



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

TEMA:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN
LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS AÑO 2021.**

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

AUTOR:

Genesis Elizabeth Prudente Clemente

LA LIBERTAD-ECUADOR

SEPTIEMBRE -2022



TEMA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2021

Autor:

Genesis Elizabeth Prudente Clemente

Tutor:

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo analizar la Responsabilidad Social Empresarial como un mecanismo que propicie la competitividad en la empresa Korea Blue Fish, se parte de una revisión de varias teorías, asumiendo los postulados contemporáneos, el cual se propone un enfoque metodológico descriptivo, con una idea a defender, que cuenta con método deductivo, y de un estudio con enfoque cuantitativo que permite facilitar con el proceso de los resultados, considerando la técnica de recolección de datos como la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario con escala Likert , como resultado se obtuvo que la Responsabilidad Social Empresarial se ha venido implementando como una estrategia de ventaja competitiva en un corto plazo, pero es necesario establecer estrategias que contribuyan a generar una mejor imagen e involucramiento en los planes al personal de trabajo.

Palabras claves: Competitividad; Responsabilidad Social Empresarial; Estrategias; Ventaja competitiva.



THEME

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVENESS IN THE KOREA BLUE FISH COMPANY IN CANTON SALINAS, YEAR 2021

Autor:

Genesis Elizabeth Prudente Clemente

Tutor:

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD.

ABSTRACT

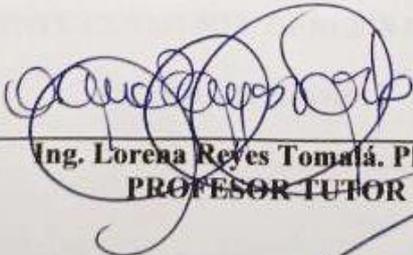
The objective of this research work is to analyze corporate social responsibility as a mechanism that promotes competitiveness in the Korea Blue Fish company, starting from a review of several theories, assuming contemporary postulates, which proposes a descriptive methodological approach, with an idea to defend, which has a deductive method, and a study with a quantitative approach that allows us to facilitate the process of the results, considering the data collection technique such as the survey, using the Likert scale questionnaire as an instrument, as a result, it was obtained that Corporate Social Responsibility has been implemented as a competitive advantage strategy in the short term, but it is necessary to establish strategies that contribute to generating a better image and involvement in the plans for work personnel.

Keywords: Competitiveness; corporate social responsibility; Strategies; Competitive advantage.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2021”, elaborado por la Srta. GENESIS ELIZABETH PRUDENTE CLEMENTE, 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



Ing. Lorena Reyes Tomalá. PhD
PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS, 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, **Genesis Elizabeth Prudente Clemente** con cédula de identidad número **245041129-9** 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.

f. Genesis Prudente

PRUDENTE CLEMENTE GENESIS ELIZABETH

C.C. No.: 245041129-9

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le doy gracias a Dios por todas las oportunidades que me ha brindado y permitido superarme cada día, por todas las cosas buenas que me han pasado durante el periodo de formación académica y sobre todo perseverancia, fortalece para cumplir todos propósitos que tengo planeado en mi carrera profesional.

A mi Familia quienes me han apoyado en cada decisión que tome, por estar ahí en todos momentos, ya sea en fracasos o triunfos, además por el gran amor que me tienen, gracias por la educación, valores que me han inculcado que me ayudaran en un futuro.

Genesis Elizabeth Prudente Clemente

DEDICATORIA

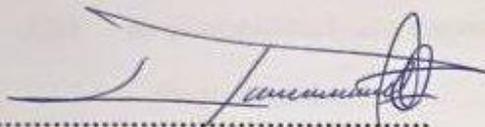
A mis compañeros quienes me han brindado apoyo durante toda mi carrera universitaria y no dejaron que decaiga ante alguna dificultad que se haya presentado.

A mi familia por darme ánimos para seguir adelante con mis objetivos y estar presente en cada momento de mi vida.

A Evelyn José Tomalá, quién fue a la primera persona con la que entablé una amistad que hasta el día de hoy ha sido una amiga incondicional en mi vida.

Genesis Elizabeth Prudente Clemente

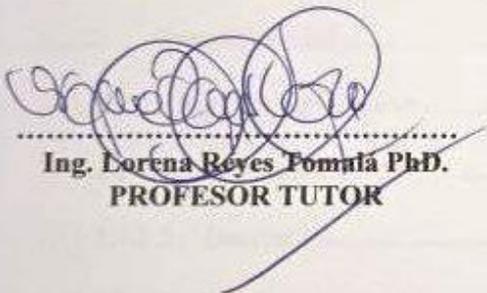
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



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



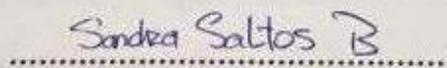
**Eco. Hermelinda Cochea, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA**



**Ing. Lorena Reyes Pomalá PhD.
PROFESOR TUTOR**



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



**Lic. Sandra Saltos Burgos
SECRETARIA**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1 Antecedentes.....	8
1.2 Bases teóricas	10
1.2.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	10
1.2.1.1 Responsabilidad Social	14
1.2.1.1.1 Entorno Social	16
1.2.1.1.2 Entorno Ambiental	17
1.2.1.1.3 Entorno Económico.....	18
1.2.1.1.4 Ética.....	19
1.2.2 Competitividad.....	21
1.2.2.1 Ventaja competitiva	23
1.2.2.1.1 Estrategias.....	24
1.2.2.1.2 Innovación	26
1.2.2.1.3 Productividad.....	27
1.2.2.1.4 Rentabilidad.....	28
1.3 Fundamentos sociales, y/o legales.....	29
1.3.1 Fundamentos sociales.....	29
1.3.2 Fundamentos legales	29
CAPÍTULO II	35
METODOLOGÍA	35
2.1 Tipos de investigación.....	35
2.1.1 Investigación Descriptiva	35

2.2	Métodos de la investigación	36
2.2.1	Deductivo:.....	36
2.3	Población y muestra	36
2.3.1	Población	36
2.3.2	Muestra	37
2.4	Diseño de recolección de datos	37
2.4.1	Técnica.....	37
2.4.2	Instrumento	37
CAPÍTULO III.....		38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		38
3.1	Análisis de datos.....	38
3.2	Discusión	53
CONCLUSIONES		54
RECOMENDACIONES		56
REFERENCIAS		57
APÉNDICES		64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género	38
Tabla 2 ¿Considera usted que actualmente en la empresa existe Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?.....	39
Tabla 3 ¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial?.....	40
Tabla 4 ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?.....	41
Tabla 5 ¿Considera usted que la salud y la seguridad ocupacional forma parte de la Responsabilidad Social Empresarial?	42
Tabla 6 ¿Considera usted que la empresa realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente?	43
Tabla 7 ¿Considera usted que la empresa participa en eventos comunitarios?....	44
Tabla 8 ¿Considera usted que la aplicación de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios para la empresa?	45
Tabla 9 ¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos?	46
Tabla 10 ¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa?.....	47
Tabla 11 ¿Considera usted que debería tener un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional?.....	48
Tabla 12 ¿Considera usted que la empresa debería capacitar a sus empleados para tener un buen desempeño laboral?	49
Tabla 13 ¿Cree usted que la empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados para mejorar su imagen corporativa?	50

Tabla 14 ¿Considera usted que la empresa utiliza estrategias de marketing que reflejen la integridad de la empresa?.....	51
Tabla 15 ¿Considera usted que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado?	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Responsabilidad Social Empresarial	11
Figura 2 Objetivos de Desarrollo Sostenible Naciones Unidas	30
Figura 3 Género	38
Figura 4 ¿Considera usted que actualmente en la empresa aplica Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?.....	39
Figura 5 ¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial?.....	40
Figura 6 ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?.....	41
Figura 7 ¿Considera usted que la salud y la seguridad ocupacional forma parte de la Responsabilidad Social Empresarial?	42
Figura 8 ¿Considera usted que la empresa realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente?	43
Figura 9 ¿Considera usted que la empresa participa en eventos comunitarios? .	44
Figura 10 ¿Considera usted que la aplicación de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios para la empresa?	45
Figura 11 ¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos?	46
Figura 12 ¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa?.....	47
Figura 13 ¿Considera usted que debería tener un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional?.....	48
Figura 14 ¿Considera usted que la empresa debería capacitar a sus empleados para tener un buen desempeño laboral?	49

Figura 15 ¿Cree usted que la empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados para mejorar su imagen corporativa?	50
Figura 16 ¿Considera usted que la empresa utiliza estrategias de marketing que reflejen la integridad de la empresa?.....	51
Figura 17 ¿Considera usted que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado?	52

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1. Norma ISO 26000	64
Apéndice 2. 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	64
Apéndice 3. Artículos de la Constitución de la República del Ecuador.....	65
Apéndice 4. Matriz de consistencia.....	67
Apéndice 5. Matriz de operacionalización	68
Apéndice 6. Cuestionario de encuesta.....	69
Apéndice 7. Certificado de validación de instrumento	71
Apéndice 8. Carta aval	72
Apéndice 9. Certificado de urkund.....	73
Apéndice 10. Cronograma de actividades	74

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se denomina como un compromiso desempeñado de manera voluntaria, que realiza una organización hacia una comunidad, es por eso, que ha dejado de ser un concepto abstracto a un tema de gran interés para las empresas por los beneficios que genera y que pueden abordarse desde objetivos éticos, económicos, ambientales y sociales. Las organizaciones líderes en el mundo han optado la Responsabilidad Social en empresas como estrategias para mejorar su posicionamiento y reputación en el medio, a través de acciones que permitan tener un bienestar en la sociedad e incluso en sus propios trabajadores.

En relación a la Responsabilidad Social Empresarial es un tema que tomó posición en el siglo XIX, tanto en países europeos, como en Estados Unidos, consideran que una de las acciones primordiales de una empresa u organización es realizar acciones que beneficien a la sociedad, y a nivel internacional, cuentan con organismo tales como Naciones Unidas y OIT (Organizaciones Internacionales del Trabajo) que respaldan estas acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

En América latina a nivel empresarial la responsabilidad social se clasifica como un tema secundario, sin embargo, en varios países van desarrollando estrategias que vinculen la empresa con la sociedad, como en el caso de México, la Responsabilidad Social Empresarial es considerada como un modelo que aborda la visión de los negocios, el cual les permite vincular los valores éticos, el medio ambiente, y la comunidad, de manera que, es un compromiso de bienestar a la sociedad., en cuanto en instituciones que respaldan este proceso se encuentra la institución AliaRSE “Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por México”,

el cual su función es fomentar la importancia de las buenas prácticas sociales de aquel país.

Mientras que, en Ecuador, las organizaciones se enfocan más en la competencia de ser mejor en el mercado optando por nuevos métodos estratégicos, como la utilización de la tecnología, medios sociales para dar a conocer sus productos o servicios que ofrecen, es decir, solo se centran en hacer que el cliente se interese por sus productos, y poner obtener más ingresos en la empresa, sin embargo, no toman en cuenta la posibilidad de poner en consideración la aplicación de estrategias que busque beneficiar a la sociedad y que estas acciones permita resaltar los valores de la empresa.

Actualmente la Responsabilidad Social Empresarial, es un aspecto relativamente nuevo, el cual se basa en realizar acciones de contribución a la comunidad en general, por tal motivo una gran parte de organizaciones no han optado aún este método de gestión para seguir evolucionando en el mercado.

El **planteamiento del problema** se basa en la Responsabilidad Social Empresarial como un modelo de negocio en las organizaciones. A nivel nacional desconocen sobre estos conceptos y estrategias que les permita ayudar a progresar en el mercado, y proyectar una mejor imagen de la empresa, y a su vez aportando a la sociedad e incluso a los trabajadores miembros de la empresa como interés del bienestar laboral.

Cabe resaltar, dentro de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial se caracteriza por los beneficios que genera directamente a los trabajadores de la empresa, como a una comunidad en general, la responsabilidad y contribución a la sociedad forma parte de una empresa responsablemente social.

Por lo tanto, se pone en consideración este método estratégico que permite a largo plazo tener un mejor rendimiento, ya que en la actualidad varias empresas adoptan distintas estrategias que sean adaptables con respecto a la evolución en el mercado para fortalecerse en la competitividad al que el mundo empresarial se enfrenta.

En la provincia de Santa Elena, las empresas contribuyen a la sociedad de forma empírica, no obstante, esta contribución no se encuentra establecida como una estrategia para generar competitividad con las empresas, por consiguiente, en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, existen diversas empresas que su actividad productiva es congelar, industrializar pesca y exportarla.

Dichas empresas aportan al desarrollo económico de la parroquia, ya que generan empleo para la comunidad y velan por la seguridad de sus empleados y así tener un mejor rendimiento en cuanto a la productividad, por esta razón son responsables por la actividad que realizan, como es procesar y exportar productos alimenticios congelados y procesados de excelente calidad.

En el presente trabajo de investigación es de carácter descriptivo, su propósito es, determinar la aplicación de la responsabilidad Social en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas, el cual no cuenta con un plan estratégico que se encuentre relacionado con la Responsabilidad Social Empresarial por lo que desconocen acerca de estos temas y gestiones, que les ayuda a crecer en este ámbito empresarial y permitan marcar la diferencia con otras empresas que realizan la misma actividad productiva.

Puesto que la falta de conocimientos de Responsabilidad Social Empresarial, lleva a que la empresa no permita lucir sus valores y compromiso con la sociedad y al

enfrentar nuevos métodos competitivos con las otras empresas exportadoras se encuentra en un debate sobre si las prácticas de este método estratégico, permite dar una mejor imagen competitiva.

En relación a esta problemática se toma en consideración estrategias que favorezcan la competitividad de la empresa con relación a la responsabilidad social, con la finalidad que la empresa se fortalezca tanto de forma interna como; la seguridad y la confianza por parte de los empleados, y obtener un mejor rendimiento, de tal modo que a nivel externo permita evidenciar que la empresa se interese en el bienestar de la sociedad y sobre todo de sus empleados.

En atención a la problemática expuesta, por medio del presente trabajo investigativo se busca dar respuesta a la siguiente **formulación de problema**; ¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial contribuye en la competitividad de la empresa Korea Blue Fish?

De acuerdo a la información recopilada en la presente investigación de manera que se determina como;

Objetivo General; Analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para la competitividad en la empresa Korea Blue Fish.

Y como **Objetivos Específicos** a desarrollar tenemos:

- Caracterizar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Korea Blue Fish.
- Identificar el grado de importancia del personal en cuanto a la Responsabilidad Social en la empresa Korea Blue Fish.

- Establecer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que contribuya a la competitividad en la empresa Korea Blue Fish.

La Justificación Teórica de la investigación se trata de indagar los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial y sus indicadores, de tal modo que se enfoca como estrategias para la empresa Korea Blue Fish que permita marcar diferencia en la competitividad con otras empresas que realizan la misma actividad productiva, y al profundizar en este sentido se toma en consideración a varias definiciones tal como a Legña y Villavicencio (2020) señala que la Responsabilidad Social Empresarial se basa en que una empresa contribuye de manera voluntaria a la ciudadanía por medio de programas, estrategia que se enfoquen en ámbito social, ambiental y económico para obtener una mejor sociedad, conceptos que nos ayuda a sustentar la teoría del proyecto de investigación.

La Justificación Metodológica, se basa en una investigación de tipo descriptivo , el cual tiene como propósito identificar la actitud y conocimientos del personal, directivos, sobre la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para la competitividad de la empresa Korea Blue Fish, se aplicó instrumentos de encuesta, utilizando como una investigación no experimental ya que la obtención de los datos se realizó una vez, con la aplicación de técnicas como el cuestionario con escala de intervalo, denominada escala de Likert, encuestas que está dirigida a los miembros de la empresa, con una población de 60 empleados y la utilización de un muestreo no probabilístico por conveniencia, es por ellos que se optó por escoger a 40 empleados, el levantamiento de información permitió obtener información fundamental para facilitar el proceso de investigación a través de los análisis de datos.

La Justificación Práctica consiste en demostrar la importancia que actualmente tiene la Responsabilidad Social en las empresa u organizaciones, por lo que puede influir como estrategias de competitividad, el presente estudio tendrá una aportación a la empresa Korea Blue Fish, impartiendo estrategias que permitan afrontar los retos en el ambiente de negocios, y se pretende generar que la empresa sea responsablemente social y mejorar la imagen corporativa ante un mercado competitivo.

La idea a defender de la investigación es; La Responsabilidad Social Empresarial influye de manera positiva en la competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas.

Las **variables** en el trabajo de investigación son Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad.

La estructura del presente tema de trabajo de titulación se compone de esta manera:

El **Capítulo I**, se describe cada uno de las definiciones correspondientes a las respectivas variables independiente y dependiente de la investigación, basándose en fundamentos de artículos científicos y tesis que tengan relación a la temática del trabajo, permiten orientar hacia los resultados de la investigación.

El **Capítulo II**, se detalla el tipo de metodología que se aplicará, al igual el tipo de investigación, el diseño de muestreo y las herramientas correspondientes que permitirán recopilar información para sustentar los objetivos establecidos en la investigación.

El **Capítulo III**, expone los resultados obtenidos de la investigación, así mismo los análisis de datos y discusión, conclusiones que se encuentren relacionadas con los objetivos establecidos y recomendaciones que se puedan aplicar en función a los resultados de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

En las investigaciones en el artículo científico de Parrales et al. (2021) de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, investigación titulada “ La Responsabilidad Social Empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales”, en la ciudad de con su respectivo objetivo principal, el cual es “Analizar la estrategias de RSE que ha implementado las empresas exportadoras internacionales para mantenerse competitivas en los escenarios cambiantes del comercio internacional” cuenta con un carácter de enfoque cualitativo-descriptivo, utilizando métodos inductivo y deductivo, considerando su fuente de información en bibliografía, sitios web, etc. estudio que tuvo como resultados que pone que las organizaciones que se han enfocado en la dimensión ambiental y social de la Responsabilidad Social Empresarial han priorizado las relaciones con los grupos de interés asumiendo un mayor compromiso y responsabilidad sobre sus actuaciones, posteriormente, la RSE es un comportamiento más responsable de las empresas ha influenciado positivamente en la reputación y el valor de las marcas, reflejando un mejor desempeño económico en coherencia con los objetivos corporativos, al igual que los resultados de estudios derivados por otros autores que consideran que parte de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial se encuentran en la participación comunitaria que las empresas lleven hacia a la sociedad, donde precisamente basan sus estrategias como proyectos sociales, capacitaciones al capital humano, trabajadores rurales; y en la toma de opiniones que posean los consumidores sobre la marca.

De la misma manera en el artículo de investigativo de Lara y Sánchez (2021) titulada “Responsabilidad Social Empresarial para la competitividad de las organizaciones en México” en la revista Mercados y Negocio, el cual estableció como objetivo; “Analizar la Responsabilidad Social Empresarial como un elemento que propicie la competitividad en una organización, así como identificar el grado en que la realidad en México se ajusta a los planteamientos plasmados a través de la teoría” y como resultado, se obtuvo que la responsabilidad social en México es un elemento que genera beneficios ya sea de largo a corto plazo para la empresa., el cual causa el incremento de una ventaja competitiva en el mercado y produce una mayor rentabilidad, permite mejorar la imagen de la organización y la relación interna de la empresa, de modo que también resaltan que los estudios obtenidos demostraron que la Responsabilidad Social Corporativa es una técnica que además de tener como objetivo principal en generar beneficios a una comunidad en general, representa un aliado para el aumento de competitividad y rentabilidad de una organización desde distintos punto de vista como lograr una mejor relación con los clientes, una mejor imagen de la empresa, un mejor ambiente laboral, la facilidad de crear nuevas alianzas con organizaciones que compartan los mismos valores. Dichos beneficios se pueden ver reflejados en los últimos años en este tema, ya que es una tendencia moderna que se encuentra al alza a nivel mundial y que cada vez crece la demanda en cuanto a los integrantes de la empresa como la sociedad en general. Sin embargo, México aún tiene que progresar en este ámbito para lograr que sus empresas comiencen a ver la Responsabilidad Social Empresarial como una inversión a largo plazo que generará beneficios a nivel interna como externa de la empresa.

Asimismo, en el trabajo de titulación de Maestría de Capurro (2020) de la Universidad Nacional del Mar de Plata, el cual titula “La Responsabilidad Social Empresarial en la industria pesquera marplatense: impacto actual y oportunidades” con su objetivo principal que es “Identificar el estado actual de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en las empresas de la industria pesquera del Municipio de General Pueyrredón, estableciendo qué objetivos y programas tienen para medir sus logros”, para la recopilación de información, utilizaron diseño con enfoque cuantitativo y cualitativo, el cual como resultado obtuvieron de acuerdo a los objetivos planificados por la presente investigación, el estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones de la industria pesquera del Municipio de General Pueyrredón se encuentra en un proceso primario, que se encuentra ligado al apego a la ley, pero sin lograr superarlo, al igual se pudo visualizar con claridad el nivel de desarrollo que tienen las políticas de RSE en las empresas de matriz extranjero, con un compromiso formalizado y mucho más ligado a las exigencias vertidas desde sus matrices, frente a los requerimientos de los clientes y canales de comercialización. En cuanto en la contraposición de ello, las acciones promovidas por este grupo para con el Municipio es particularmente baja, y en ese sentido la cercanía que tienen las Pymes locales con la realidad les permite tener al menos un acercamiento informal, pero acercamiento al fin con las necesidades de su entorno.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un tema que gran importancia en muchas organizaciones, ya que permite desarrollar actividades como la contribución hacia una sociedad en general, de este modo estas acciones que

realizan en dichas empresas u organizaciones se convierten en la imagen e integridad que proyectan.

Considerando a Legña y Villavicencio (2020) manifiestan que:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también denominada como Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se basa en la posibilidad que posee una empresa de contribuir de manera positiva, responsable y voluntaria con todo su entorno, desde los miembros pertenecientes a la organización hasta la ciudadanía en general, con el fin de mejorar a través de programas y estrategias el entorno social, ambiental y económico de una población, y que estas mejoras perduren a futuro, para así construir una mejor sociedad (p. 15).

En perspectiva al concepto de los autores que hacen énfasis que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye positivamente a un entorno social, ya sea que sus propios miembros de la organización colaboran hacia a una comunidad en general, es decir la contribución que hace la empresa hacia la sociedad se basa prácticamente en acción de mejora y búsqueda de beneficio para el bienestar de la comunidad, de manera que las acciones que desarrollan se convierten en una empresa responsablemente social.

Figura 1
Responsabilidad Social Empresarial



Nota: Factores que intervienen en la Responsabilidad Social Empresarial. Elaborado por la autora.

Una empresa es responsablemente social cuando tiene interés en contribuir a la sociedad, entonces al aplicar estas acciones generan un bien a la sociedad, y también produce una ventaja competitiva hacia un mercado competitivo permiten los valores establecidos en la empresa.

Desde el punto de vista de Candelario (2019)

La Responsabilidad Social Empresarial se encuentra fundamentada en el marco legal vigente a nivel mundial, el cual reconoce a esta herramienta de gestión como una de la más importantes para garantizar la satisfacción de todos los involucrados que tienen interés en la actividad de las empresas, quienes pertenecen a distintos sectores de la sociedad y tienen implicaciones directas en su quehacer cotidiano, (...).(p. 12)

En cuanto a los criterios del autor, la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial, se considera un modelo estratégico legalmente vigente, por lo que, permite que muchas empresas opten por esta modalidad que genera beneficios y mejoras en la evolución de la empresa e imagen en el mercado, dicho modelo tiene como finalidad producir beneficios a la sociedad a través de acciones tal como, colaborar en eventos cotidianos, mientras que, a nivel interno de la empresa se puede realizar actividades para el bienestar de los trabajadores.

Valorando a Lindao (2018) define que;

La RSE como un compromiso voluntario, ético y legal de las empresas públicas y privadas para con la sociedad y la finalidad de mejorar los niveles de calidad de vida preservando el medio ambiente con el firme objetivo de convertirse en empresas socialmente responsables. (p. 11)

Por consiguiente, la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en principios, cultura y compromiso voluntario de la empresa contribuyendo a la sociedad, del mismo modo que es una forma de gestionar y ofrecer un beneficio de forma positiva que le permite brindar a la comunidad, es decir, la empresa decide contribuir a un bienestar social, considerando también en diferentes entornos, por ejemplo, en entorno social, entorno ambiental o entorno económico.

Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad

De la misma forma Gil y Gutiérrez (2022) argumentan que; “La RSE se está convirtiendo cada vez más en una variable competitiva reconocida a nivel internacional, un factor de éxito empresarial vinculado al compromiso ético de la empresa moderna con la comunidad” (p. 7).

En los beneficios que genera la responsabilidad social en las empresas al ser estrategias que permiten llevar al éxito a las empresas por medios de acciones sociales, y relacionando con empresas exportadoras hace que puedan resaltar a nivel internacional sus valores éticos como empresa socialmente responsable.

Las apreciaciones de Gutiérrez (2021) replica que, es el compromiso voluntario continuo de contribuir cumpliendo con el desarrollo económico sostenible, a su vez en el bienestar de los trabajadores de la empresa, así como el de la sociedad en general o comunidad en la que se encuentra ubicada la organización. Antelo y Robaina (2015)(p. 11).

Considerando lo antes mencionado con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, es un tema que actualmente en varias empresas están optando este modelo estratégico, ya que es considerable aplicar nuevos métodos en una empresa

hace que en un mercado competitivo se vuelve tendencia para mejorar en este ámbito empresarial, no obstante, estas estrategias generan un beneficio para empresa y para la sociedad, por lo tanto el compromiso voluntaria de una empresa, incluye a los trabajadores como parte de las acciones de mejora de una empresa socialmente responsable.

1.2.1.1 Responsabilidad Social

La responsabilidad social actualmente es un compromiso que pocas empresas a nivel mundial optan por gestionar, no obstante, se considera como parte fundamental en los aspectos empresariales (Morales y Jiménez, 2018, p. 103).

Consideran los señalamientos de los autores, efectivamente la gestión de Responsabilidad Social Empresarial es poco común que las empresas establezcan como parte de sus actividades, ya que generalmente las empresas se enfocan en promocionar los productos o servicios que ofrecen, con el fin de obtener la fidelidad de los consumidores.

Peláez (2020) señala a la responsabilidad social como parte fundamental del éxito de las organizaciones a largo plazo, y en la actualidad en relación a la Responsabilidad Social Empresarial se ha transformado en un proceso novedoso y que poco se ha reconocido en el mundo empresarial en pleno siglo XXI (p. 121).

Si bien es cierto la Responsabilidad Social Empresarial es un tema que pocas empresas abordan, ya que, este modelo estratégico es opcional para las organizaciones, es por ello, que actualmente tiene poco reconocimiento que tiene a nivel mundial.

Asimismo, las afirmaciones de Morán et al. (2021) resaltan que; La responsabilidad social en la actualidad se está convirtiendo en una tendencia

desarrollada, siendo una variable competitiva de reconocimiento global, al igual está considera como una herramienta de éxito en las organizaciones que se asocian con el compromiso ético, tendencia moderna que aplican las empresas en colaboración a la sociedad. (p. 6)

Del criterio antes mencionado de los autores, si bien es cierto la responsabilidad social también puede ser entendida como un compromiso de ayudar a la comunidad en general, y empleados, con el fin de obtener un beneficio para la empresa, ya sea diferenciarse con la competencia, y dando una buena imagen corporativa por los actos caritativos que conlleva una responsabilidad social como una gestión estratégica.

Prácticas de responsabilidad social

Las prácticas de responsabilidad social han sido consideradas una estrategia gerencial adoptada por las empresas, donde han implementado e incidido positivamente en la calidad de vida laboral, así como, en el entorno en el cual desarrollan sus actividades (Peralta et al., 2022, p. 1098).

Tomando el criterio de los autores, las prácticas de responsabilidad en varias empresas que han optado este tipo estrategia les permiten brindar una mejor calidad de vida a la sociedad, prácticas que pueden vincularse por medio de programas del cuidado del medio ambiente, contribuciones comunitarias, planes que velen el bienestar de los trabajadores de la empresa.

De las consideraciones de Ayala (2021) enfatiza que “La responsabilidad social de las organizaciones puede identificarse con prácticas caritativas u obtención de beneficios de forma indirecta persiguiendo una buena imagen de la empresa;

actualmente constituye una obligación moral para la sociedad teniendo una conciencia social”(p. 188).

Las empresas que aplican responsabilidad social en cuanto a sus acciones lo hacen de forma voluntaria como la colaboración en eventos comunitarios, estas organizaciones buscan por medio de acciones sociales reflejar una mejor imagen corporativa, es por ello, que a través de las contribuciones a la comunidad tienen beneficio empresarial.

1.2.1.1.1 Entorno Social

Los señalamientos de Acosta et al. (2018) conceptualizan que el aspecto social dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, aborda la relación entre las empresas con la comunidad en la que se encuentra establecida la empresa (p. 110).

En este punto el ámbito social se considera un principal indicador de la Responsabilidad Social Empresarial que se relaciona entre la organización y las acciones de mejora hacia la sociedad en general, el cual, por medios de gestiones, y de programas que les permita brindar un bienestar hacia la comunidad, y del mismo modo a los empleados de su propia empresa.

En este aspecto Parra et al. (2018) infieren que las empresas socialmente responsables hacen que las mismas organizaciones tomen decisiones estratégicas buscan la fidelización por parte de los clientes, es por ello que al optar ser empresa con responsabilidad social enriquece a la reputación de las empresas, de la marca y a su vez a mejorar en cuanto a la rentabilidad a un largo plazo, esto produce que los usuarios tengan la necesidad que todas las empresa realicen este tipos de acciones sociales que les beneficie de forma positiva y mejore la calidad de vida de las sociedad,

de los empleados e incluso este compromiso social voluntario hace que genere cambios positivos en el país (p. 10).

Considerando al autor, el cual menciona que una empresa socialmente responsable se considera que se debe velar por el bienestar de los empleados de la institución que aplica este tipo de gestión como la responsabilidad social, el cual se refleja en la buena imagen que proyecta debido a estas acciones de mejora con la sociedad y sus miembros de la empresa.

1.2.1.1.2 Entorno Ambiental

Las valoraciones de Rodríguez y Mayorga (2021) aseguran que, “El cuidado del medio ambiente por parte de las empresas es cada vez más necesario y requerido por parte de los consumidores en cuanto consumen producto o servicio. Para aquello las compañías deben cumplir con ciertas obligaciones”. (p. 21).

En efecto considerando el aspecto ambiental es parte fundamental de la imagen de una empresa responsablemente social, el cual se prioriza al cuidado del medio ambiente, como parte de una gestión estratégica de la empresa, con el objetivo de brindar un apoyo que puedan generar cambios haciendo conciencia ambiental, hacia los consumidores e incluso a los propios empleados de la empresa.

Según los estudios realizados por Iglesias y Panta (2019) coinciden en el aspecto ambiental que;

Las empresas día a día deben ser más competitivas porque la sociedad demanda nuevas exigencias a favor del medio ambiente. Es ahí donde nace la necesidad de Responsabilidad Social dentro de las organizaciones porque a través de este

concepto se puede analizar el uso de normas ambientales, establecer políticas de manejo de desechos para lograr programas de reciclaje. (p. 30)

De tal modo que uno de los factores de responsabilidad social en una empresa, es el cuidado ambiental, y en relación a las empresas emparadoras de productos alimenticios es fundamental tener conciencia ambiental, como parte de una política de la empresa, al estar comprometido con un ambiente sano, así como mencionan los autores los programas de cuidado del medio ambiente forma para de la cultura y valores que la empresa refleja en una imagen que presenta al mundo empresarial. siendo una empresa con valores hace que la empresa sea socialmente responsable.

1.2.1.1.3 Entorno Económico

Las apreciaciones de Maldonado y Torres (2021) hacen enfatiza que;

El empleo de prácticas de responsabilidad social puede contribuir una mejora económica a la empresa ya sea a mediano o largo plazo, esto se debe a la opinión que emitan los consumidores ya que se identificaran con las compañías modernas que establecen la Responsabilidad Social Empresarial y están comprometidos a cambiar dichas acciones por organizaciones que si promuevan un compromiso social que va más allá de lo económico. (Pesántez, 2017). (p. 14)

Con respecto a este tema, las empresas que apliquen la Responsabilidad Social Empresarial como estrategias, puede mejorar económicamente a una organización a largo plazo, considerando los proyectos y programas que la empresa considere aplicar para aportar a la sociedad buscando un beneficio a través de estas acciones de mejoras

para la sociedad, y tener como resultado que la sociedad vea que la empresa es socialmente responsable.

En este sentido Córdova (2018) menciona que una empresa considerada responsable social es cuando tiene un equilibrio entre los beneficios económicos y contribución a la comunidad a través de acciones sociales (p. 9).

En base en el ámbito económico relacionado con la responsabilidad social en las empresas u organizaciones se busca tener un equilibrio en las acciones que brindan las empresas hacia la sociedad con la inversión de la actividad productiva que realizan debido a que estas acciones si generan un gasto para tener beneficios a largo plazo, es decir la empresa debe tener un rendimiento económico que pueda solventar estas acciones de mejora para la comunidad, sea en planes, programas y en contribución que estan dentro de las estrategias que aplicaría para ser una empresa responsable social sin dejar de tomar importancia en sus actividades de inversión que normalmente realizan para seguir creciendo en el mercado.

1.2.1.1.4 Ética

Los hallazgos de Alfaro (2020) ratifican que;

La ética es un concepto ambivalente, un término bastante utilizado que tiene connotaciones diversas. Por un lado, cuando hablamos de ética, nos referimos a aquellos límites que nuestra conciencia moral tiene internalizados que permiten la convivencia humana. Límites que regulan nuestro comportamiento y que se expresan en códigos reguladores de la conducta. (p. 20)

Dentro de la perspectiva de los autores, se considera que toda empresa u organización cuenta con valores y políticas, por lo que incluye la ética profesional, de

la misma manera el compromiso y la cultura, son forma parte de la imagen que proyecta la empresa, por ende, este tema que aborda el comportamiento de una empresa, entonces al relacionar a una empresa que cumple acciones de forma voluntaria siendo parte de la responsabilidad social en el ámbito empresarial, es por ello que la ética en los métodos estratégicos genera cambios positivos desde la comunidad en la que está establecida, a través de método estratégico permite mejorar el bienestar tanto como de los empleados de la empresa como a una sociedad en general.

También los conceptos de Nancy (2019) corrobora que la ética se define como un comportamiento moral, entonces al establecer este concepto que el ámbito empresarial se convierte un compromiso dentro de la empresa, y la interacción que tengan con la sociedad, esto se puede reflejar en las acciones que realiza la empresa, que cuentan con el de realizar estrategias con fin de cubrir las necesidades de la comunidad en la que la empresa se encuentra ubicada (pp. 4-5).

No cabe duda que los principios más establecidos en cada organización se basan prácticamente en la ética y la responsabilidad, relacionando con la Responsabilidad Social Empresarial, estos principios éticos son parte de la integridad de las organizaciones, es por ellos que, al incorporar en este método estratégico de la RSE, su objetivo principal es hacer que a través del desarrollo de estas acciones sociales se reflejan en la imagen que proyecta la empresa y que a su vez hace que marque la diferencia con la competitividad que existe en el mercado.

1.2.2 Competitividad

Las referencias de García et al. (2021) sintetizar que; “La competitividad empresarial deriva de la ventaja competitiva que tiene una organización, gracias a sus métodos de producción y organización”. Romo y Abdel (2015). (p. 5)

La competitividad proviene de la ventaja competitiva de una empresa u organización, que a través de métodos y estrategias que aplican las organizaciones se hacen diferenciar hacia las otras empresas que se encuentran en un mercado específico, dichas estrategias se pueden evidenciar en el precio y la calidad del producto o servicio que ofrecen.

Al referirse a esta teoría Mejía et al. (2019) señalan a la competitividad como una herramienta de carácter interno de la organización, el cual se constituye en los factores de beneficio a la empresa donde interviene la habilidad del empresario y la forma de gestionar la empresa (p. 102).

Considerando las opiniones de los autores anteriormente mencionados la competitividad se puede reflejar en el aspecto interno de la empresa, ya sea en sus recursos, desempeño y gestiones para obtener un mejor rendimiento, con ello, se toma en cuenta que en la competitividad no solo se trata de implementar estrategias que busca proyectar la reputación de la empresa.

En este sentido Muentes (2018) sostiene que;

La competitividad es la capacidad de producción de una empresa o país y la habilidad para obtener productividad de la misma; desarrollando así sus políticas y factores dentro de un conjunto de sistemas tanto económico, social, ambiental e institucional, generando a las empresas; incremento de sus

ingresos, mejor producción, beneficios para la sociedad y satisfacción de la misma, y poder lograr una posición rentable para las industrias alcanzado el éxito y así poder competir eficazmente con la oferta y demanda extranjera de bienes y servicios tanto a nivel nacional como internacional (2018, p. 28).

La competitividad se basa en la capacidad de una organización para desarrollar sus ventajas competitivas con respecto a las organizaciones, donde tienen habilidades, recursos y sobre todo con la ayuda de la tecnología hace que las empresas se dediquen aplicar nuevos métodos para destacarse en mercado, buscando el beneficio de incrementar sus ingresos y mejor su productividad.

La competitividad y su relación con la responsabilidad social empresarial

Los hallazgos de Moreno (2020) indica que La Responsabilidad Social Empresarial, se considera como el concepto que emerge en el mundo de los negocios, que no solo se relaciona en la competitividad, sino que las empresas que realizan la RSE se preocupan por lo social y el cuidado del medio ambiente (p. 9).

En efecto las empresas que adoptan la Responsabilidad Social Empresarial generan que al optar por estas estrategias beneficia a la imagen de la empresa y mejora en competitividad ya que resaltan a través de sus acciones que brindan a la comunidad marcar una diferencia con las empresas que solo se enfocan en estrategias de promocionar sus productos o servicios que ofrecen, más no se preocupan por generar un cambio para la sociedad, ya que al ejercer la responsabilidad social permite resaltar los valores que forma parte de la empresa.

(Meléndez, 2020) ratifica; La Responsabilidad Social Empresarial influye en la competitividad al mostrar una buena imagen de la organización con ética y una gran

preocupación por el bienestar de sus stakeholders, lo cual contribuye en el posicionamiento de la marca o producto(2020, p. 10).

Las empresas se preocupan constantemente en establecer estrategias que permitan captar la atención de los usuarios, una de las estrategias es utilizar la tecnológica, sin embargo, al vincular la responsabilidad social en las empresas, proyectando las acciones de mejora para la sociedad, esto hace que los usuarios se interesen en las actividades que la empresa realiza, y se ve reflejado en la imagen corporativa.

1.2.2.1 Ventaja competitiva

Las indagaciones de Figueroa (2021) recalca a; “la ventaja competitiva como la descripción de la forma en que una empresa puede elegir e implementar una estrategia genérica para lograr y mantener una ventaja competitiva” Potter (1985).(pp. 24–25). La ventaja competitiva es el resultado de la acción que realizar la empresa para escalar un nivel más en el mercado, es el resultado de ejercer estrategias para el bien de la empresa.

En efecto, la ventaja competitiva se describe como las acciones estratégicas que la empresa realiza para diferenciarse en un mercado competitivo (Cisneros, 2020, p. 15). Dicho de otro modo, la ventaja competitiva es una característica de la organización el cual puede implementar estrategias que les permita escalar en el mercado específico del cual la empresa desea superarse, y comparando con el objetivo de estudio.

La ventaja competitividad con aplicación de responsabilidad social en las empresas, hacen que también formen parte de unas estrategias para que las empresas

sigan evolucionando y buscando beneficios en ambas partes entre la organización y la sociedad.

Para Núñez (2019); “Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas”. Relacionando con la responsabilidad social en las empresas, y considerando las palabras del autor una ventaja competitiva es una capacidad humana, es por ello que al desarrollar una acción social está siendo vinculada con la capacidad que el ser humano puede desarrollar, tal como en brindan una contribución para el bien de una sociedad en general.

De la misma forma Vera (2021) sostiene que la ventaja competitiva es la forma sustentable que ejerce una organización y el posicionamiento que tiene en el mercado a través de sus acciones Potter (2015).

En base a lo referenciado por el autor, las ventajas competitivas son un referente a la competitividad, utilizando métodos de innovación, como la tecnología, los conocimientos, son instrumentos que les permiten generar a la empresa mejorar en cuanto a la competencia en el mercado.

1.2.2.1.1 Estrategias

En este sentido Bernal & Alpuche (2022) citado a (Rivas, 2016) hacen énfasis que la estrategia se considera como una guía de acciones, que se establece después de los resultados de un análisis interno y externo, así también en los recursos y capacidades que permitan a la organización mejorar.(pp. 11–12)

Las estrategias están denominadas como las acciones que las empresas ejercen para el bienestar y el progreso de las empresas, son acciones que a través de un análisis permite tomar decisiones de mejora, estas decisiones no solo se aplican a nivel externo

para los consumidores vean la imagen de la marca, sino también se consideran para la parte interna de la empresa, como generar un mejor ambiente laboral

La RSE como estrategia

Berni y Maldonado (2020) expresan que;

La RSE se le considera como un objetivo estratégico, buscando crear valor en las diferentes industrias, con la finalidad de lograr beneficios en el futuro tanto para la empresa como para sus colaboradores, incluyendo a la población y el medio ambiente ya que, la iniciativa de las empresas es con total voluntad, en concordancia con los requerimientos legales y normativos estipulados con la finalidad de obtener excelentes estrategias de RSE.(p. 9)

En relación a la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de gestión que permite brindar un beneficio a una comunidad en general, asimismo a nivel interno permite crear una mejor relación laboral en los empleados, el medio ambiente también entra como parte de los beneficiarios por la aplicación de estas estrategias de mejora.

En concordancia con Noriega (2020) menciona que;

La actualidad las empresas buscan implementar estrategias para entablar relaciones saludables, una de ellas es la creación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para cooperar con el gobierno local, comunidad y otros actores de interés con la finalidad de desarrollar la capacidad de entender la diversidad de condiciones sociales, económicas, culturales y ambientales para comprender las necesidades y percepción de la

comunidad y así evitar cualquier daño desproporcionado a la comunidad (Alcaraz, 2012). (p. 9)

Considerando la opinión del autor establecer estrategias en el concepto actual la Responsabilidad Social Empresarial buscan vincular acciones hacia sociedad, con fin de generar condiciones sociales, ambientales y relaciones laboral en las empresas, acciones que den como resultado resaltar que la empresa no solo se enfoca de promocionar su producto, sino de hacer llegar a los clientes que son empresas que se preocupan en el bienestar de la humanidad.

1.2.2.1.2 Innovación

En las indagaciones de Maza y Mora (2020) replican que La innovación se encuentra crear nuevas cosas, y desarrollar estrategias para que las empresas tengan la atención de los consumidores y no poder dejar que el producto o servicio que ofrece caiga la etapa del declive, también se basa en desempeñar nuevos diseños, y mejorar en el proceso productivo y así lograr llevar a la empresa a tener una ventaja competitiva(p. 11).

De la misma manera, el tema de invocación es parte de una empresa, ya que permite indagar en nuevos modelos de estrategia y relacionan con la competitividad ayuda a que la empresa pueda reflejar un avance de mejora en la actualidad realizan acciones de responsabilidad social, como un nuevo modelo de gestión.

Los aportes de González (2021) reafirman que “la innovación se puede convertir en una excelente herramienta para desarrollar su competitividad, es más, se dice que las empresas que practican la RSE son las más propensas a innovar”(p. 29).

En efecto una empresa que aplica Responsabilidad Social Empresarial como parte de sus estrategias, se considera una empresa innovadora ya que es un tema que actualmente se está desarrollando en varias empresas, por ende, la RSE es una herramienta innovadora en el mercado hace que haya una competitividad ya que todas las empresas pueden visualizar los beneficios que a largo plazo genera.

1.2.2.1.3 Productividad

En este sentido Aquino (2022) resalta que; “la productividad es determinada por la conexión que se da entre dos factores, por un lado, los recursos que se emplearon y el volumen de la producción de una organización”(p. 10).

La productividad es la medida rentable que calcula el bien o servicio que se ha generado en la empresa y cuántos recursos que han utilizado, también se puede entender como los resultados de un producto o servicio, el cual también mide la eficiencia que se relaciona a la cantidad de producción obtenida.

Rivera (2018) infiere que la productividad se entiende como el aprovechamiento de indicadores que permitan transformar a una empresa que beneficie a la competitividad en el mercado. (p. 28)

Dentro de este orden de ideas destacan que la productividad es el resultado de la utilización de factores que permiten mejorar dentro la empresa, y al asociar con la Responsabilidad Social Empresarial como unos de los factores estratégicos tenga como resultado a que incremente la productividad debido a las acciones que la empresa realizan como preocuparse del bienestar de los trabajadores, también la motivación y un mejoramiento en el ambiente de trabajo en la organización forma parte de estos resultados.

1.2.2.1.4 Rentabilidad

Analizando las investigaciones de Ramírez (2021) infiere que la rentabilidad está caracterizada como la eficiencia económica del trabajo. Sin embargo, el fin de lograr de tener un status económico estable, sino aporta a la obtención de incrementar la productividad, y contribuir a las necesidades de la sociedad (pp. 28–29).

La rentabilidad de una empresa se considera la eficiencia y el promedio económico de una inversión, o refleja el esfuerzo que se ha hecho en la empresa, ya sea en la productividad, al igual que esta rentabilidad permite visualizar la relación que tiene la rentabilidad de la empresa con las acciones de responsabilidad social que aplica la empresa.

Las indagaciones Aguirre et al. (2020) razonan que; “La rentabilidad como un indicador amplio e importante a nivel mundial, permite que bajo su análisis financiero se tenga una valoración a una empresa sobre la capacidad que tiene para generar beneficios y así financiar sus operaciones”(p. 51).

Para aplicar métodos que permita que la empresa mejore en la competitividad, debe tomar en cuenta la rentabilidad como el indicador que mediante sus análisis financieros de viabilidad para que la empresa realice inversión de mejora como por ejemplo la aplicación de la responsabilidad social empresa como una estrategia para diferenciarse en el mercado, genera una inversión en las acciones como en programas y planes de cuidado ambiental, contribución en eventos comunitarios e incluso en capacitaciones para los miembros de su organización.

1.3 Fundamentos sociales, y/o legales.

1.3.1 Fundamentos sociales

Varias empresas están aportando con Responsabilidad Social Empresarial a través de estrategias de competitividad, como Adelca, empresa que cuenta como programas de salud, reciclaje, educación continua, y emprendimiento, apoyo al adulto mayor, cancha deportiva, club de recicladores, voluntariado, programa de arborización y centro de internet”(Palacio et al., 2018). Es por ello que Adelca, en sus beneficios obtenidos por formar parte de la Responsabilidad Social Empresarial son de reconocimiento nacional e internacional.

1.3.2 Fundamentos legales

En Ecuador no cuentan con un reglamento, donde redacte que las empresas tengan como obligación aplicar la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, varias empresas toman en consideración las Normas ISO, que resaltan un código de Responsabilidad Social Empresarial, a su vez en la Constitución de la República del Ecuador código que corresponda a una empresa responsablemente social, no obstante los Objetivos de Desarrollo también pueden contribuir a los aportes que la empresa pueda realizar a la sociedad.

ISO 26000

Guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizada mente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo (ISO, 2010).

Objetivos de desarrollo sostenible ONU

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre del año 2015, con el fin de tener una visión transformadora en los aspectos de sostenibilidad económica, social y ambiental(ONU, 2018).

El Desarrollo Sostenible que tienen previsto para el año 2030 plantea 17 objetivos que relacionan con el ámbito económico, social y ambiental, en los que se mencionan a continuación(ONU, 2018);

Figura 2

Objetivos de Desarrollo Sostenible Naciones Unidas



Nota: Elaborado por (ONU, 2018)

Objetivo 1 Tiene como tema “**Fin de la pobreza**” que consiste en poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo (ONU, 2018).

Objetivo 2 Con tema “**Hambre cero**” con el fin de poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible (ONU, 2018).

Objetivo 3 Con tema “**Salud y bienestar**” con el fin de garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades (ONU, 2018).

Objetivo 4 tema “**Educación de calidad**” con finalidad de garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos (ONU, 2018).

Objetivo 5 tema “**Igualdad de género**” con el fin de lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas (ONU, 2018).

Objetivo 6 tema “**Agua limpia y saneamiento**” el cual garantiza la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todas las personas en el mundo (ONU, 2018).

Objetivo 7 tema “**Energía asequible y no contaminante**” con el objetivo de garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos (ONU, 2018).

Objetivo 8 tema “**Trabajo decente y crecimiento económico**” promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (ONU, 2018).

Objetivo 9 tema de “**Industria, innovación e infraestructura**” construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación (ONU, 2018).

Objetivo 10 tema “**Reducción de las desigualdades**” con el fin de reducir la desigualdad en y entre los países (ONU, 2018).

Objetivo 11 tema “**Ciudades y comunidades sostenibles**” con el fin de lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles (ONU, 2018).

Objetivo 12 con tema de “**Producción y consumo responsables**” con el fin de garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (ONU, 2018).

Objetivo 13 con el fin de “**Acción por el clima**” con el fin de adoptar medidas urgentes contra el cambio climático y sus efectos.(ONU, 2018)

Objetivo 14 con tema de **Vida submarina** con el fin de conservar y utilizar en forma sostenible los océanos y mares, conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible (ONU, 2018).

Objetivo 15 con tema, “**Vida de ecosistemas terrestres**” con el fin de proteger los bosques y luchar contra la desertificación, creando leyes para preservar los ecosistemas a nivel mundial, reduciendo la degradación ambiental y conservando la diversidad biológica (ONU, 2018).

Objetivo 16 con el tema de “**Paz, justicia e instituciones sólidas**” con el fin promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles (ONU, 2018).

Objetivo 17 con tema de “**Alianzas para lograr los objetivos**” con el fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible (ONU, 2018).

Constitución de la República Del Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008), bajo el registro oficial 449;

Art 3 Son deberes primordiales del Estado: **1.** garantiza sin discriminación el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes,⁵ Planifica el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir, **7** Protege el patrimonio natural y cultural del país.(2008, p. 9)

Art. 14, infiere en reconocer el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*, y declarar el interés al público la preservar el 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 (p. 14).

Art 66, con el fin de reconocer y garantizar a las personas: d) denominada la prohibición del uso de material genético y la experimentación científica que atenten contra los derechos humanos; **15** con el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual y colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental (2008, p. 32)

Art 320, en las sus diversas formas de organización en cuanto a los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, y contar con valores de transparente y eficiente, y en la producción cualquiera de sus formas, se sujetará a

principios y también a normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (p. 160)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Tipos de investigación

La presente investigación será de carácter eminentemente descriptivo no experimental, también una investigación con enfoque cuantitativo por el cual se observa sobre las dos variables establecidas en el proyecto y acude al entorno donde se desarrolló el instrumento, y en cuanto a nivel de estudio es de corte transversal, donde la recopilación de datos se procesa a analizar en una sola ocasión.

2.1.1 Investigación Descriptiva

Este de investigación ayudará a describir la problemática del estudio de manera precisa a los criterios proyectados por el estudio, asimismo a determinar si la Responsabilidad Social Empresarial influye en la competitividad de la empresa Korea Blue Fish. La investigación descriptiva ayuda a identificar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial si influye de manera positiva a la empresa Korea Blue Fish.

2.1.2 Cuantitativo

En cuanto al enfoque al enfoque de la investigación se considera de carácter cuantitativo se realizó encuestas a trabajadores de la empresa Korea Blue Fish con la finalidad de conocer el criterio acerca de las Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, posteriormente permitirá analizar a través de una base numérica, de datos se encuentran relacionado directamente de la investigación, el cual direccionará los resultados del trabajo investigativo.

2.2 Métodos de la investigación

En base a la información recopilada para el trabajo investigativo se empleó el método deductivo, el cual facilitará en el trabajo de investigación, método que permite el desarrollo del proyecto a determinar las características y beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial que aporta la empresa, al igual que permiten también por medio de análisis de acuerdo a la tabulación que se realizará a través de una recopilación de datos para el presente trabajo.

2.2.1 Deductivo:

La utilización de este método de razonamiento servirá para inferir un análisis crítico más profundizado con relación a los objetivos planteados de la investigación a los resultados de estudio, es decir tener un análisis general a lo particular.

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

La población seleccionada bajo criterio del investigador fue direccionada a los trabajadores de las empresas Korea Blue Fish ubicada en la parroquia Anconcito del cantón Salinas con una totalidad de 60 empleados.

Tabla 1

Población de la empresa Korea Blue Fish

Empresa Korea Blue Fish	
Personal Administrativo	11
Personal de proceso	59
TOTAL	60

Nota: En la tabla se evidencia la población de la empresa Korea Blue Fish

2.3.2 Muestra

De tal modo que el subconjunto de la población establecida para la presente investigación será en base a un muestreo no probabilístico, por conveniencia, donde una gran de la población tiene la posibilidad de ser elegida, en cuanto a su base de datos constas de 40 empleados, seleccionados de acuerdo a los criterios de predisposición de tiempo.

2.4 Diseño de recolección de datos

Para realizar la recopilación de información se aplicó técnicas como la encuestas e instrumentos por lo que, se utilizó el cuestionario para facilitar la recopilación de datos.

2.4.1 Técnica

Para la presente investigación se utilizará como técnica para la recopilación de datos por medio de encuesta que tiene como propósito obtener información confiable referente a la Responsabilidad Social Empresarial por parte de los empleados de la empresa.

2.4.2 Instrumento

Para la elaboración del instrumento se consideró realizar un cuestionario de acuerdo a la matriz de operacionalización considerando las variables, dimensiones e indicadores, que permite desarrollar interrogantes para efectuar las respectivas encuestas con respuestas con tipo escala de Likert.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

Tabla 2

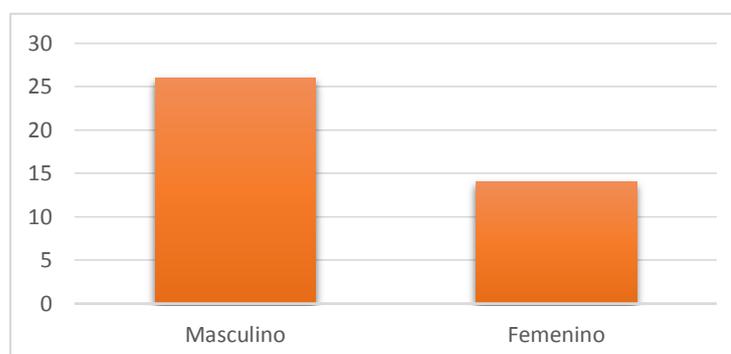
Género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	26	65,0%
Femenino	14	35,0%
Total	40	100%

Nota: Esta tabla da a conocer la clasificación de empleados de la empresa Korea Blue Fish. Elaborado por la autora.

Figura 3

Género



Nota: Esta gráfica da a conocer la clasificación de empleados de la empresa Korea Blue Fish. Elaborado por la autora.

Con un 65% de las personas encuestadas se evidencia en su mayoría fueron de género masculino quienes realizan su actividad laboral en la empresa, a diferencia con 35% del género femenino ejercen su actividad laboral en la empresa, debido a que sus actividades a las diferentes actividades que desempeña el cual requiere el uso constantemente de la fuerza.

Tabla 3

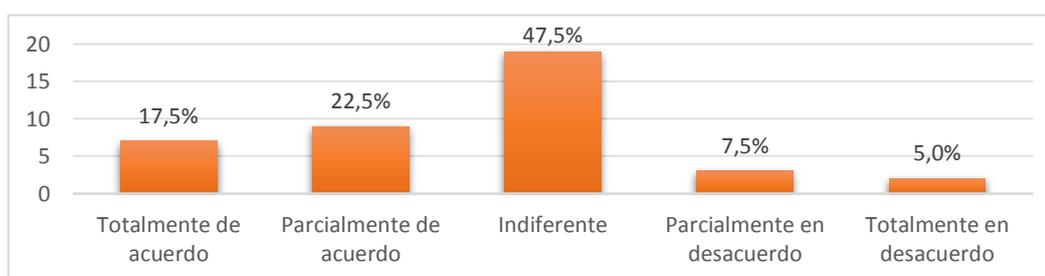
¿Considera usted que actualmente en la empresa existe Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	17,5%
Parcialmente de acuerdo	9	22,5%
Indiferente	19	47,5%
Parcialmente en desacuerdo	3	7,5%
Totalmente en desacuerdo	2	5,0%
TOTAL	40	100%

Nota: Esta tabla da a conocer el criterio de los empleados que consideran que existe RSE en la empresa. Elabora por la autora.

Figura 4

¿Considera usted que actualmente en la empresa aplica Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?



Nota: Esta gráfica da a conocer el criterio de los empleados que consideran que existe RSE en la empresa. Elaborado por la autora.

Los resultados obtenidos de los encuestados permiten determinar que el 47,5% se mantiene con un criterio de indiferencia con respecto a que existe en la empresa Responsabilidad Social Empresarial, mientras que tan solo el 5,0% mencionan que están de totalmente en desacuerdo a la existencia de la responsabilidad social en la empresa.

Tabla 4

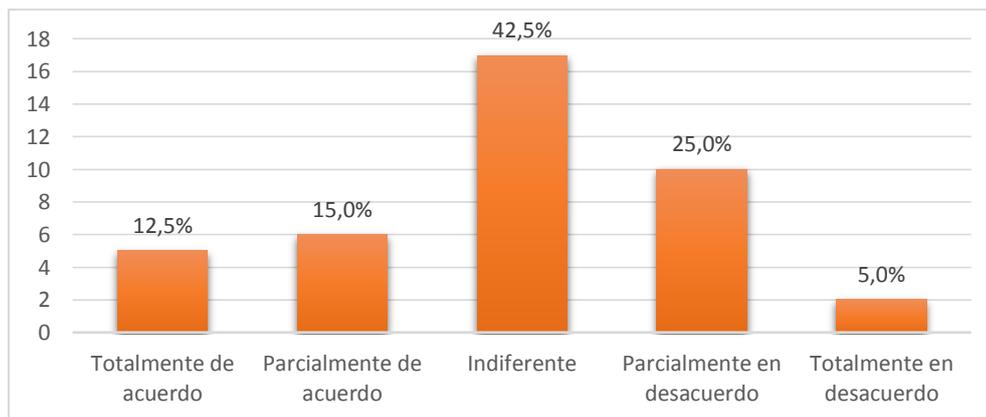
¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	12,5%
Parcialmente de acuerdo	6	15,0%
Indiferente	17	42,5%
Parcialmente en desacuerdo	10	25,0%
Totalmente en desacuerdo	2	5,0%
TOTAL	40	100%

Nota: Esta tabla da a conocer el criterio de los empleados si establecen políticas de RSE en la empresa. Elabora por la autora.

Figura 5

¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial?



Nota: Esta gráfica da a conocer el criterio de los empleados que consideran que existe RSE en la empresa. Elabora por la autora.

El 42,5% tiene como una opinión indiferente de la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, ellos sí conocen acerca de las políticas que existen en la empresa, pero no relación con la RSE, mientras que solo el 5,0 % tienen como criterio de totalmente en desacuerdo que en la empresa establecen políticas de RSE.

Tabla 5

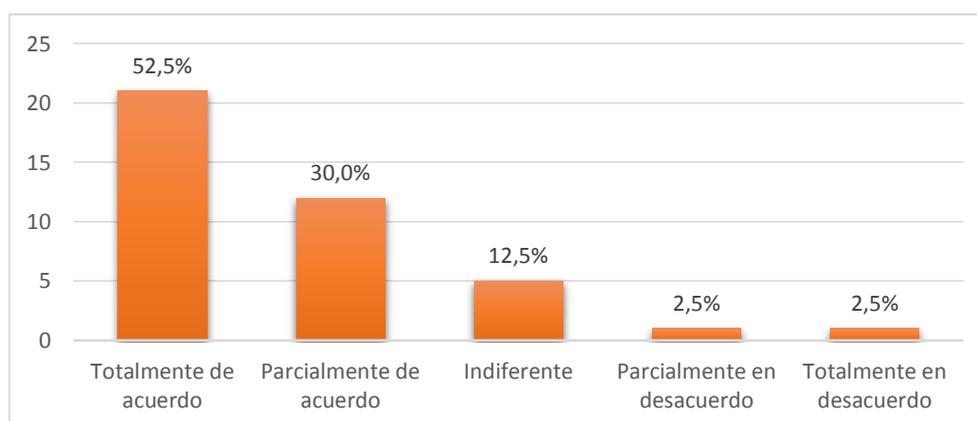
¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	21	52,5%
Parcialmente de acuerdo	12	30,0%
Indiferente	5	12,5%
Parcialmente en desacuerdo	1	2,5%
Totalmente en desacuerdo	1	2,5%
TOTAL	40	100%

Nota: Esta tabla da a conocer de acuerdo a los empleados si las RSE influye en los valores y políticas de la empresa. Elaborado por la autora.

Figura 6

¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?



Nota: La gráfica da a conocer de acuerdo a los empleados si las RSE influye en los valores y políticas de la empresa. Elaborado por la autora.

El resultado de la encuesta determinó que el 53%, el cual se encuentran totalmente de acuerdo que la Responsabilidad Social Empresarial si influye en los valores y políticas de empresa, y con un 2,5% que opina que está totalmente en desacuerdo que influye en las políticas de la empresa.

Tabla 6

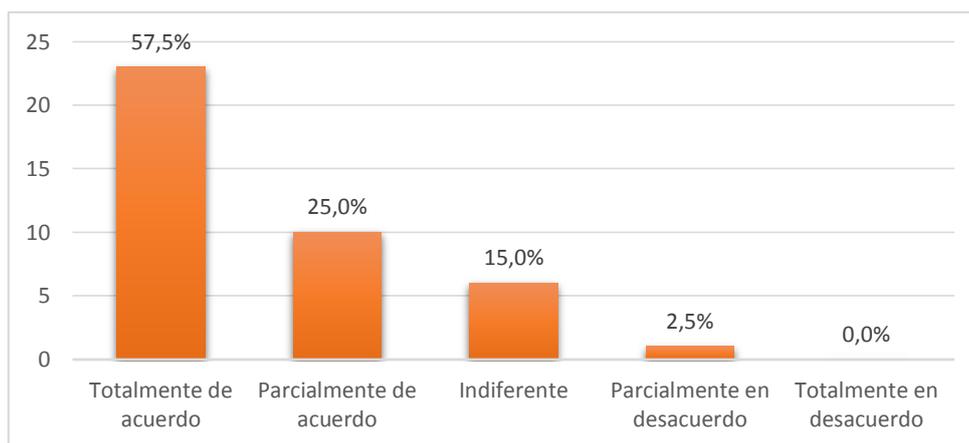
¿Considera usted que la salud y la seguridad ocupacional forma parte de la Responsabilidad Social Empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	57,5%
Parcialmente de acuerdo	10	25,0%
Indiferente	6	15,0%
Parcialmente en desacuerdo	1	2,50%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: En la tabla se evidencia el criterio de los empleados acerca de la seguridad y salud ocupacional. Elaborado por la autora

Figura 7

¿Considera usted que la salud y la seguridad ocupacional forma parte de la Responsabilidad Social Empresarial?



Nota: En la gráfica se evidencia el criterio de los empleados acerca de la seguridad y salud ocupacional. Elaborado por la autora

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 57,5% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la seguridad y salud ocupacional forma parte de la RSE, y un mínimo de 2,5% se encuentra parcialmente en desacuerdo.

Tabla 7

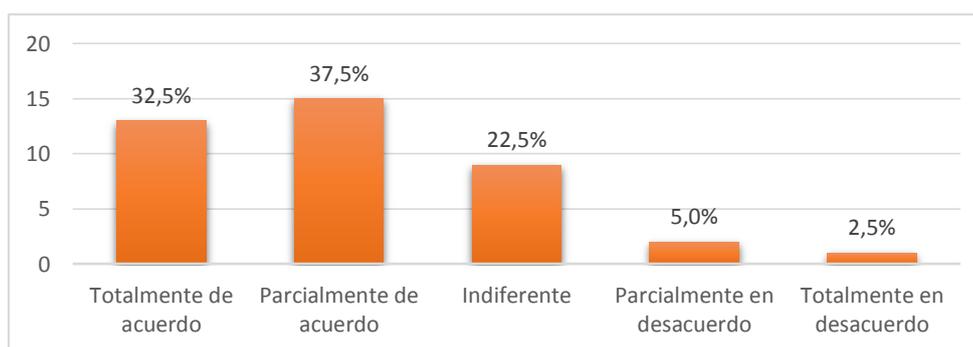
¿Considera usted que la empresa realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	13	32,5%
Parcialmente de acuerdo	15	37,5%
Indiferente	9	22,5%
Parcialmente en desacuerdo	2	5,0%
Totalmente en desacuerdo	1	2,5%
TOTAL	40	100%

Nota: Esta tabla se da a conocer acerca de las acciones sobre el cuidado del medio ambiente. Elaborado por la autora.

Figura 8

¿Considera usted que la empresa realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente?



Nota: Esta gráfica se da a conocer acerca de las acciones sobre el cuidado del medio ambiente. Elaborado por la autora.

Los resultados de la pregunta determinan que el 37,5% de los encuestados se encuentran parcialmente de acuerdo, que, si realizan acciones del cuidado del medio ambiente, mientras que con un 2,5%, opinan que están totalmente en desacuerdo con no realizar acciones del cuidado del medio ambiente en la empresa.

Tabla 8

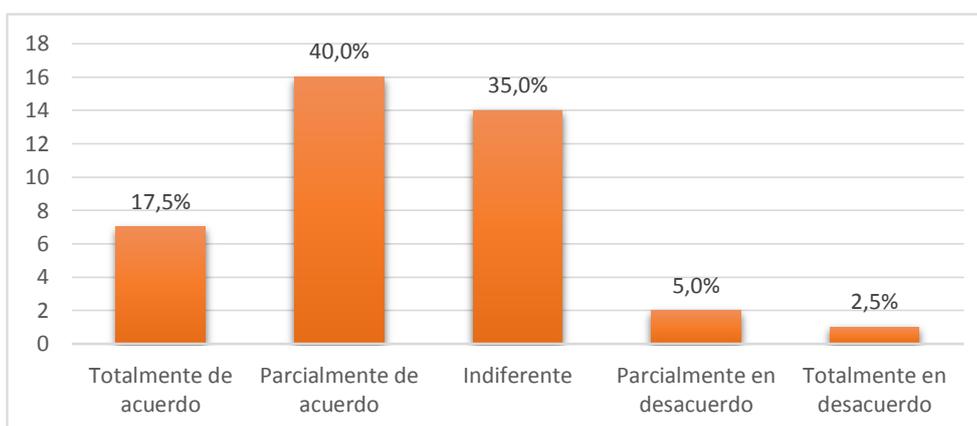
¿Considera usted que la empresa participa en eventos comunitarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	17,5%
Parcialmente de acuerdo	16	40,0%
Indiferente	14	35,0%
Parcialmente en desacuerdo	2	5,0%
Totalmente en desacuerdo	1	2,5%
TOTAL	40	100%

Nota: Esta tabla da a conocer si los empleados consideran que la empresa participa en eventos comunitarios. Elaborado por la autora.

Figura 9

¿Considera usted que la empresa participa en eventos comunitarios?



Nota: Esta gráfica da a conocer si los empleados consideran que la empresa participa en eventos comunitarios. Elaborado por la autora.

Los encuestados con un 40% se mantienen con un criterio parcialmente de acuerdo acerca de la participación por parte de la empresa en eventos comunitarios, el cual hace que evidencie que la empresa si contribuye en estos eventos, no obstante, con 2,5% de las personas encuestadas tiene un criterio totalmente en desacuerdo.

Tabla 9

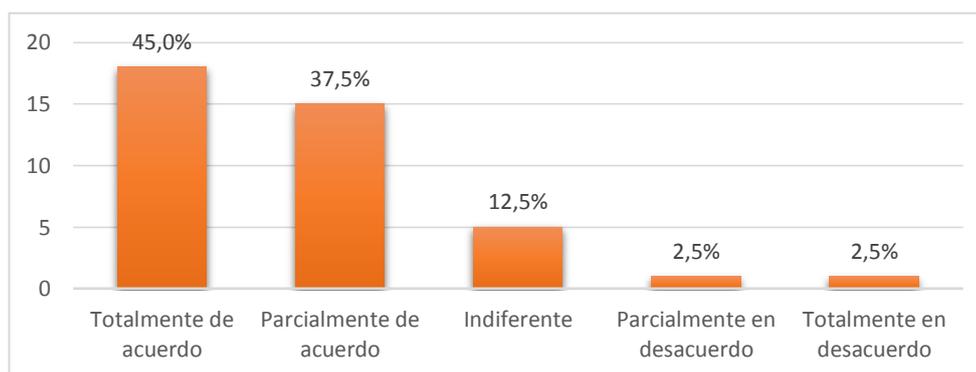
¿Considera usted que la aplicación de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios para la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	18	45,0%
Parcialmente de acuerdo	15	37,5%
Indiferente	5	12,5%
Parcialmente en desacuerdo	1	2,5%
Totalmente en desacuerdo	1	2,5%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer los criterios de los empleados acerca de la aplicación de RSE si beneficia a la empresa. Elaborado por la autora.

Figura 10

¿Considera usted que la aplicación de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios para la empresa?



Nota: La gráfica da a conocer los criterios de los empleados acerca de la aplicación de RSE si beneficia a la empresa. Elaborado por la autora.

En la pregunta se constata un 45,0% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo a que la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios a la empresa, y con un 2,5% los encuestados opinan que están totalmente en desacuerdo que aplicar RSE no genera beneficio.

Tabla 10

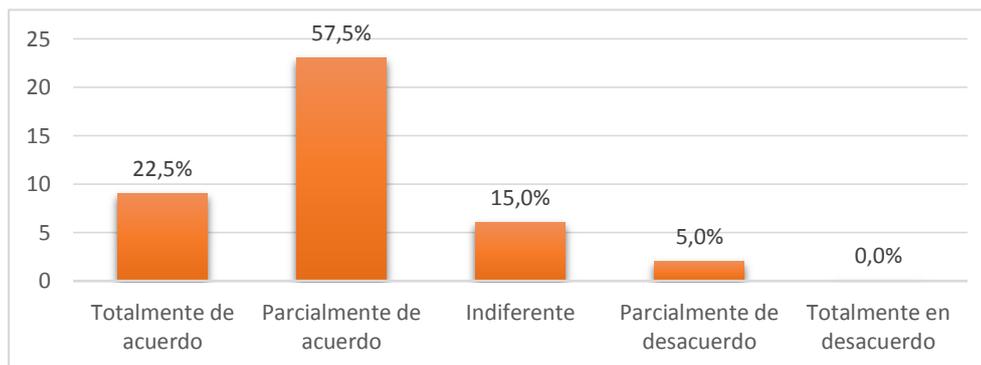
¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	9	22,5%
Parcialmente de acuerdo	23	57,5%
Indiferente	6	15,0%
Parcialmente en desacuerdo	2	5,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer los criterios de los empleados si la empresa innova constantemente en los procesos de productos. Elaborado por la autora.

Figura 11

¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos?



Nota: La gráfica da a conocer los criterios de los empleados si la empresa innova constantemente en los procesos de productos. Elaborado por la autora.

De la información obtenida sobre la innovación de la empresa con respecto a los procesos de productos, con un 57,5% consideran que están parcialmente de acuerdo que la empresa constantemente innova en las actividades productivas, mientras que con 5,0% mencionan que están parcialmente en desacuerdo que no realizan innovación.

Tabla 11

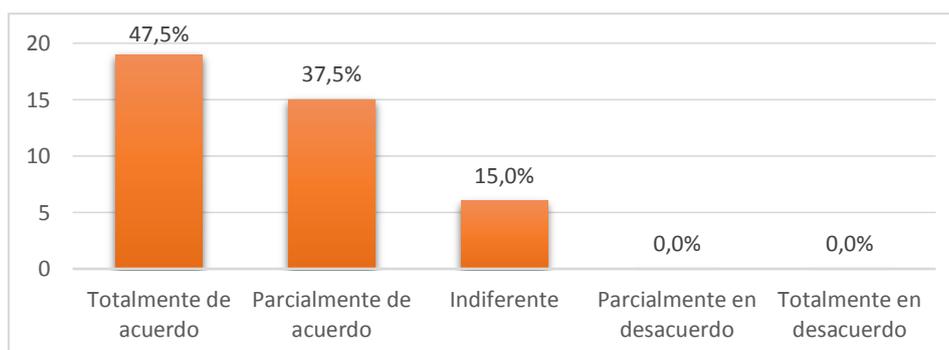
¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	19	47,5%
Parcialmente de acuerdo	15	37,5%
Indiferente	6	15,0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer el criterio de los empleados sobre el ambiente laboral y la productividad. Elaborado por la autora.

Figura 12

¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa?



Nota: La gráfica da a conocer el criterio de los empleados sobre el ambiente laboral y la productividad. Elaborado por la autora.

El 47,5% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo, que el ambiente laboral se refleja en la productividad de la empresa, y con un 15,0% se encuentra con un criterio indiferente con respecto al ambiente del trabajo.

Tabla 12

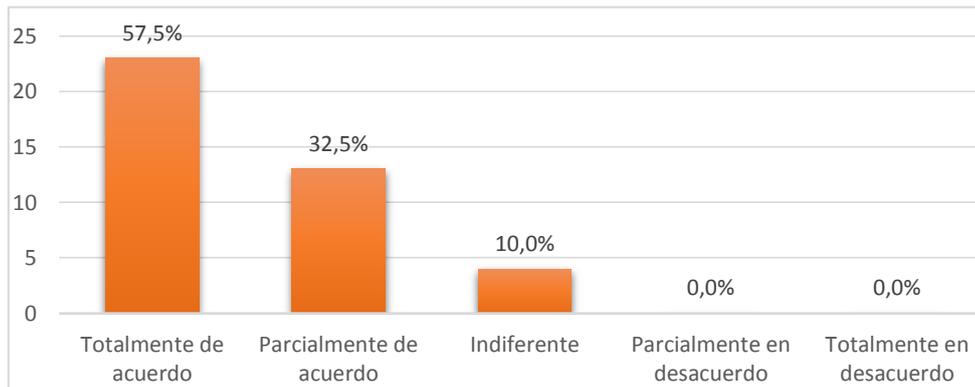
¿Considera usted que debería tener un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	23	57,5%
Parcialmente de acuerdo	13	32,5%
Indiferente	4	10,0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer sobre los criterios de los empleados acerca de un departamento de Salud y seguridad ocupacional. Elaborado por la autora.

Figura 13

¿Considera usted que debería tener un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional?



Nota: La gráfica da a conocer sobre los criterios de los empleados acerca de un departamento de Salud y seguridad ocupacional. Elaborado por la autora.

Los resultados de la pregunta el 57,5% están totalmente de acuerdo a que haya un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional para el bienestar de los empleados, mientras que con un porcentaje de 10,0% de los empleados se encuentra con un criterio indiferente.

Tabla 13

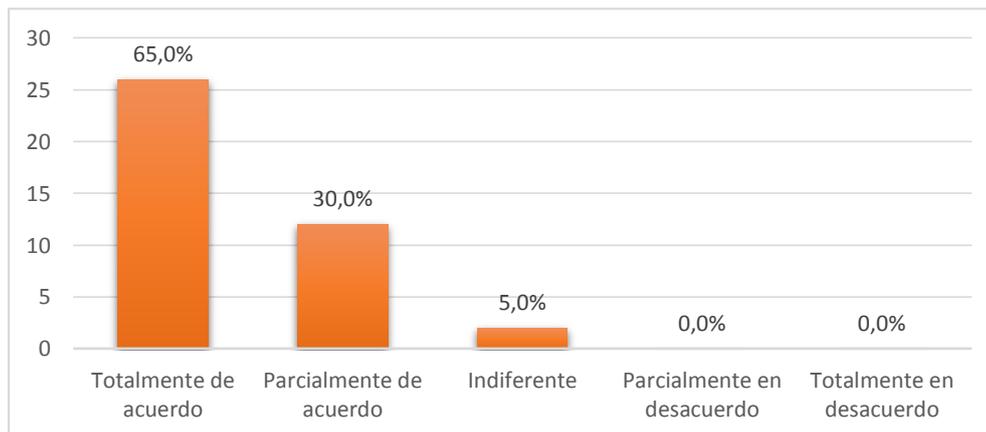
¿Considera usted que la empresa debería capacitar a sus empleados para tener un buen desempeño laboral?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	26	65,0%
Parcialmente de acuerdo	12	30,0%
Indiferente	2	5,0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla se da a conocer los criterios de los empleados si están de acuerdo que debería de dar capacitaciones. Elaborado por la autora.

Figura 14

¿Considera usted que la empresa debería capacitar a sus empleados para tener un buen desempeño laboral?



Nota: La gráfica se da a conocer los criterios de los empleados si están de acuerdo que debería de dar capacitaciones. Elaborado por autora.

De acuerdo a la pregunta con un total de 65,0% de los encuestados están totalmente de acuerdo, que debería implementar capacitaciones para obtener un mejor desempeño, mientras que con un 5,0% tienen opiniones indiferentes a la capacitación que debería aplicar en los empleados.

Tabla 14

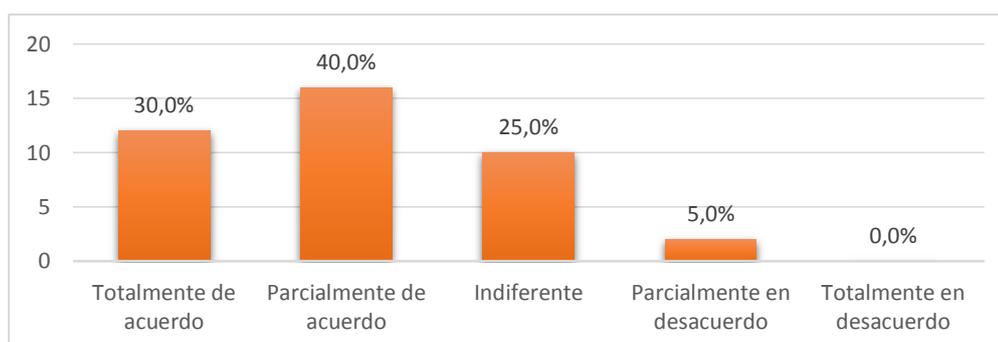
¿Cree usted que la empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados para mejorar su imagen corporativa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	12	30,0%
Parcialmente de acuerdo	16	40,0%
Indiferente	10	25,0%
Parcialmente en desacuerdo	2	5,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla se da a conocer los criterios de los empleados si la empresa considera opiniones para mejorar la imagen corporativa. Elaborado por la autora.

Figura 15

¿Cree usted que la empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados para mejorar su imagen corporativa?



Nota: La gráfica se da conocer los criterios de los empleados si la empresa considera opiniones para mejorar la imagen corporativa. Elaborado por la autora.

Con un 40,0% de las personas encuestadas, se encuentra parcialmente de acuerdo, con respecto a que la empresa tome en consideración las opiniones de los empleados para mejorar la imagen corporativa, mientras que con un 5,0% mencionan que están parcialmente en desacuerdo a los criterios ya antes mencionados.

Tabla 15

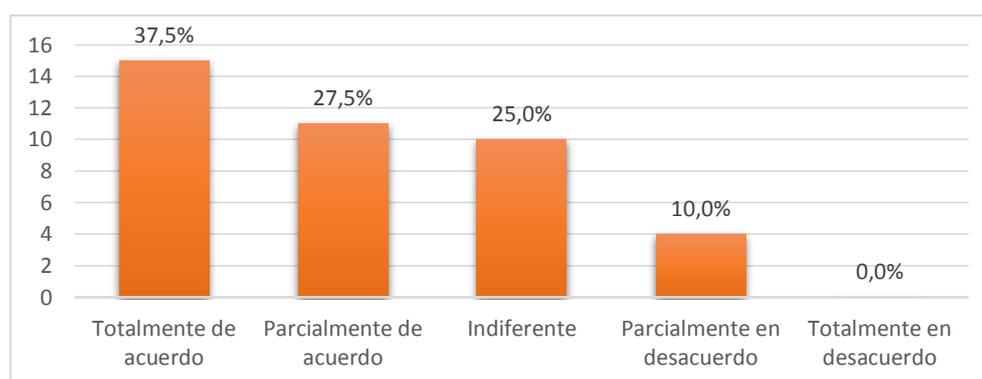
¿Considera usted que la empresa utiliza estrategias de marketing que reflejen la integridad de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	15	37,5%
Parcialmente de acuerdo	11	27,5%
Indiferente	10	25,0%
Parcialmente en desacuerdo	4	10,0%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer los criterios de los empleados si la empresa utiliza estrategias de marketing. Elaborado por autora.

Figura 16

¿Considera usted que la empresa utiliza estrategias de marketing que reflejen la integridad de la empresa?



Nota: La gráfica da a conocer los criterios de los empleados si la empresa utiliza estrategias de marketing. Elaborado por la autora.

Las personas encuestadas respondiendo con 37,5% que están totalmente de acuerdo que la empresa si establece estrategia de marketing que reflejan la integridad de la empresa, y con un 10,0% están parcialmente en desacuerdo, que no utilizan estrategias de marketing en la empresa.

Tabla 16

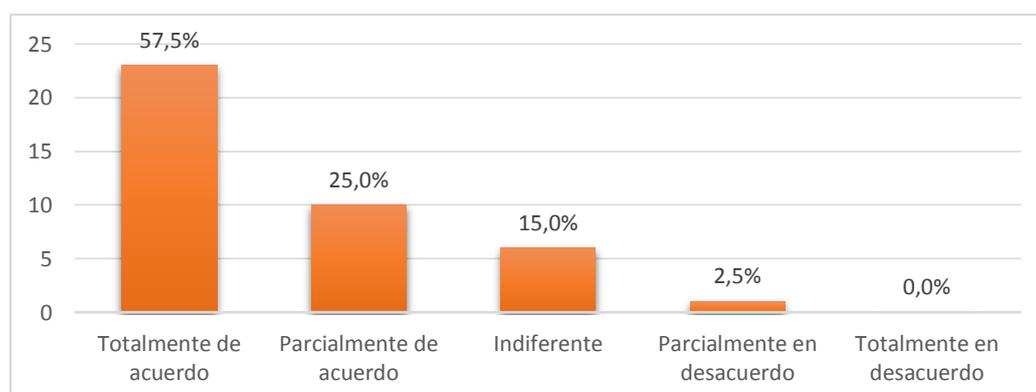
¿Considera usted que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	23	57,5%
Parcialmente de acuerdo	10	25,0%
Indiferente	6	15,0%
Parcialmente en desacuerdo	1	2,5%
Totalmente en desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	40	100%

Nota: La tabla da a conocer los criterios de los empleados y el posicionamiento de la empresa. Elaborado por la autora.

Figura 17

¿Considera usted que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado?



Nota: La gráfica da a conocer los criterios de los empleados el posicionamiento de la empresa. Elaborado por la autora

Con un 57,5% respondieron que están totalmente de acuerdo que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado, y mientras que un 2,5% corresponde a las opiniones que están parcialmente en desacuerdo que la empresa tiene un buen posicionamiento.

3.2 Discusión

De los resultados adquiridos, en el presente estudio investigativo se pudo apreciar que la Responsabilidad Social Empresarial es tema de tendencia que permita a la empresa reflejar las acciones voluntarias que realizan hacia la sociedad, que coincide con las investigaciones de (Parrales et al., 2021) que lleva como título “ La Responsabilidad Social Empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales” en el cual concluyó que el papel de RSE como estrategias es relevante , al igual que emplear la Responsabilidad Social Empresarial estrategia diferenciación sirve para posicionar los productos.

En comparación al presente estudio de investigación tuvo como objetivos Analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de competitividad en la empresa Korea Blue Fish, el cual concuerda con los resultados obtenidos puesto que, en la recopilación de información se evidencia que aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial beneficia tanto para la empresa, como para los empleados, y la sociedad, el propósito es de la investigación es que adopten esta herramienta estratégica que ayuda a tener una mejor imagen corporativa en el mercado competitivo, y mejorar en el desempeño laboral.

Por consiguiente, en los resultados finales se obtuvo que, las empresas aplican las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, permite mejorar la imagen de la empresa en su entorno, fortalece la relación entre el trabajador y la empresa, asimismo contribuyen a la sociedad siendo un tema se está desarrollando en varias empresas genera un cambio positivo y de mejora.

CONCLUSIONES

1. En este trabajo de investigación, se analizó la Responsabilidad Social Empresarial como estrategias para la competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas, lo importante del análisis que se realizó el cual se pudo deducir que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, genera un beneficio para la empresa, por lo que su único objetivo es crecer como una de las mejores exportadoras de productos congelados en el mercado internacional. Todo esto lleva a que la empresa Korea Blue Fish tenga una ausencia de interés con el bienestar de la comunidad, y del medio ambiente, el cual conlleva a tener una desventaja en la competitividad al no aplicar nuevas tendencias estratégicas para mejorar la imagen de la empresa.

2. Se determinó los rasgos característicos de Responsabilidad Social en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas, que se evidenció por medio del método cuantitativo que existe desconocimiento de las prácticas de estrategias en la empresa que permitan generar un beneficio para comunidad y para los propios empleados de la empresa.

3. Se identificó el grado de importancia del personal en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Korea Blue Fish, ya que, por medio de las prácticas de estas estrategias, permite mejorar a nivel interno tal como en el ambiente laboral, que se refleja en la productividad de la empresa, en cuanto a nivel externo permite mejorar en la imagen e integridad de la empresa a través de las acciones sociales y el interés del cuidado del cuidado del medio ambiente.

4. Se estableció que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye a la competitividad en la empresa Korea Blue Fish, por ende, en el estudio de investigación considera que la empresa debe cumplir con las prácticas de RSE para diferenciarse con otras empresas exportadoras en mercado internacional.

RECOMENDACIONES

A raíz del análisis obtenido de los resultados del presente estudio de investigación, se concluye lo siguiente:

1. Se recomienda a la empresa Korea Blue Fish considerar establecer prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, que permitirá a futuro mejorar en cuanto a los valores y cultura que proyecte la empresa, como realizar capacitaciones que fomenten que son las prácticas de RSE a los empleados.

2. Se sugiere a la empresa establecer una alianza estratégica con organizaciones que realicen programas con respecto al cuidado del medio ambiente, también la empresa debería cumplir con un programa de cuidado ambiental como es la aplicación de las 3R del reciclaje.

3. Se recomienda a la empresa Korea Blue Fish que tomen más en consideración el bienestar de los empleados estableciendo un departamento de Seguridad y Salud Ocupacional que velen por la salud de ellos, y que puedan fortalecer el lazo que tiene empresa con los empleados, por ende, también se sugiere realizar foros con los empleados que permita dar su opinión acerca del ambiente laboral que existe en ella.

4. Durante la investigación se pudo sugerir estrategias para fortalecer la competitividad que existe en el mercado, es por ello que se sugiere invertir en proyecto sociales para mejorar la calidad de la comunidad.

REFERENCIAS

- Acosta, M., Lovato, S., & Bucay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105–117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Revista Valor Contable*, 7(1), 50–64. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396/1750
- Alfaro, G. (2020). Análisis y reflexión sobre las prácticas de gobierno corporativo, compliance y responsabilidad social en empresas del sector construcción [pontificia universidad católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18552>
- Aquino, E. (2022). El liderazgo y la productividad del área de ventas en la empresa tropi motors ubicada en el cantón la libertad, provincia de santa elena. <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i2.1375>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. In *Iusrectusecart* (Issue 449). <https://bde.fin.ec/wp-content/uploads/2021/02/Constitucionultimodif25enero2021.pdf>
- Ayala, C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. 54, 173–197. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Bernal, J., & Alpuche, E. (2022). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México [Universidad Autónoma del Estado de México]. In *CIENCIA Ergo-sum* (Vol. 30). <https://cienciaergosum.uaemex.mx/article/view/16596>

- Berni, O., & Maldonado, M. (2020). “Estrategias de responsabilidad social empresarial para el desarrollo económico en industrias del sector textil”. Una revisión sistemática del periodo 2010 al 2019” [universidad privada del norte]. In Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11291>
- Candelario, V. (2019). La responsabilidad social empresarial y sus empresas pertenecientes al sector manufacturero y comercial del cantón Durán [universidad de guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42525>
- Capurro, V. (2020). “La Responsabilidad Social Empresaria en la industria pesquera marplatense: impacto actual y oportunidades.”
- Cisneros, D. (2020). La responsabilidad social empresarial como estrategia de negocio caso: incubandina s.a. [universidad católica del ecuador].
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3066>
- Córdova, D. (2018). Aplicación de responsabilidad social corporativa en el marco del desarrollo empresarial de las PYMES en el mercado ecuatoriano [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5247/1/UPS-CT002754.pdf>
- Figuroa, F. (2021). Acciones de la mezcla de marketing verde incorporadas en medianas y grandes empresas para desarrollar una ventaja competitiva, registradas en artículos científicos desde el año 2001 al 2015 - Una revisión literaria [Universidad Continental]. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8752>
- García, J., Tumba Julca, I., & Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. Comunicación: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

- Gil, S., & Gutiérrez, L. (2022). Responsabilidad social empresarial y la ventaja competitiva de la empresa Grupo el Comercio, Arequipa 2022 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/90868>
- González, M. (Compiladora). (2021, septiembre). Las adopciones de la responsabilidad social empresarial como respuestas a los desafíos del mercado. UTMACH. <https://doi.org/http://doi.org/10.48190/9789942241481>
- Gutiérrez, C. (2021). El covid19 y la responsabilidad social en las empresas (Issue 1996). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Iglesias, E., & Panta, P. (2019). Implementación de un plan de responsabilidad Social para incrementar la competitividad de la empresa constructora CONSMANLIM S.A [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13317>
- ISO. (2010). ISO 26000 Responsabilidad social. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Lara, I., & Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. Mercados y Negocios. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Legña, V., & Villavicencio, J. (2020). Sostenibilidad socioeconómica y responsabilidad social empresarial en el cantón Durán Provincia del Guayas, de la zona 8 del Ecuador [Universidad de Guayaquil]. In *La Evasión Tributaria E Incidencia En La Recaudación Del Impuesto a La Renta De Personas Naturales En La Provincia Del Guayas, Periodo 2009-2012*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/50635>

- Lindao, C. (2018). la responsabilidad social empresarial (rse) y su incidencia económica en la sociedad ecuatoriana: compañía esnobis s.a. Universidad de Guayaquil.
- Maldonado, G., & Torres, Á. (2021). Determinación de indicadores contables para medir la responsabilidad social en el mercado Gómez Rendón [Universidad de Guayaquil]. <https://secure.arkund.com/view/107104310-295890-502849>
- Maza, V., & Mora, K. (2020). Gestión del conocimiento, una estrategia de innovación empresarial. [Universidad Técnica de Machala]. [Http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16233](http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16233)
- Mejía, A., Rodríguez, M., & Serna, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. 97–118. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7>
- Meléndez, D. (2020). La responsabilidad social empresarial y su influencia en la estrategia competitiva de las empresas agropecuarias del Perú. Una revisión de la literatura científica. 6. <https://hdl.handle.net/11537/25800>
- Morales, A., & Jiménez, Á. (2018). Responsabilidad Social Empresarial y la relación con el valor de la empresa y beneficios complementarios / Corporate Social Responsibility and the Relationship with the Value of the Company and Complementary Benefits. In manglareditores (Ed.), Un espacio para la ciencia (pp. 95–122). Un espacio para la ciencia. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4527704>
- Morán, J., Pibaque, M., Penafiel, J., & Parrales, J. (2021). Los recursos naturales y su incidencia en la responsabilidad social. Ciencias naturales artículo de Investigación, 7(2477–8818), 1243–1261. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i5.2308>

- Moreno, S. (2020). Facultad de negocios internacionales [Universidad Privada del Norte.]. <https://hdl.handle.net/11537/25977>
- Muentes, K. (2018). Evaluación de la competitividad de la industria atunera en la economía de la ciudad de Manta- Ecuador periodo 2012-2016 [universidad de guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28832>
- Nancy, A. (2019). Estudio de la responsabilidad social empresarial y su retribución a la sociedad de Otavalo por parte de la cooperativa de ahorro y crédito “Uniotavalo” [Universidad Técnica del Norte].
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9235>
- Noriega, R. (2020). “La responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa encargada de la inspección de la capacidad de tanques de carga montados sobre vehículos automotores semirremolques y remolques destinados al transporte de combustibles líquidos y otros prod [universidad privada del norte.]. <https://hdl.handle.net/11537/23622>
- Núñez, N. (2019). “La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la competitividad de las empresas del sector de curtiembres del cantón Ambato, provincia de Tungurahua” [Universidad Técnica De Ambato Facultad]. In New England Journal of Medicine.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27090/1/t4158e.pdf>
- ONU, O. De las N. U. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL. In Publicación de las Naciones Unidas.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

- Palacio, A., Mantilla, D., & Arias, H. (2018). Responsabilidad Social en Ecuador: estudio de caso Adelca y Unilever [Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. In Syria Studies.
[Http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2613](http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2613)
- Parra, P., Rascón, D., Espinoza, F., & Caballero, R. (2018). Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva. Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales., 15.
[Https://doi.org/https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i15.13](https://doi.org/https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i15.13)
- Parrales, C., Trelles, G., & González, M. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. Guayaquil: ULVR, 2021., 10, 92–113.
[Http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4603](http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4603)
- Peláez, J. (2020). Hacia un nuevo enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en la sociedad actual. In Manglar Editores (Ed.), Memorias III Jornadas Académicas de Ciencias Administrativas, Memorias III Jornadas Académicas de Ciencias Administrativas, Manglar Editores, Guayaquil, Ecuador, pp. 117-135 (978-9978-11-038-6).
[Https://doi.org/10.5281/zenodo.4035286](https://doi.org/10.5281/zenodo.4035286)
- Peralta, M., Guzmán, R., & Verdezoto, M. (2022). Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas. 99. [Https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.15](https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.15)
- Ramírez, B. (2021). Caracterización de competitividad y rentabilidad de las MYPE rubro panaderías, ENACE IV Etapa - distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2021 [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
[Https://hdl.handle.net/20.500.13032/25133](https://hdl.handle.net/20.500.13032/25133)

- Rivera, H. (2018). La incidencia del modelo de gestión empresarial en la productividad de la empresa CODGRAF S.A. [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. [Http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11736](http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11736)
- Rodríguez, X., & Mayorga, M. (2021). Diseño de sistema de gestión de responsabilidad social para empresas del sector agroquímico en el Ecuador [Universidad de Guayaquil]. [Http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/58286](http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/58286)
- Vera, A. (2021). Análisis de la responsabilidad social empresarial y su incidencia en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021 [Universidad Cesar Vallejo]. [Https://bit.ly/3bxwq5b](https://bit.ly/3bxwq5b)

APÉNDICES

Apéndice 1. Norma ISO 26000

Qué es ISO 26000 ?

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.

ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004.

Apéndice 2. 17 objetivos de desarrollo Sostenible



Apéndice 3. 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. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Garantizar y defender la soberanía nacional.
3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.
5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Capítulo sexto Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

1. El derecho a la inviolabilidad de la vida. No habrá pena de muerte.
2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.
3. El derecho a la integridad personal, que incluye:
 - a) La integridad física, psíquica, moral y sexual.
 - b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual.
 - c) La prohibición de la tortura, la desaparición forzada y los tratos y penas crueles, inhumanos o degradantes.
 - d) La prohibición del uso de material genético y la experimentación científica que atenten contra los derechos humanos.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
16. El derecho a la libertad de contratación.
17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.
18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.
19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.
20. El derecho a la intimidad personal y familiar.
21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.
22. El derecho a la inviolabilidad de domicilio. No se podrá ingresar en el domicilio de una persona, ni realizar inspecciones o registros sin su autorización o sin orden judicial, salvo delito flagrante, en los casos y forma que establezca la ley.
23. El derecho a dirigir quejas y peticiones individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas. No se podrá dirigir peticiones a nombre del pueblo.
24. El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.
25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.
26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.
27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.
28. El derecho a la identidad personal y colectiva, que incluye tener nombre y apellido, debidamente registrados y libremente escogidos; y conservar, desarrollar y fortalecer las características materiales e inmateriales de la identidad, tales como la nacionalidad, la procedencia familiar, las manifestaciones espirituales, culturales, religiosas, lingüísticas, políticas y sociales.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Apéndice 4. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título de la propuesta	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodologías
Responsabilidad social empresarial y competitividad en la empresa “Korea Blue Fish” del cantón Salinas año 2021.	<p>Planteamiento de problema. Se basa en la responsabilidad social empresarial como un modelo de negocio que dentro de las organizaciones a nivel nacional desconocen sobre estos conceptos y estrategias que les permita ayudar a crecer en el mercado, y proyectar una buena imagen de la empresa, y a su vez aportando a la sociedad. En la provincia de Santa Elena las empresas contribuyen a la sociedad de forma empírica, no obstante, esta contribución no se encuentra establecida como una estrategia para generar competitividad con las empresas, por consiguiente, en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, existen diversas empresas que su actividad productiva es congelar, industrializar pesca y exportarla</p> <p>Pregunta problemática ¿De qué manera la responsabilidad social empresarial aporta en la competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas?</p>	<p>Objetivo General: Analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para la competitividad de la empresa Korea Blue Fish</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Korea Blue Fish. • Identificar el grado de importancia de los empleados en cuanto a la Responsabilidad Social en la empresa Korea Blue Fish. • Establecer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que contribuya a la competitividad en la empresa Korea Blue Fish 	<p>La Responsabilidad Social Empresarial influye de manera positiva en la competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas.</p>	<p>Independiente Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>Responsabilidad Social</p>	<p>-Social -Ambiental -Económico -Ético</p>	<p>Tipos de investigación: Descriptiva</p> <p>Enfoque: cuantitativo. Población: Trabajadores de la empresa Korea Blue Fish totalidad 60 empleados. Muestra: Muestreo No probabilístico por conveniencia Empresa Korea Blue Fish empleados 40 empleados Técnicas: Por medio de Encuestas</p>
		<p>Dependiente Competitividad</p>		<p>Ventaja Competitiva</p>			

Apéndice 5. Matriz de Operacionalización

Hipótesis/Idea a defender	VARIABLES	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección de información
Responsabilidad Social Empresarial aporta de manera positiva en la competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas	Variable independiente: Responsabilidad Social Empresarial	Definición de la variable independiente: Responsabilidad Social Empresarial también denominada como Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se basa en la posibilidad que posee una empresa de contribuir de manera positiva, responsable y voluntaria con todo su entorno, desde los miembros pertenecientes a la organización hasta la ciudadanía en general, con el fin de mejorar a través de programas y estrategias el entorno social, ambiental y económico de una población, y que estas mejoras perduren a futuro, para así construir una mejor sociedad. (Legña & Villavencio, 2020)	Dimensiones de la variable independiente:	Indicadores de la variable independiente	Preguntas específicas que midan cada indicador de la variable independiente	Instrumentos de recolección de información para medir los indicadores.
			Responsabilidad social	-Social -Ambiental -Económico -Ético	¿Considera usted que actualmente en la empresa existe Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? ¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial? ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?	Tipos de investigación: Descriptiva Enfoque: Cuantitativo. Población: Trabajadores de la empresa Korea Blue Fish totalidad 60 empleados. Muestra: Muestreo No probabilístico por conveniencia Empresa Korea Blue Fish empleados 40 empleados Técnicas: Por medio de Encuestas
	Variable dependiente: Competitividad	Definición de la variable dependiente: En relación con (Mejía et al., 2019) quien cita a (Peinado-Vara et al, 2015) hacen énfasis que; “La competitividad puede ser analizada desde la perspectiva interna de la empresa, sus recursos y capacidad de gestión, teniendo como referencia la percepción de clientes, proveedores, empleados, inversionistas e inclusive, competidores”.	Dimensiones de la variable dependiente:	Indicadores de la variable dependiente	Preguntas específicas que midan cada indicador de la variable dependiente	¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos? ¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa? ¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?
			Ventaja competitiva	Estrategia Innovación Productividad Rentabilidad		



Apéndice 6. Cuestionario de encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS

Objetivo: Determinar como la responsabilidad social empresarial contribuye en la competitividad de la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas.

Instrucciones: Leer detenidamente y marque con una X el cuadro que crea correspondiente, teniendo en cuenta la escala de Likert considerando la siguiente valoración:

5. Totalmente en de acuerdo	4. Parcialmente de acuerdo	3. Indiferente	2. Parcialmente en desacuerdo	1. Totalmente en desacuerdo
------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------	--------------------------------------	------------------------------------

Datos

Sexo: Femenino

Masculino

N°	ITEMS/DIMENSIONES	PUNTAJES				
		5	4	3	2	1
RESPONSABILIDAD SOCIAL						
1	¿Considera usted que actualmente en la empresa existe Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?					
2	¿Considera usted que la empresa establece políticas de Responsabilidad Social Empresarial?					
3	¿Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial influye en los valores y políticas de la empresa?					
4	¿Considera usted que la salud y la seguridad ocupacional forma parte de la Responsabilidad Social Empresarial?					
5	¿Considera usted que la empresa realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente?					
6	¿Considera usted que la empresa participa en eventos comunitarios?					

7	¿Considera usted que la aplicación de estrategia de Responsabilidad Social Empresarial genera beneficios para la empresa?					
Ventaja Competitiva						
8	¿Considera usted que la empresa innova constantemente en los procesos de sus productos?					
9	¿Considera usted que un ambiente laboral refleja en la productividad de la empresa?					
10	¿Considera usted que debería tener un departamento de Salud y Seguridad Ocupacional?					
11	¿Considera usted que la empresa debería capacitar a sus empleados para tener un buen desempeño laboral?					
12	¿Cree usted que la empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados para mejorar su imagen corporativa?					
13	¿Considera usted que la empresa utiliza estrategias de marketing que reflejen la integridad de la empresa?					
14	¿Considera usted que la empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado?					

Apéndice 7. Certificado de validación de instrumento

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado el instrumento a ser aplicado en el Trabajo de Integración Curricular “**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2021**”, planteada por la estudiante **Srta. PRUDENTE CLEMENTE GENESIS ELIZABETH**, doy por validado el formato presentado de encuesta.

La herramienta antes 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 la 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, Mgt.
Docente Carrera de Administración de Empresas

Apéndice 8. Carta aval



Comercialización de productos pesqueros como peces pelágicos, peces demersales, y moluscos y crustáceos en diferentes presentaciones tales como enteros, filetes con piel, sin piel, rodajas y porciones en estados frescos y congelados

Salinas, 04 de agosto de 2022

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho. –

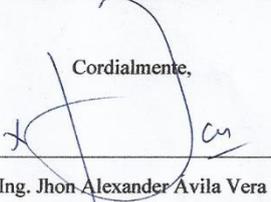
De mi consideración

El suscrito Gerente General de la empresa KOREA BLUE FISH me dirijo a ustedes para extenderles un cordial y atento saludo, a través del presente escrito, comunicarles lo siguiente.

Colaborando en la formación de profesiones de calidad en nuestra querida provincia, le informamos que, estamos prestos a facilitarle la información necesaria a la señorita **GENESIS ELIZABETH PRUDENTE CLEMENTE** con cédula de ciudadanía No. **245041129-9** para que pueda ejecutar el desarrollo de su trabajo de titulación denominado **“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2021”**

Por la atención que le brinde a la presente, me suscribo de usted.

Cordialmente,



Ing. Jhon Alexander Avila Vera
GERENTE GENERAL
Correo: info@kbf.com.ec

Apéndice 9. Certificado de Urkund

La Libertad, 15 agosto de 2022

CERTIFICADO ANTIPLAGIO No. 006 TUTOR LGRT-2022

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA KOREA BLUE FISH DEL CANTÓN SALINAS , AÑO 2021.**, elaborado por el estudiante **Genesis Elizabeth Prudente Clemente**, 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,



Escanea el código QR para:
LORENA
GISELLA REYES
TOMALÁ

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



Document Information

Analyzed document	Trabajo de titulación Genesis Prudente Clemente.docx (D142949537)
Submitted	2022-08-15 22:43:00
Submitted by	
Submitter email	genesis.prudenteclemente@upse.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	lorena_reyes@analysis.irkund.com

Sources included in the report

SA	Proyecto de RSE CONSTRUSSERVICES grupo G .pdf Document Proyecto de RSE CONSTRUSSERVICES grupo G .pdf (D95661334)	1
----	---	---

Apéndice 10. Cronograma de actividades

		UNIVERSIDAD ESTATAL 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	
		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	<i>Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																				
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																				

