



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: PROYECTO DE VINCULACIÓN  
CON LA SOCIEDAD ULEAM**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ULEAM'S RELATIONSHIP WITH  
SOCIETY PROJECT**

Alexa María Cedeño Macías<sup>1</sup>, José Luis Morante Galarza<sup>2</sup>, Joselin Stefany Uvidia Jiménez<sup>3</sup>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí<sup>1,2,3</sup> Ecuador

[alexa.cedeno@uleam.edu.ec](mailto:alexa.cedeno@uleam.edu.ec)<sup>1</sup>, [jose.morante@uleam.edu.ec](mailto:jose.morante@uleam.edu.ec)<sup>2</sup>, [e1314729714@live.uleam.edu.ec](mailto:e1314729714@live.uleam.edu.ec)<sup>3</sup>

Alexa María Cedeño Macías<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0003-1771-7983>  
José Luis Morante Galarza<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0003-1716-3765>  
Joselin Stefany Uvidia Jiménez<sup>3</sup> <https://orcid.org/0000-0002-7435-4456>

**Recibido: 15/ 08/ 2022**

**Aceptado: 28/ 10 /2022**

**Código de clasificación JEL: M14, M12, D21, F18, M48**

**RESUMEN**

El objetivo de esta investigación es determinar el grado de Responsabilidad Social Empresarial que poseen las empresas de Manta, utilizando el cuestionario CERES-Ethos, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance de tipo descriptiva, con un diseño no experimental. Formó parte del proyecto de vinculación con la sociedad Fortalece tu Mipyme, se analizaron 24 empresas, siendo la muestra con la cuales existía convenio de cooperación o se firmaron cartas de intención para participar en el mencionado proyecto. Para tabular se utilizaron programas de procesamiento en Microsoft Excel. Para analizar las respuestas se basaron en los parámetros de calificación utilizados por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) ETHOS- Paraguay. Se evidenció que las empresas realizan acciones de responsabilidad social empresarial con mayor impacto en el establecimiento de una cultura organizativa, proveedores y clientes. La tarea pendiente queda en el cuidado medio ambiental, colaboradores, comunidad y relaciones con el gobierno local.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, Gestión del Personal, Comportamiento de las Empresas, Comercio y Medio Ambiente, Política pública y regulación.

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the degree of Corporate Social Responsibility that the companies of Manta have, using the CERES-Ethos questionnaire, the research had a quantitative approach, with a descriptive scope, with a non-experimental design. It was part of the project of linkage with society Fortalece tu Mipyme, 24 companies were analyzed, being the sample with which there was a cooperation agreement or signed letters of intent to participate in the project. Microsoft Excel processing programs were used for tabulation. To analyze the responses, they were based on the qualification parameters used by the Association of Christian Entrepreneurs (ADEC) ETHOS-Paraguay. It was found that the companies carry out corporate social responsibility actions with the greatest impact on the establishment of an organizational culture, suppliers and clients. The pending task remains in environmental care, collaborators, community and relations with local government.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Personnel Management, Business Behavior, Trade and Environment, Public Policy and Regulation.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, muchas empresas a nivel mundial han adaptado sus operaciones no solo a la búsqueda de beneficios económicos sino de incorporar mayor compromiso con la sociedad y el medio ambiente, con el objetivo de obtener un desarrollo sostenible según Pérez, Espinoza & Peralta (2016).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un conjunto de prácticas y estrategias que permiten obtener mejores resultados empresariales, en la construcción de la ventaja competitiva, mejoramiento de imagen y mayor conexión con los grupos de interés según Andrade (2021). Por este motivo, es relevante que el incorporar buenas prácticas de RSE, implica un cambio integral, recalcando que se debe considerar una inversión en recursos económicos y esfuerzos necesarios para obtener una ventaja competitiva.

Ormaza, Ochoa, Ramírez & Quevedo (2020) argumentan que la RSE en el ámbito social, se enfatiza a generar mejoras en cuanto a la calidad de vida, salud y educación de las personas; en el ámbito económico, pretende el desarrollo equitativo sin afectar los recursos del entorno; y, en el medio ambiental, se enfoca en utilizar energía renovable y el cuidado constante de la naturaleza, resguardando los ecosistemas en los cuales opera y de los cuales se favorece.

Por esta razón, la RSE no es algo nuevo en el mundo empresarial, sin embargo, se presenta como un modelo de gestión organizacional basada en el compromiso social, económico y de cuidado ambiental para que una organización se mantenga y crezca, conduciéndola a ser socialmente responsable y orientada al desarrollo sostenible entorno a sus actividades frente a la comunidad y sus grupos de interés.

Cajiga (2019) indica que la RSE permite cumplir integralmente con los objetivos establecidos por la empresa, tanto de manera interna como externa, considerando expectativas económicas, sociales y ambientales de todos quienes la conforman, de tal manera que, se demuestre el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, permitiendo así la construcción del bien común.

La implementación de la RSE en las pymes les brindará una mayor posición en el mercado y mejoramiento de la imagen, entendimiento de las necesidades de los grupos de interés o *stakeholders*, que conlleven a diseñar procesos amigables con el medio ambiente y la sociedad circundante de acuerdo a Palacio (2020).

Según el estudio “Estado de la competitividad responsable” organizado por la ONG británica *AccountAbility*, Ecuador está en el puesto 79, tomando en cuenta a la filantropía y al marketing social como actividades de responsabilidad social, mostrando que el término de RSE ha sido confundido con los conceptos de donación de grandes cantidades de dinero a fundaciones o el emprendimiento de campañas sociales a corto plazo como lo destacan Zadek y MacGillivray (2007).

El concepto de RSE en el Ecuador, ha cambiado desde principios del año 2008 y desde entonces ha evolucionado, actualmente existe la corporación CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social), que promueve el concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa con enfoque al negocio núcleo de la empresa, para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible según reporte de la Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad (2022).

La confusión en Ecuador es porque las buenas prácticas de RSE están en un proceso de descubrimiento y desarrollo, desde el año 2010 con el apoyo de CERES, que es una entidad constituida formal y jurídicamente desde el año 2005 ocasionando una importante evolución de este concepto en Ecuador. Actualmente, esta red de empresas está conformada por más de 71 miembros entre empresas públicas y privadas, fundaciones empresariales, ONGs e institución educativa según informe de CERES (2021).

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) que se encarga del proceso de autodiagnóstico a la empresa y otorgar el Distintivo ESR ® siempre que supere el 75% del índice RSE, reconoció a 21 empresas de Ecuador como Empresa Socialmente Responsable, dicho premio fue entregado por CERES con el aval del Cemefi en septiembre de 2021 denotando que las empresas seleccionadas mostraron compromiso con la RSE y el desarrollo sostenible del Ecuador como se muestra en revista Vistazo (2021).

Manabí representa el 8,36% del 100% de empresas existentes en el país, ubicándose en el tercer puesto, siendo un porcentaje bajo de empresas que podrían aplicar RSE, según reporte Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022). En la ciudad de Manta existen 41 empresas afiliadas a la Cámara de Industrias de Manta, de los miles de empresas y microempresas que existen en la ciudad, no se tiene información de cuantas han implementado la Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a la nómina de socios de la Cámara de Industrias de Manta (2022).

La autora Torresano (2012) en el Estudio de Responsabilidad Social de Empresas de la IDE *Business School*, presenta varios resultados interesantes. El 51% de las empresas han introducido temas de RSE, del resto, más de la mitad, les interesa la temática. Las principales dificultades para incorporar en su estrategia la responsabilidad social son los costos asociados, falta de formación de personal, dificultad para establecer políticas y procedimientos y falta de información de RSE.

Tomando como referencia lo antes escrito se decide realizar la presente investigación que aporta al proyecto de vinculación con la sociedad “Fortalece tu Mipyme” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Tiene como objetivo principal medir el grado de aplicación de las prácticas de RSE que tienen las empresas de Manta respondiendo al siguiente problema: ¿Cuáles son

las prácticas de responsabilidad social empresarial que se han implementado en las empresas de la ciudad de Manta? Se plantea dentro del proyecto como hipótesis que más del 51% de las empresas participantes en el proyecto de vinculación Uleam, practican ciertas acciones de RSE.

## METODOLOGÍA

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo porque trató con fenómenos medibles, a través de técnicas estadísticas para el análisis de datos e interpretación como lo afirma Sánchez (2019).

El alcance de la investigación fue de tipo descriptiva, permitió conocer las características del fenómeno, en el proceso cuantitativo se aplicaron análisis de tendencia central y dispersión de acuerdo a Ramos (2020).

El diseño de investigación fue no experimental debido a que no se manipularon las variables para determinar los efectos en otras, como lo manifiestan Ballestín & Fábregues (2018).

La encuesta fue el instrumento de medición para la recolección de datos. Para ello se utilizaron los ejes Ethos del CERES: 1) Valores, transparencia y gobierno corporativo, 2) Público interno, 3) Medio ambiente, 4) Proveedores, 5) Consumidores y clientes, 6) Comunidad y 7) Gobierno y sociedad, de acuerdo a Malla & Salcedo (2021).

El instrumento de medición consta de 40 indicadores y 278 ítems distribuidos en los 7 ejes detallados anteriormente.

Esta investigación formó parte del proyecto de vinculación con la sociedad Fortalece tu Mipyme. Las empresas que se analizaron son todas aquellas con las que se hizo convenio de cooperación o se firmaron cartas de intención para participar en el mencionado proyecto. Son 24 las organizaciones donde estudiantes y docentes de la carrera de Administración de Empresas aplicaron las encuestas durante el periodo académico 2021. Las empresas son las siguientes: Conservas Isabel, Eurofish, Monmifish, Stroken, Tecopesca, Purissima, Convercisa, Empacadora Fei Yang, Seafman, Decorcasa, Jasiplast, Mi Ferrería, Bio-Effort Lagos, Pacificrown, El Amigo Importador, Calzado Lucita, Metalhierro, Jhon Kevin, Cooperativa de ahorro y crédito Divino Niño, Distribuciones Miva, FMA Agencia de Aduanas, Amucomt, Lavadora y autoservicio J, Lidera.

Para tabular se utilizaron programas de procesamiento de datos, tablas y gráficos en Microsoft Excel. Las respuestas se basaron en analizar si las 24 empresas actúan con Responsabilidad Social. Se consideraron los parámetros de calificación utilizados por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) ETHOS-Paraguay.

Para cada indicador existen tres alternativas de respuesta como indica la Tabla 1.

*Tabla 1.* Alternativas

0 = NO

1 = EN PARTE

2 = SI

**Elaboración:** Grupo investigador

**Fuente:** (ADEC-ETHOS, 2009)

Para la interpretación de los resultados, se elaboró una matriz donde constaron los siete ejes con sus respectivos indicadores y puntajes obtenidos, con un total de 259 ítems y puntuación alcanzada según cuestionario de ADEC-ETHOS (2009).

Una vez obtenidos los resultados se procedió a determinar el grado de Responsabilidad Social de la institución; en donde, en función de los resultados obtenidos se clasificó de la siguiente manera como señala la Tabla 2.

Tabla 2. Categoría de puntuación

CATEGORÍA	ESCALA
La empresa no practica RSE.	Hasta 0,80
La empresa realiza ciertas acciones de RSE.	De 0,81 a 1,19
La empresa tiene buenos conocimientos con respecto a RSE y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable.	De 1,20 a 1,69
La empresa maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos.	De 1,70 a 2

Elaboración: Grupo investigador  
Fuente: (ADEC-ETHOS, 2009)

## RESULTADOS

Los resultados de las encuestas realizadas a las 24 empresas se presentaron de manera global y forman parte de este estudio. Se detallan a continuación los 7 indicadores con sus dimensiones correspondientes.

El indicador Valores, transparencia y gobierno corporativo consta de 6 dimensiones. Al ser evaluada el resultado promediado fue de 1.30, lo que indica que posee buenos conocimientos con respecto a la RSE como la muestra la Tabla 3. Todas las dimensiones muestran valores similares a la media.

Tabla 3. Resultados indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO (DIMENSIONES)	PUNTAJE TOTAL
1. Compromisos éticos	1,46
2. Arraigo a la cultura organizativa	1,42
3. Gobierno corporativo	1,10
4. Relaciones con la competencia	1,20
5. Diálogo e involucramiento de los grupos de interés	1,40
6. Balance social / Memoria de RSE/Reporte de sostenibilidad	1,22
<b>Promedio</b>	<b>1,30</b>

Elaboración: Grupo investigador

El indicador Público Interno hace referencia sobre las relaciones que tienen las empresas con los colaboradores, tanto en la igualdad, apoyo a los hijos, políticas justas de contratación, desarrollo profesional. El resultado presenta 1.12 lo que demostró que las empresas realizan ciertas acciones de RSE como se muestra en la Tabla 4. Los puntajes más bajos están en valoración de la diversidad y la preparación ante la jubilación.

Tabla 4. Resultados indicador Público Interno

PÚBLICO INTERNO (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
7. Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados	1,17
8. Gestión participativa	1,50
9. Compromiso con el futuro de los niños	1,33
10. Compromiso con el desarrollo infantil	1,08
11. Valoración de la diversidad	0,94
12. Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	1,44
13. Compromiso con la promoción de la equidad de género	1,08
14. Relaciones de trabajadores tercerizados/subcontratados	No aplica
15. Política de remuneración, prestaciones y carrera	0,99
16. Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	1,02
17. Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad	1,00
18. Conducta frente a despidos	1,21
19. Preparación frente a jubilación	0,67
<b>Promedio</b>	<b>1,12</b>

Elaboración: Grupo investigador

Para el indicador Medio Ambiente el resultado es de 1.00 lo que representa que las empresas de Manta realizan algunas acciones de cuidado de la naturaleza y el impacto que causan los productos y servicios, como se aprecia en la Tabla 5.

Tabla 5. Resultados indicador Medio Ambiente

MEDIO AMBIENTE (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
20. Compromiso con la mejora de la calidad ambiental	1,21
21. Educación y concientización ambiental	1,10
22. Gerenciamiento del impacto den el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios	0,92
23. Sustentabilidad de la economía forestal	0,67
24. Minimización de entradas y salidas de insumos	1,11
<b>Promedio</b>	<b>1,00</b>

Elaboración: Grupo investigador

Con el indicador Proveedores el resultado promedio fue de 1.20, por lo tanto, las empresas muestran acciones de RSE. Sin embargo, al encontrarse en el límite inferior, existen algunas deficiencias como el trabajo forzado en la cadena productiva, según la Tabla 6.

Tabla 6. Resultados indicador Proveedores

PROVEEDORES (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
25. Criterios de selección y evaluación de proveedores	1,43
26. Trabajo infantil en la cadena productiva	1,13
27. Trabajo forzado en la cadena productiva	0,92

28. Apoyo al desarrollo de proveedores	1,32
<b>Promedio</b>	<b>1,20</b>

Elaboración: Grupo investigador

El indicador Consumidores y Clientes presenta un resultado de 1.61 demostrando que las empresas cumplen con estrategias de RSE para sus clientes de manera general. Se muestran los detalles en la Tabla 7.

Tabla 7. Resultados indicador Consumidores y Clientes

CONSUMIDORES Y CLIENTES (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
29. Política de comunicación comercial	1,64
30. Excelencia de la atención	1,53
31. Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios	1,67
<b>Promedio</b>	<b>1,61</b>

Elaboración: Grupo investigador

Las acciones de RSE en el trabajo en la comunidad de las empresas muestra que a pesar de que efectivamente se realizan actividades en beneficio de su entorno social, faltan mejorar las relaciones y el financiamiento hacia estos grupos de interés como se presenta en la Tabla 8.

Tabla 8. Resultados indicador Comunidad

COMUNIDAD (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
32. Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno	1,31
33. Relaciones con las organizaciones sociales	1,01
34. Financiamiento de la acción social	0,87
35. Involucramiento con la acción social	1,01
<b>Promedio</b>	<b>1,05</b>

Elaboración: Grupo investigador

En el indicador Gobierno y Sociedad que es 0.98 se demuestran que las empresas realizan ciertas actividades de RSE, lo que falta de impulsar es la participación con los gobiernos locales, convenios de cooperación con municipios para en conjunto trabajar para la comunidad. Los resultados al detalle en la Tabla 9.

Tabla 9. Resultados indicador Gobierno y Sociedad

GOBIERNO Y SOCIEDAD (DIMENSIONES)	PUNTAJE FINAL
36. Contribuciones para campañas políticas	0,94
37. Construcción de la ciudadanía por las empresas	0,76
38. Prácticas anticorrupción y anticooimas	0,88
39. Liderazgo e influencia social	1,17
40. Participación en proyectos sociales gubernamentales	1,15
<b>Promedio</b>	<b>0,98</b>

Elaboración: Grupo investigador

Se presenta la Tabla 10 con el número de empresas que se encuentran en cada categoría de clasificación de buenas prácticas de RSE. 1 empresa maneja adecuadamente RSE 4%, 8 empresas que representan el 33% poseen buenos conocimientos de RSE, el 38% realizan ciertas acciones y 25% no practica RSE.

Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

[https://revistas.uileam.edu.ec/index.php/business\\_science](https://revistas.uileam.edu.ec/index.php/business_science)Licencia de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Tabla 10. Número de empresas y su nivel en prácticas de RSE

Categoría	Escala	Número de Empresas	Porcentaje
La empresa no practica RSE.	0,00 - 0,80	6	25%
La empresa realiza ciertas acciones de RSE.	0,81 - 1,19	9	38%
La empresa tiene buenos conocimientos con respecto a RSE y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable.	1,20 - 1,69	8	33%
La empresa maneja adecuadamente el modelo de RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos.	1,70 - 2,00	1	4%
		<b>24</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Grupo investigador

Dentro de la investigación las hipótesis planteadas son las siguientes:

El IDE Business School afirma que el 51% de las empresas en el Ecuador aplican ciertas estrategias de RSE. Esta afirmación será considerada como la hipótesis nula  $H_0$ . La hipótesis alternativa es que la proporción es mayor que 51% basado en los resultados de esta investigación, si se suman los porcentajes de las empresas que realizan ciertas acciones de RSE 38%, las que tienen buenos conocimientos de RSE 33% y las que poseen manejo adecuado de RSE 4%, da 75%, que sería el total de empresas que aplican acciones de RSE.

$H_0: p_0 = 0.51$ . El 51% de las empresas practican ciertas acciones de RSE.

$H_1: p > 0.51$ . Más del 51% de las empresas practican ciertas acciones de RSE.

Con las hipótesis definidas se procede a realizar la prueba estadística de comprobación de hipótesis.

El nivel de significancia ( $\alpha$ ) será del 5%. La cola se establece a la derecha. Por tanto, el valor crítico de  $z_c$  según las tablas estadísticas es de 1.64 según el libro de Lind & Marchal (2012).

Para calcular el valor de prueba o  $z_p$  se lo obtiene con la fórmula estadística de prueba de hipótesis de una proporción:

$$z_p = \frac{p - p_0}{\sqrt{\frac{p_0 q_0}{n}}}$$

$p =$  Proporción de la muestra = 0.75

$p_0 =$  Proporción teórica o nula = 0.51

$q_0 =$  Complemento de la proporción teórica = 0.49

$n =$  Tamaño de la muestra = 24

$$z_p = \frac{0.75 - 0.51}{\sqrt{\frac{0.51 * 0.49}{24}}} = 2.35$$

Como el valor de  $z_p = 2.35$  es mayor que el valor crítico  $z_c = 1.64$ , la regla de decisión es de rechazar la hipótesis nula  $H_0$ .

## DISCUSIÓN

La ISO 26000 (2010), argumenta que la RSE son todas las actividades que realizan las empresas en beneficio de la sociedad, primordialmente las que se dirigen a la protección del medio ambiente enfocadas con ética y transparencia contribuyendo al avance sostenible, la salud y bienestar de la sociedad, sin olvidar las expectativas de los actores interesados y cumpliendo con la legislación y normativa internacional vigente para el mejoramiento de las interrelaciones sociales.

Por esta razón en el estudio se utilizaron 7 ejes como son Valores, transparencia y gobierno corporativo, Público interno, Medio ambiente, Proveedores, Consumidores y clientes, Comunidad y Gobierno y sociedad; que engloban de forma integral lo que es RSE para así crear una ventaja competitiva en las empresas de la ciudad de Manta.

Morán, Cárdenas y Córdova (2019) en unos de sus estudios concluyeron que la mayoría de las empresas grandes son las que presentan un plan de RSE, mientras que las pymes son pocas que consideran un factor primordial para el desarrollo de la misma porque tienen otras prioridades y no creen preferente estructurar un programa de RSE dado que en la investigación se obtiene una media de indicadores globales de 1.18 lo que significa que con este puntaje las empresas estudiadas realizan ciertas acciones de RSE, entonces se confirma lo mencionado anteriormente.

De acuerdo con los resultados del presente estudio se obtiene que entre las buenas prácticas de RSE están una excelente cultura organizacional, apropiada relación con proveedores y una atención adecuada a clientes. De la misma forma Tapia, Gavilánez, Jácome y Balseca (Tapia Bonifaz, 2018) en su investigación obtuvieron entre los resultados positivos que las empresas que estudiaron por la práctica de actividades de RSE está la lealtad de los clientes en un 88%, el aumento de la productividad 83%, ocasionando que los inversionistas buscan ubicar sus capitales en este tipo de organizaciones que cuentan con ventajas competitivas, imagen corporativa reconocida y sostenibilidad a largo plazo.

Según el mismo hallazgo de Bonifaz, Gavilánez, Jácome y Balseca (2018) los resultados reflejan que las acciones de RSE que aplican las empresas contribuyen el 100% a los clientes, a la sociedad en un 95%, en 76% con los empleados y con el medio ambiente el 24%. Los clientes son los beneficiarios más importantes, mientras que el aporte con el cuidado del medio ambiente es bajo. Dicha información es muy similar a los resultados obtenidos en la presente investigación donde el eje medio ambiente por parte de las empresas estudiadas presenta desconocimiento o poca atención en las actividades que realizan causando impacto en el medio ambiente.

## CONCLUSIONES

Las empresas en Manta realizan actividades de Responsabilidad Social Empresarial con los distintos grupos de interés. Su media de indicadores globales al ser de 1.18 lo demuestra, debido que con este puntaje las empresas que fueron objeto de estudio solo realizan ciertas acciones de RSE.

Al realizar los cálculos para contrastar las hipótesis se dispone de evidencia para rechazar la hipótesis nula, por lo que se puede concluir que más del 51% de las empresas practican ciertas acciones de RSE.

La fortaleza de las empresas en la aplicación de estrategias de RSE radica en el desarrollo de una buena cultura organizacional, las relaciones con proveedores que permiten el correcto abastecimiento, y la atención adecuada a clientes que son a quienes van dirigidos los mayores esfuerzos empresariales por el impacto directo en los resultados económicos.

Las debilidades de RSE en las empresas se evidencian en el bajo desarrollo profesional de los trabajadores y sus necesidades de salud o educación de los hijos. En el desconocimiento o no atención al impacto que producen las actividades al medio ambiente. El poco involucramiento con los sectores sociales o comunitarios que se encuentran dentro del radio de influencia del negocio y las relaciones o convenios con los gobiernos locales para buscar acciones conjuntas de desarrollo de la ciudad.

## REFERENCIAS

- ADEC-ETHOS. (2009). *Guía de Implementación de RSE para PyMES*. Paraguay.  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/26695>
- Andrade Cordero, C. F. (2021). Responsabilidad Social Empresarial: Una breve revisión teórica para el caso ecuatoriano. *Sapientiae*, 106-117.
- Ballestín, B. & Fábregues, S. (2018). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cajiga Calderón, J. F. (2019). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. México: Cemefi (Centro Mexicano para la filantropía).
- Cámara de Industrias de Manta. (2022). *Cimanta*.  
<http://www.cimanta.org/documentos/afiliado.pdf>
- CERES. (31 de Diciembre de 2021). *CERES. Responsabilidad Social & Sostenibilidad Ecuador*.  
[https://www.redceres.com/\\_files/ugd/8c779e\\_38381a322a1c43fc9db793004182026c.pdf](https://www.redceres.com/_files/ugd/8c779e_38381a322a1c43fc9db793004182026c.pdf)
- Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad. (2022).  
<https://www.redceres.com/nosotros>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *INEC*.  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- ISO 26000. (2010). *Organización Internacional de Estandarización. Guía de responsabilidad social*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Lind, D. A. & Marchal, W. G. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México D.F.: McGraw Hill.
- Malla Ceferino, C. C. & Salcedo Muñoz, V. E. (2021). Responsabilidad Social Empresarial en el sector financiero del Ecuador durante el periodo 2016-2019. *RECUS Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 47-55.
- Morán, C., Cárdenas, C. & Córdova, C. (2019). Características de la responsabilidad social empresarial de las pymes en Ecuador. Caso de estudio: hacienda Nueva Colonia. *Sinergia*, 131-144.

- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F. & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 18.
- Palacio Flores, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 75-85.
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C. & Peralta Mocha, B. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial y su Enfoque Ambiental: Una Visión Sostenible a Futuro. *Universidad y Sociedad*, 169-178.
- Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 1-6.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122.
- Tapia Bonifaz, A. G. (2018). La responsabilidad social empresarial: un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 68-69. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.68-89/>
- Torresano, M. (2012). *IDE Business School*. Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador: [https://docplayer.es/71098658-Estudio-de-responsabilidad-social-de-empresas-del-ecuador.html#show\\_full\\_text](https://docplayer.es/71098658-Estudio-de-responsabilidad-social-de-empresas-del-ecuador.html#show_full_text)
- Vistazo. (10 de Septiembre de 2021). *Editorial Vistazo*. <https://www.vistazo.com/enfoque/21-empresas-en-ecuador-fueron-reconocidas-por-su-aporte-social-BL814377>
- Zadek, S., & MacGillivray, A. (Julio de 2007). *Yumpu*. <https://www.yumpu.com/es/document/view/28838413/el-estado-de-la-competitividad-responsable-accountability>