitaciones para mejorar sus conocimientos, motivar a los empleados, estos aspectos que permitirán mejorar el desempeño laboral.

Aplicar estrategias que involucre el aspecto interno y externo dando paso a que las personas conozcan las actividades que se realizan permitiendo que cada vez esta aumente en popularidad al llevar a cabo estrategias que pocas empresas realizan, su aplicación permitirá el mejor posicionamiento en el mercado, asimismo servirá como mecanismo para captar la atención de los grupos internos y externos mejorando la capacidad empresarial.

Las principales estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que se pueden implementar con enfoque hacia el capital humano, medio ambiente y comunidad en general son:

- Brindar capacitaciones constantemente para fortalecer las habilidades, competencias y conocimientos del personal laboral, y que sea capaz de realizar sus actividades con eficiencia y agilidad.
- Analizar el desempeño laboral de cada colaborador para posteriormente entregar un reconocimiento por sus buenos resultados.
- Permitir el crecimiento del personal otorgándole un horario laboral flexible para efectuar actividades estudiantiles que favorecerán posteriormente a la empresa.
- Implementar un Plan de Seguridad y Salud Ocupacional para garantizar la salud del empleado.
- Innovar productos ecológicos.

- Utilizar fundas ecológicas, que debido a su elaboración con material resistente puede ser reutilizado y así disminuir el uso de recursos que afectan el medio ambiente
- Utilizar responsablemente la energía eléctrica y el uso del agua.
- Reducir el uso del papel en facturas, cambiando al modo de facturación electrónica.
- Llevar a cabo proyectos sociales en beneficio de la comunidad (talleres de enseñanza).

Referencias Bibliográficas

- Acevedo, A. (2018). Teoría del Capital Humano, Revalorización de la Educación: análisis, evolución y críticas de sus postulados. *Revista Reflexiones y Saberes*, 5(8), 58–72. www.ucn.edu.co58
- Acevedo, J., Garzón, N., Morales, M., Sosa, M., & Trujillo, E. (2021). *Estado del arte estrategias de rse: estudio de caso empresas de manufactura*.
- Acosta, J., & Plata, R. (2019). Influence of resources and capabilities in finance performance and business competitiveness: a literature review. *I+D Revista de Investigaciones*, 13(1), 125–134. <https://orcid.org/0000-0001-6910-069X>.
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. In *Enfoques Consulting EIRL*.
- Ayala, C. (2021). Responsabilidad Social Corporativa: Concepto, Ámbito De Aplicación, Grupos De Interés Y Objetivos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 54, 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Azuerro, A., García, M., & Garibello, D. (2022). Prácticas dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca : literatura vs práctica. *Revista Entramado*, 18(2).
- Castillo, S., & Choquechagua, J. (2018). *Responsabilidad social empresarial y comportamiento del consumidor en Burger King, La Molina 2021* (Vol. 1) [Universidad César Vallejo]. <https://bit.ly/3BXwq5b>
- Castro, A. (2017). *La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las*

organizacionales. I(1), 78–89. www.redsocialesunlu.net

Charpentier, A., Feitó, M., & Contreras, L. (2021). ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS COMPONENTES DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(3), 174-184.
<http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/454/472>

Cifuentes, D., Lozada, F., Segovia, C., & Otalora, E. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Creación de Valor Compartido (CVC), ejes determinantes para la gestión de las PYMES. Una revisión bibliométrica. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, E43, 549–567.

Constitución de la República del Ecuador [Const]. Art. 14 y 83, (2008).

Contreras, A. (2017). *Motivation management in organizational scenarios Introducción* (Vol. 6). www.theIBFR.com

Cruz, O., & Surdez, E. (2018). Detección De Necesidades De Capacitación: Actividad Para Desarrollar El Capital Humano. *Revista Global de Negocios*, 6(3), 57–68.
www.theIBFR.com

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161.
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Esteban, N. (2018). Tipos de investigación: Metodología de la Investigación. *Repositorio Institucional USDG*, 1–4. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>

- García, Guzmán, & Mendoza. (2017). Valorando la RSE por los stakeholders -internos : caso sector de la construcción en Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 9, 107–115.
- García, J., Tumbajulca, I., & Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Garrido, E. (2017). *Factores de competitividad en las pymes Andaluzas*. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15398/Factores_de_competitividad.pdf?sequence=2
- Gavilema, V., & Gómez, J. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial y su Impacto en el Desempeño Financiero de las empresas pertenecientes al sector Manufacturero y Comercial del Ecuador*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Guachamboza, R. (2019). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MANUFACTURERO DE LA CIUDAD DE AMBATO* [Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27090/1/T4158e.pdf>
- Huerta, A., & Andrade, M. (2021). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas en México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 82, 291. <https://doi.org/10.2307/40184061>

- Huilcapi, M., Castro, G., & Jácome, G. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Dominio de Las Ciencias*, 3(2), 311–333.
- Jaimés, M., Jacobo, C., & Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Tiempo y Economía*, 8(2), 201–217.
<https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Jurado, M., Mena, V., & Torres, C. (2020). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia productiva y competitiva para un futuro Sostenible Corporate. *Fundación Universitaria Del Área Andina.*, 1–23.
- Lara, I., & Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*, 43, 97–118.
<https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- León, J., Makita, T., Gaber, V., Flores, E., García, L., Góngora, G., & Puente, G. (2019). Responsabilidad Social y Competitividad. In *Revista Valenciana de Economía Y Hacienda*. <http://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2020/01/8617-50-0.pdf#page=43>
- Luna, K., Zamora, E., Calle, O., & Lituma, M. (2021). Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 7, 990–1005.
<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Maya, M., Jaramillo, B., & Ramos, V. (2022). Relación entre innovación y competitividad de los emprendimientos del sector no financiero de la economía popular y solidaria.

Estudios de La Gestión. Revista Internacional de Administración, 11(11), 91–119.
<https://doi.org/10.32719/25506641.2022.11.2>

Merchán, C. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en el éxito competitivo de las micro, pequeñas y medianas empresas Cantón Jipijapa*. UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.

Montalván, N. (2020). *La Gestión de los Grupos de Interés y el desarrollo de capacidades en la empresa: Estudio sobre la Innovación Organizativa y la Gestión Ambiental en el sector hotelero en el Ecuador*. Universidad de Almería.

Morales, D., Buesa, M., Heijs, J., & Baumert, T. (2018). Innovación y competitividad: un análisis aplicado a las empresas industriales españolas. *Cuadernos de Información Económica*, 265(July), 25–41.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6494314>

Palacios, A., & Paredes, K. (2019). La RSE e incidencia en la competitividad de la caja Huancayo, San Borja 2019. In *Universidad San Ignacio de Loyola*.

Parrales, C., Trelles, G., & González, M. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. *Yachama Revista Científica*, 10(2), 92–113.
<http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/670/543>

Pérez, M., Salas, A., & Iglesias, T. (2022). Responsabilidad social empresarial: enfoque basado en la relación con stakeholders. *Revista Encuentros*.

- Ramírez, A., & Calle, G. (2012). La responsabilidad social empresarial en las empresas del sector carbonífero colombiano. *Diálogos de Saberes*, 41(36), 81–98.
https://www.mendeley.com/catalogue/52f85623-f2e0-3216-831a-9d0e24477c7b/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B2f9babf9-1f8b-41b5-a0f8-515e6aa72986%7D
- Ramírez, L. (2021). *Los stakeholders, clave para el éxito de la gestión de proyectos* [Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios].
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/57828/1/ICT-176-2021-T1 CORREA ONOFRE SUANI MILAGROS-TUMBAY PINCAY JENNIFER.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/57828/1/ICT-176-2021-T1_CORREA_ONOFRE_SUANI_MILAGROS-TUMBAY_PINCAY_JENNIFER.pdf)
- Ramírez, R., & Ampudia, D. (2018). Factors of Enterprise Competitiveness in the Commercial Sector. *RECITIUTM. Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología Del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*, 4(1), 16–32.
<http://www.recitiumt.iutm.edu.ve/index.php/recitiumt> - ISSN: 2443-4426 - Ramírez Molina Reynier Israel, Ampudia Sjogreen Daniel Esteban
- Rangel, J., Vivanco, J., Barrera, J., & González, M. (2017). Capital humano, relacional y estructural en la actividad innovadora de las pequeñas y medianas empresas Human. *Mercado y Negocios*, 1.
- Remache, M., Villacis, S., & Guayta, N. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Dominio de Las Ciencias*, 4(1), 550–568.
<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.550-568>URL:<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index><http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>Cienciaseconómicasyempresariales

- Ríos, M., Guevara, N., & Álvarez, J. (2020). Pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial en la industria textil en Cuenca – Ecuador. *Espacios*, 41(1), 8–20.
- Rivera, N. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial Como Herramienta De Desarrollo De Las Empresas Exportadoras Del Cantón Guayaquil. In *Universidad De Guayaquil Facultad De Ciencias Administrativas Ingeniería En Comercio Exterior*.
- Rodríguez, F., & Saldaña, K. (2019). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN PRO PREMIX NUTRICIÓN S.R.L. CHORRILLOS*, 2019.
[https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1240/Rodriguez Cisneros%2C Fiorella Elizabeth%3B Saldana Apolitano%2C Katia Lorena.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1240/Rodriguez%20Cisneros%20Fiorella%20Elizabeth%3B%20Saldana%20Apolitano%20Katia%20Lorena.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez, J. (2021). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL. CASO DE ESTUDIO ALPINA S.A. (2015.2019)*. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS.
- Sánchez, S., & Granados, A. (2019). *LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA COMO ESTRATEGIAS EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA* (Issue 2). Universidad Cooperativa de Colombia.

- Scavone, G., Sanabria, V., Vidal, N., & Mestre, G. (2020). Incorporación de variables de RSE en estrategias de negocios de empresas argentinas. *III Congreso Internacional ACTITUD de Gestión Organizacional*.
- Tamayo, A. (2019). *ESTRATEGIAS DE RSE EN LAS PYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI VALLE DEL CAUCA*.
- Tello, G., Agila, M., & Legarda, C. (2018). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CORPORATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL ÁMBITO LABORAL EN ECUADOR. *Universidad y Sociedad*, 10(3), 134–141. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-60.pdf>
- Terán, A., Dávila, G., & Castañón, R. (2018). Gestión de la ciencia, tecnología e innovación. In *Management of science, technology and innovation*. (Vol. 47, Issue 4). <https://0-search.ebscohost.com/biblioteca-ils.tec.mx/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=136109682&lang=es&site=ehost-live>
- Vergara, M. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad : Estado del arte sobre su relación . Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad : Estado del arte sobre su relación Presentado por : Maria Alejandra Vergara Gaviria Universidad Católica de Pere*. 1–79.
- Villacís, W., & Caiche, R. (2021). *La responsabilidad social como herramienta de ventaja competitiva para las pequeñas y medianas empresas*. 5, 65–72.

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/608/769

Villalba, R., & Torres, H. (2019). *Retos Del Capital Humano*. 6, 85–91.

Zurita, E., López, C., Ríos, M., & Sánchez, M. (2020). Responsabilidad Social del Gobierno Municipal con el medio ambiente y los servicios públicos: percepción ciudadana. *Holos*, 7, 1–20. <https://doi.org/10.15628/holos.2020.9549>

Apéndices

Apéndice A. Artículos de la Constitución de la República del Ecuador

Sección segunda
Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.
2. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.
3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
4. Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.
17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

Apéndice B. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en el almacén “El Cañonazo”, cantón La Libertad, año 2021.	Los directivos desconocen la responsabilidad social empresarial dejando de lado la importancia de factores exógenos como el medio ambiente, comunidad incluso el capital humano logrando que sus empleados se sientan desmotivados lo que implica que el servicio brindado no satisfaga a sus clientes disminuyendo de esta forma la competitividad es por tal motivo que se plantea la pregunta problemática siguiente. ¿De qué manera la responsabilidad social empresarial contribuye en la competitividad del almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad?	<p>Objetivo General: Analizar la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que propicia la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentar teóricamente las variables del presente estudio. • Identificar la aplicación de responsabilidad social empresarial que generan competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad. • Establecer estrategias orientadas a la responsabilidad social empresarial que permitan el fortalecimiento de la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad. 	La Responsabilidad Social Empresarial contribuye positivamente en la competitividad del almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.	Independiente : Responsabilidad Social Empresarial	Grupos de Interés	Propietarios	<p>Tipo de investigación: Investigación descriptiva</p> <p>Método de investigación: Deductivo</p> <p>Población: Trabajadores y propietario.</p> <p>Muestra = Población</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
						Trabajadores	
						Medio ambiente	
					Innovación	Recursos	
				Dependiente: Competitividad		Calidad	
						Tecnología	
	Capital Humano	Capacitación					
		Motivación					
		Educación formal					

Apéndice C. Matriz de Operacionalización

Hipótesis	Variabes	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección de información
Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en el almacén “El Cañonazo”, cantón La Libertad, año 2021.	Independiente: Responsabilidad Social Empresarial	La responsabilidad social empresarial es la integración voluntaria que realizan las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus stakeholders (grupos de interés). (Rodríguez & Saldaña, 2019).	Grupos de Interés	Propietarios	¿Considera usted que el almacén promueve el dialogo y el trabajo en equipo?	Encuesta
				Trabajadores	¿Considera que el almacén genera Responsabilidad Social Empresarial, mejorando la calidad de vida de los empleados?	Encuesta
				Medio ambiente	¿La empresa promueve el cuidado del medio ambiente con la reutilización y el reciclaje?	Encuesta
	Dependiente: Competitividad	Las indagaciones de Charpentier et al. (2021) explican que existen factores que caracterizan la competitividad en esta era global, dentro de ellos existe énfasis en la innovación, tecnología, flexibilidad productiva, el desarrollo del capital humano, la gestión financiera y la calidad.	Innovación	Recursos	¿La empresa genera espacios de crecimiento para el desarrollo de su personal?	Encuesta
				Calidad	Considera que la calidad del producto que se brinda cumple con las expectativas del cliente	Encuesta
				Tecnología	¿La empresa hace uso de recursos tecnológicos o sistemas de información?	Encuesta
			Capital Humano	Capacitación	¿Considera que los procesos de capacitación mejorarían su capacidad productiva?	Encuesta
				Motivación	¿El Almacén realiza reconocimiento a sus empleados como retribución de sus labores?	Encuesta
				Educación	¿La empresa establece escalas remunerativas a sus empleados basándose en el nivel de educación?	Encuesta

Apéndice D. Formato de la Encuesta

Responsabilidad Social Empresarial y competitividad en el almacén “El Cañonazo”, Cantón La Libertad, Año 2021

Objetivo: Analizar la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que propicia la competitividad en el almacén El Cañonazo del Cantón La Libertad.

La presente encuesta es de carácter confidencial, es base principal de un estudio de investigación para la elaboración de un trabajo de titulación. Estimado participante marque con una (X) su respuesta:

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	
Aspectos Generales Género: () Femenino () Masculino () Otros Edad: _____ Tiempo laborando en la empresa: _____					
	1	2	3	4	5
Responsabilidad Social Empresarial	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿Ha escuchado sobre la Responsabilidad Social Empresarial?					
2. ¿Considera que el almacén genera Responsabilidad Social Empresarial a través de la ayuda a la comunidad?					
3. ¿Considera que el almacén genera Responsabilidad Social Empresarial, mejorando la calidad de vida de los empleados?					
4. ¿La empresa promueve el cuidado del medio ambiente con la reutilización y el reciclaje?					
5. ¿Conoce usted sí la competencia genera responsabilidad social empresarial a sus empleados?					
6. ¿Considera que la empresa debe implementar un plan de Seguridad y salud ocupacional a sus empleados?					
7. ¿Considera usted que el almacén debe aplicar estrategias para generar bienestar laboral?					

8. ¿Considera usted que el almacén promueve el dialogo y el trabajo en equipo?					
9. ¿Los administradores de la empresa socializan con el personal su misión, visión y políticas institucionales?					
Competitividad	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
10. ¿Considera usted que la empresa adquiere productos de calidad con características que cumplen la función del cuidado al medio ambiente?					
11. ¿Considera que los procesos de capacitación mejorarían su capacidad productiva?					
12. ¿La empresa innova sus productos y servicios de manera constante?					
13. ¿El almacén realiza reconocimiento a sus empleados como retribución de sus labores?					
14. ¿El almacén utiliza recursos tecnológicos o sistemas de información?					
15. ¿El almacén genera espacios de crecimiento para el desarrollo de su personal?					
16. ¿La empresa establece escalas remunerativas a sus empleados basándose en el nivel de educación?					

Apéndice E. Validación de Instrumento

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021**, planteada por la estudiante Sra. **ALFONZO ORRALA YADIRA ELENA**, doy por validado el siguiente formato presentado

1. Encuestas a trabajadores del Almacén “El Cañonazo”

La herramienta anteriormente mencionada refleja pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 9 de agosto del 2022



Ing. Sabina Villón Perero, Mgs
Docente Carrera de Administración de Empresas

Apéndice F. Carta Aval



ALMACEN
EL CAÑONAZO
SINOMINO DE ECONOMIA

La Libertad, 27 de Julio del 2022

CARTA AVAL

En consideración al petitorio de la Sra. **ALFONZO ORRALA YADIRA ELENA** portador de la cédula de ciudadanía **#2400023756**, estudiante de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN EL CAÑONAZO EL CAÑONAZO, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021”**, procede a la aprobación de la solicitud, comprometiéndose a brindar apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo de la respectiva tesis, autorizando a la Universidad Estatal Península De Santa Elena subir dicho trabajo a la plataforma web de la institución.

Nota: la firma y sello son único soporte de validez y son responsabilidad de nuestro establecimiento comercial.

ATENTAMENTE,

Arq. Nilo García Chasi
HIJO HEREDERO DE MARIA GLADYS CHASI BUSTILLOS
C.I. 0908605777
Fono: 0991295241

Apéndice G. Certificado Urkund



La Libertad, 15 agosto de 2022

CERTIFICADO ANTIPLAGIO No. 008 TUTOR LGRT-2022

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ALMACÉN “EL CAÑONAZO”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021”, elaborado por el estudiante **Alfonzo Orrala Yadira Elena**, de la Carrera Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con el 1% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,



firmado digitalmente por:
LORENA
GISELLA REYES
TOMALA

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD
CI.: 0913245205
DOCENTE
TUTOR



Reporte Urkund



Document Information

Analyzed document	TIC-YADIRA ALFONZO.docx (D142949620)
Submitted	6/15/2022 10:42:00 PM
Submitted by	
Submitter email	yadira.alfonzo@upse.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	lorena_reyest@analysis.urkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://www.redalyc.org/journal/5718/571867103005/html/ Fetched: 10/30/2021 10:17:14 PM	1
SA	GA, RSE y competitividad (Andreina).docx Document: GA, RSE y competitividad (Andreina).docx (D133573349)	1
W	URL: http://revistainnovaitfp.com/index.php/innovajournal/article/view/16 Fetched: 7/9/2021 5:43:18 AM	1

Apéndice H. Imágenes de encuestas realizadas



Apéndice I. Cronograma

		UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA																			
		FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR																					
		PERÍODO ACADÉMICO 2022-1																			
		MAYO				JUNIO				JULIO					AGOSTO				SEPTIEMBRE		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16				CIERRE PAO 2022-1
No.	Actividades planificadas	2-7	9-14	16-21	23-28	30Mayo- 4Junio	6-11	13-18	20-25	27Jun-2Julio	4-9	11-16	18-23	25-30	1-6	8-13	15-20	22-27	30AG- 4SEPT.	5-10	12-17
1	Propuesta de temas de investigación por parte de estudiantes																				
2	Presentación de Cronograma de actividades																				
3	Revisión de temas, Distribución de tutores y especialistas																				
4	Presentación de Planificación TIC-2022-2																				
5	Aprobación de la Planificación UIC-TIC-2022-2 por Consejo de Facultad																				
6	Entrega de resolución a tutores																				
7	Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular:																				
8	Introducción																				
9	Capítulo I Marco Teórico																				
10	Capítulo II Marco Metodológico																				
11	Capítulo III Resultados																				
12	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																				
13	Certificado Urkund-Tutor																				
14	Entrega de informe por parte de los tutores																				
15	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																				
16	Entrega de oficios a los especialistas																				
17	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																				
18	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																				
19	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																				