

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE

MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INFORME DE PROYECTO DE DESARROLLO DEL
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TEMA:

La Responsabilidad Social Empresarial como Eje
Estratégico en Empresas Comercializadoras de Insumos
Agropecuarios del Cantón El Carmen

AUTORA:

Sara Magdalena Álava Mejía

TUTOR:

Ing. Ronald Mauricio Hernández Gómez

El Carmen, julio del 2026

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	REVISIÓN: 1
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión El Carmen de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Sara Magdalena Álava Mejía, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025 (2) - 2026 (1), cumpliendo el total de 240 horas, cuyo tema del proyecto es “La Responsabilidad Social Empresarial como Eje Estratégico en Empresas Comercializadoras de Insumos Agropecuarios del Cantón El Carmen”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, El Carmen, 30 de julio de 2026.

Lo certifico,

Ing. Ronald Mauricio Hernández Gómez, Mgtr.

Docente Tutor

Área: Gestión Administrativa y Financiera



DECLARACIÓN DE AUTORIA

La responsabilidad de este proyecto de Titulación: **“La responsabilidad social empresarial como eje estratégico en empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen”** corresponde exclusivamente a **Sara Magdalena Alava Mejia** con C.I 1724711922 y los derechos patrimoniales del mismo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El Carmen – Manabí

Autor



Sara Magdalena Alava Mejia
C.I 1724711922



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE
MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN**

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Titulación con modalidad Proyecto Integrador, titulado “La responsabilidad social empresarial como eje estratégico en empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen”, cuyo autor es Sara Magdalena Alava Mejia de la Carrera de Administración de Empresas y como Tutor de Trabajo de Titulación el Ing. Ronald Mauricio Hernández Gómez, Mgtr.

El Carmen, 24 de agosto de 2026

Ing. Martha Margarita Minaya Macías, Mgtr.
Presidente del tribunal de titulación

Ing. Paulina Annabel Alcivar Cedeño, Mgtr.
Miembro del tribunal de titulación

Econ. Juan Andrés Mejía Almenaba, Mgtr.
Miembro del tribunal de titulación

Dedicatoria

Con el corazón lleno de gratitud dedico este trabajo a Dios quien me ha permitido avanzar durante esta bonita etapa universitaria sin desistir en el camino, quien cada mañana me permitió levantarme e ir por el sueño de obtener un título universitario.

A mis padres Sandra y Dorge las personas que más admiro en esta vida por enseñarme el verdadero valor de conseguir triunfos con el esfuerzo diario manteniendo la constancia, quienes me han apoyado sin medidas, sin peros con la única intención de demostrarme su amor.

A mis hermanos José, Diana y Scarlet por confiar en mí y siempre estar cuando los necesite, a mis sobrinos Marilyn, Jahir, Mariangel y Elaine quienes con su alegría y sonrisas han iluminado mi vida y me han inspirado a ser una persona de bien y de metas por ellos.

Y de una manera muy especial a mi esposo Yandri Rodríguez la persona que decidió acompañarme desde que llego a mi vida, quien, con paciencia, comprensión y mucho amor sigue confiando en mí y valorando cada esfuerzo que hago por seguir adelante, cumplir mis sueños y ser feliz.

A mi tutor Ronald Hernández por compartir sus conocimientos, consejos, recomendaciones e incluso regaños con el único fin de sacar lo mejor de mí en este trabajo tan importante y culminar con éxito mi soñada carrera de Administración de Empresas.

Con profundo amor y gratitud dedico este logro a ustedes...



Índice

CERTIFICACIÓN.....	II
Declaración de Autoría.....	III
Aprobación del Proyecto de Investigación.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice.....	VI
Índice de Tablas	VIII
Índice de Figura	VIII
Índice de Anexos	VIII
Resumen.....	IX
Introducción	1
Capítulo I.....	2
1. Marco Teórico	2
1.1. Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial.....	2
1.1.1. Definición Conceptual.....	2
1.1.2. Variable Independiente Operacional.....	3
1.2. Variable Dependiente.....	3
1.2.1. Variable Dependiente Conceptual	3
1.2.2. Variable Dependiente Operacional.....	4
1.3. Tareas Científicas	5
1.4. Responsabilidad Social Empresarial	5
1.5. Dimensión Económica de la RSE.....	6
1.6. Dimensión Social de la RSE.....	7
1.7. Dimensión Ambiental de la RSE.....	8
1.8. Sostenibilidad Empresarial	9
1.8.1. Dimensión Económica de la Sostenibilidad Empresarial	10
1.8.2. Dimensión Social de la Sostenibilidad Empresarial.....	11
1.8.3. Dimensión Ambiental de la Sostenibilidad Empresarial	11

Capítulo II.....	14
2. Diagnostico o Estudio de Campo	14
2.1. Naturaleza de la Empresa.....	14
2.2. Descripción de la Empresa	14
2.3. Aspecto de Mercado	15
2.4. Aspecto Técnico	15
2.5. Marco Estratégico Empresarial	16
2.6. Metodología.....	16
2.6.1. Métodos	16
2.7. Técnicas	19
2.7.1. Entrevista	19
2.7.2. Población	20
2.7.3. Muestra	20
2.8. Aplicación de la Entrevista.....	20
Capitulo III	51
3. Diseño de la Propuesta.....	51
3.1. Introducción.....	51
3.2. Justificación	51
3.3. Objetivo General	52
3.3.1. Objetivos Especifico	52
3.4. Alcance	52
3.5. Base Legal	53
Conclusiones	58
Recomendaciones	60
Bibliografía	61
Anexos	65

Índice de Tablas

Tabla 1.....	45
Tabla 2.....	57

Índice de Figura

Figura 1.....	21
Figura 2.....	23
Figura 3.....	26
Figura 4.....	28
Figura 5.....	30
Figura 6.....	32
Figura 7.....	34
Figura 8.....	37
Figura 9.....	39
Figura 10.....	41
Figura 12.....	43
Figura 12.....	56

Índice de Anexos

Anexo 1 – Formato de la entrevista.....	65
ENTREVISTA.....	65
Anexo 2 Certificado de Compilatio	67

Resumen

La presente investigación examina la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un eje estratégico para las empresas comercializadoras de insumos agropecuarias del cantón El Carmen, provincia de Manabí. La Responsabilidad Social Empresarial en este sector carece de una implementación estructurada, puesto que se otorga prioridad a los factores financieros por encima de los aspectos sociales y ambientales, lo cual inhibe prácticas integrales y el desarrollo de relaciones con los grupos de interés. Por otra parte, el propósito es analizar la RSE como un eje estratégico dentro del entorno comercial y evaluar la sostenibilidad empresarial a través de la perspectiva del triple resultado, cuyas dimensiones económicas, sociales y ambientales están igualmente consideradas. En cuanto a los métodos utilizados en el análisis, se aplicaron los métodos bibliográfico, analítico, inductivo y deductivo, mediante la aplicación de entrevista a 20 empresas comercializadoras de insumos del cantón El Carmen y observación directa. Los datos obtenidos indican que, aunque el ochenta por ciento de los gerentes conocen la Responsabilidad Social Empresarial y el noventa y cinco por ciento tiene buenas relaciones con la comunidad, sólo el diez por ciento ha publicado políticas instituidas y menos de la cuarta parte dispone de algún tipo de certificación. Estos hallazgos evidencian que la RSE se ejecuta de forma empírica, ante la ausencia de mecanismos institucionalizados. Esto refleja una brecha entre el compromiso social del sector y la falta de procesos formalizados. En consecuencia, se propone un esquema de gestión destinado a fortalecer la sostenibilidad empresarial, social y ambiental de dichas organizaciones.

Palabras claves: *Responsabilidad Social Empresarial, sostenibilidad empresarial, insumos agropecuarios, grupos de interés, triple resultad*

Introducción

La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) abarca el cuidado del medio ambiente y del entorno social. Al aplicar varias técnicas de investigación, se demuestra que las organizaciones no solo atienden estas áreas, sino que también impulsan el mejoramiento del desempeño económico, el cual constituye el principal motor empresarial para alcanzar un desarrollo sostenible (Fajardo, 2022). En este contexto, resulta indispensable que las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen integren prácticas responsables en sus dimensiones económica, social y ambiental, asegurando así el fortalecimiento de su competitividad y la viabilidad del negocio a largo plazo.

Sin embargo, esta investigación surge de la necesidad de analizar la RSE como un eje estratégico dentro del sector. En la actualidad, la mayoría de estas empresas priorizan los objetivos financieros inmediatos, prescindiendo de la incorporación de criterios sociales y ambientales en su gestión estructural. Esta situación limita el avance hacia el desarrollo local y debilita la relación con los diferentes actores del entorno o stakeholders.

Para abordar esta problemática, el estudio se estructura en tres capítulos. El Capítulo I desarrolla el marco teórico fundamentado en literatura científica actualizada sobre la Responsabilidad Social Empresarial y la sostenibilidad, bajo el enfoque del triple resultado (económico, social y ambiental). El Capítulo II presenta el diagnóstico de campo, donde se detalla la caracterización del sector, la metodología aplicada y el análisis de los hallazgos obtenidos mediante entrevistas y observación directa. Por su parte, el Capítulo III formula una propuesta de gestión estratégica de RSE, especificando su justificación, objetivos, alcance, marco legal y cronograma de implementación.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación, acompañadas de las referencias bibliográficas y anexos correspondientes. Con ello, este trabajo busca aportar conocimientos concretos al sector agropecuario del cantón El Carmen y servir como referente para futuras investigaciones en el ámbito de la sostenibilidad empresarial.

Capítulo I

1. Marco Teórico

1.1. Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

1.1.1. Definición Conceptual

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el compromiso voluntario y continuo de las organizaciones corporativas con el desarrollo sostenible, completando equilibradamente los ámbitos social, económico y ambiental. La responsabilidad social empresarial se configura como un compromiso continuo y voluntario de las organizaciones. Este enfoque no solo busca maximizar el rendimiento económico, sino que integra de manera equilibrada la dimensión social y la preservación ambiental, alineando los objetivos corporativos con las metas globales de desarrollo sostenible y la retribución activa a los grupos de interés (Maldonado-Guzmán, 2022, p. 45). En este sentido, la variable se desarticula en tres dimensiones fundamentales:

- **Dimensión Económica:** Considerada como la capacidad que tienen las organizaciones para generar riquezas y rentabilidad, asegurando la ética comercial reflejada en sus operaciones.
- **Dimensión Social:** Relacionada con el desempeño de la empresa respecto al bienestar de sus colaboradores, el desarrollo de la comunidad y el respeto a los derechos humanos.
- **Dimensión Ambiental:** Engloba las estrategias y acciones para minimizar el impacto ecológico de las operaciones y promueve la preservación del entorno natural.

En el marco de esta investigación, se interpreta la RSE como un modelo de gestión integral y multidimensional mediante el cual la organización asume un rol activo frente al entorno. No se concibe como una práctica filantrópica ni como un costo operativo adicional, sino como una estrategia transversal que articula tres dimensiones esenciales: la económica (transparencia y ética en la rentabilidad), la social (bienestar de los colaboradores y desarrollo comunitario) y la ambiental (mitigación del impacto ecológico).

1.1.2. Variable Independiente Operacional

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) será medida a través de un cuestionario ordenado, dirigido a los gerentes y administradores del sector. En este aspecto, la operacionalización de la Responsabilidad Social Empresarial permite que se transforme un constructo básicamente teórico sobre variables medibles, logrando facilitar su análisis empírico dentro de los contextos organizacionales. Según lo mencionado por Aguirre (2021), la RSE debería ser una evaluación dada por indicadores cuantificables que permitan reflejar el compromiso de las organizaciones con respecto a su entorno tanto social, ambiental como económico, lo que permitiría obtener una medición mucho más centrada conforme a su nivel de aplicación empresarial. La evaluación operativa de esta variable se articula mediante los siguientes indicadores por dimensión:

- **Dimensión Económico:** Categoría en cumplimiento de la ética comercial y l nitidez financiera de las inversiones destinadas a desarrollo de proveedores del cantón.
- **Dimensión Social:** Programas de capacitación comunitaria.
- **Dimensión Ambiental:** Existencia de certificaciones ISO relacionadas con la reducción de la huella de carbono.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se interpreta como un modelo de gestión estratégico y multidimensional mediante el cual la organización asume un rol activo frente a su entorno. No se concibe como una práctica filantrópica ni como un gasto operativo adicional, sino como un eje transversal que articula tres dimensiones fundamentales: la económica (transparencia y ética en la rentabilidad), la social (bienestar de los colaboradores y desarrollo comunitario) y la ambiental (mitigación del impacto ecológico y gestión de residuos).

1.2. Variable Dependiente

Sostenibilidad Empresarial

1.2.1. Variable Dependiente Conceptual

Desde esta perspectiva, la sostenibilidad empresarial se fundamenta en el denominado enfoque del triple resultado (triple bottom line), el cual establece que el éxito organizacional debe medirse no solo en términos económicos, sino también en su impacto social y ambiental.

Según Elkington (2022), la sostenibilidad empresarial representa un cambio de paradigma en la gestión organizacional, donde las empresas deben generar valor económico mientras reducen impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente.

La Sostenibilidad Empresarial es la capacidad de una organización para mantenerse vigente a largo plazo, equilibrando así el éxito financiero con el bienestar social y la protección del medio ambiente, las cuáles se dividen en:

- **Dimensión Económica:** Viabilidad financiera y resiliencia en el mercado.
- **Dimensión Social:** Equidad, seguridad social y compromiso con el capital humano.
- **Dimensión Ambiental:** Eficiencia sobre el uso de recursos naturales y sobre la gestión de residuos.

La sostenibilidad empresarial se interpreta como la capacidad estratégica y operativa de la organización para perdurar en el tiempo mediante la creación de valor integral. Lejos de reducirse a la mera rentabilidad o continuidad financiera, este constructo exige una gestión equilibrada que garantice la viabilidad económica (resiliencia y crecimiento ético), la responsabilidad social (salud laboral, equidad y fortalecimiento comunitario) y la eficiencia ambiental (uso racional de recursos y manejo técnico de residuos). En consecuencia, la sostenibilidad no se asume como un estado estático, sino como un proceso dinámico de adaptación donde el éxito comercial resulta inseparable del impacto generado en su entorno socioambiental.

1.2.2. Variable Dependiente Operacional

De acuerdo con la literatura especializada, los informes corporativos constituyen una herramienta clave para la evaluación de la sostenibilidad, ya que integran información cuantitativa y cualitativa sobre el comportamiento empresarial en el tiempo (GRI, 2021).

La lista de cotejo permitirá sistematizar la observación de prácticas empresariales relacionadas con la sostenibilidad, facilitando la identificación del nivel de cumplimiento de criterios establecidos. La aplicación de este instrumento es utilizada ampliamente dentro de las investigaciones sobre enfoques cuantitativos y mixtos también, lo que permite de manera objetiva transformar los aspectos cualitativos en variables mediables. Además, su

operatividad se basa mediante un análisis de informes anuales y una lista de cotejo basada en los siguientes indicadores que se irán a indicar:

- **Económico:** Permite mejorar la rentabilidad acerca de la inversión y sobre su crecimiento en las ventas.
- **Social:** Permite manejar un índice de satisfacción laboral a través del uso de la escala de Likert.
- **Ambiental:** Eficiencia energética y gestión de los residuos sólidos.

Desde el punto de vista operacional, la sostenibilidad empresarial no debe entenderse como un atributo abstracto, sino como un conjunto de conductas e indicadores observables y verificables en el campo. En el marco de esta investigación, la evaluación operativa de la variable implica sistematizar la presencia o ausencia de mecanismos formales dentro de las organizaciones, transitando de la percepción hacia la evidencia concreta. Así, la sostenibilidad se operativiza mediante el análisis objetivo de la eficiencia financiera (estabilidad y rentabilidad responsable), las condiciones laborales y comunitarias (seguridad, clima laboral y relacionamiento social) y la gestión ambiental técnica (uso eficiente de recursos y control de residuos químicos).

1.3. Tareas Científicas

- Analizar el hilo situacional de la RSE en las organizaciones comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen.
- Evaluar los fundamentos teóricos de la RSE y la sostenibilidad empresarial.
- Diagnosticar la situación actual del sector en relación con las prácticas de RSE.
- Examinar el dominio que posee la RSE en la sostenibilidad empresarial del contexto local.

1.4. Responsabilidad Social Empresarial

“Diversos autores coinciden en que la RSE representa la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental” (Barroso, La Responsabilidad Social Empresarial, 2022, pág. 76).

Tal como lo expresa Altagracia (2022), la contribución sobre el desarrollo humano sostenible, mediante un compromiso y confianza acerca de la organización con respecto a sus

empleados, sociedad y comunidad local, permiten brindar una mejora acerca del capital social y calidad de vida de la comunidad en general.

En términos generales, el Instituto Universitario Quito (2025) señala que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) constituye el compromiso formal de las organizaciones con el bienestar social y la protección ambiental. Bajo este enfoque, la gestión empresarial no se limita a la consecución del crecimiento económico, sino que busca generar un impacto positivo y duradero en sus grupos de interés (*stakeholders*). De este modo, en el ámbito de la administración moderna, la RSE se consolida como un pilar estratégico indispensable para articular la rentabilidad financiera con el desarrollo sostenible.

La implementación de RSE en las empresas directamente comercializadoras de insumos agropecuarios adquiere especial relevancia debido al impacto que sus actividades generan en la producción, medio ambiente y la comunidad, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) (2022) expresa en su artículo que una conducta socialmente responsable de las empresas puede contribuir a establecer bases para una mejor convivencia social y mayor gobernabilidad en naciones en desarrollo.

A partir de las perspectivas analizadas, en el marco de esta investigación se interpreta la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de gestión integral y transformadora que trasciende la mera beneficencia voluntaria. Se entiende como la capacidad institucional de la empresa para asimilar conscientemente los impactos de su actividad operativa y responder por ellos mediante la alineación ética de la rentabilidad financiera, el bienestar integral de su capital humano y la preservación del ecosistema en el que opera.

1.5. Dimensión Económica de la RSE

En opinión de Cajiga (2022) la dimensión económica se centra en maximizar por un lado el beneficio económico y por otro de maximizar el valor de la empresa, se relaciona con los procesos internos y externos como el bienestar y la felicidad de los empleados, pero también con el impacto en el desarrollo y bienestar económico de la comunidad en que opera.

Esta dimensión no se limita únicamente a la rentabilidad financiera, sino que incorpora la eficiencia en el uso de recursos, la optimización de procesos productivos y la generación de valor compartido. Asimismo, implica que las organizaciones adopten

decisiones estratégicas que permitan garantizar su sostenibilidad en el tiempo, equilibrando los intereses de los accionistas con los de los demás grupos de interés.

“La integración de prácticas responsables puede conducir a una mejor reputación, lealtad del cliente y eficiencia operativa, generando un impacto positivo en la economía” (Jiménez, 2024).

A partir de ello, se entiende que la reputación empresarial se convierte en un activo intangible clave, ya que influye directamente en la preferencia del consumidor y en la competitividad del mercado. Además, la eficiencia operativa derivada de prácticas responsables permite reducir costos innecesarios, mejorar la productividad y fortalecer la estabilidad financiera de la organización.

Por otra parte Trespalcios (2022) argumenta que la dimensión económica de la RSE prioriza la creación de valor sostenible a largo plazo, fortaleciendo la competitividad empresarial mediante innovación, eficiencia operativa y tecnologías limpias, al tiempo que contribuye al desarrollo económico mediante empleo de calidad, dinamización de economías locales y modelos de negocio inclusivos, las prácticas incluyen mejorar la empleabilidad mediante formación, integrar proveedores locales para fortalecer la cadena de suministro y medir el impacto a través de indicadores.

La importancia que cuando se relacionan las dimensiones económicas con la sostenibilidad organizacional se busca promover la innovación como un factor diferenciador, para que las empresas se adapten a entornos de alta competitividad empresarial. De igual forma, el integrar a los proveedores locales no tan solo permitirá el fortalecimiento de la cadena de valor sino que también impulsaría el desarrollo territorial, buscando generar efectos multiplicadores sobre la economía local y promoviendo las relaciones comerciales.

1.6. Dimensión Social de la RSE

Empleando las palabras de Jiménez (2024) la dimensión social de la RSE se centra en cómo las empresas afectan a las comunidades y grupos de interés esta incluye prácticas como el apoyo a la educación, el bienestar laboral y la igualdad de género, reflejando la responsabilidad de las empresas hacia el progreso social y se destaca que las empresas socialmente responsables logran consolidar relaciones duraderas y equilibradas con los actores que influyen en su actividad.

El desempeño se mide con indicadores como la satisfacción laboral, la rotación de personal, las horas de formación y el impacto en las comunidades según lo afirma Trespalacios (2022), en el ámbito local las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen pueden fortalecer su impacto social mediante prácticas responsables y éticas consolidando su rol como actor responsable en el sector.

Como bien señala Araiza et al., (2020) la responsabilidad social no debe confundirse con prácticas de filantropía, éticas o ambientales exclusivamente, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa su implementación conlleva actividades de medición, reporte de sus impactos y su relación con el desempeño de la organización, por lo que exige de la empresa rendición de cuentas y transparencia.

La Responsabilidad Social Empresarial debería entenderse como un modelo estratégico que se ve reflejado en la integración de la gestión empresarial y no como acciones aisladas o complementarias. Además, su aplicación implicaría la incorporación sistemática sobre la evaluación que permita la identificación del impacto real de las decisiones empresariales sobre los ámbitos económicos, sociales y ambientales.

La exigencia de las organizaciones sobre los mecanismos formales de seguimiento y control sobre la trazabilidad de sus acciones responsables, logrando facilitar la toma de decisiones enfocadas en evidencia.

La transparencia empresarial se convierte así en un elemento clave para fortalecer la confianza de los grupos de interés, mejorar la reputación corporativa y reducir riesgos asociados a la desinformación o a prácticas poco éticas.

1.7. Dimensión Ambiental de la RSE

Desde la posición de Araiza et al., (2020) la dimensión ambiental implica integrar prácticas sostenibles en las operaciones empresariales para minimizar impactos negativos, optimizar recursos, adoptar tecnologías limpias e implementar sistemas de gestión ambiental se centra en el compromiso de las empresas con la sostenibilidad del planeta.

En las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios, la dimensión ambiental adquiere especial relevancia debido al manejo de productos que influyen en la actividad agrícola por ende la gestión responsable de estos insumos y el respeto al entorno natural fortalecen la imagen empresarial y aportan a la sostenibilidad del sector.

La dimensión ambiental de la responsabilidad social reside en dos aspectos principalmente. El primero de ellos se refiere al flujo de entrada de la empresa, es decir, al consumo de recursos, siendo el flujo de salida el segundo, es decir, el impacto medioambiental que genera la empresa, si realiza vertidos, emisiones atmosféricas, etc. Trespalacios (2022) manifiesta que para ambos flujos debe existir un control ambiental, no sólo controlando los aspectos legalmente establecidos e informando a los organismos pertinentes sobre sus actividades sino también informando a la sociedad para su conocimiento.

1.8. Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad empresarial es el enfoque estratégico de las empresas a la hora de hacer negocios y crear productos de valor a largo plazo, garantizando al mismo tiempo que sus operaciones y resultados no tengan un impacto negativo en la sociedad (Reyes, 2024).

Un estudio por la Universidad Intercontinental de la Empresa (2025) la sostenibilidad empresarial se ha consolidado como un requisito indispensable para las organizaciones que buscan conservar su competitividad y relevancia en un entorno cada vez más desafiante, frente a problemáticas globales como es el cambio climático, la desigualdad social y la gestión responsable de los recursos las empresas deben adoptar estrategias que trasciendan la simple reducción del impacto ambiental, la sostenibilidad implica transformar los modelos de negocio mediante la incorporación de principios éticos junto con los procesos de innovación y un firme compromiso con el desarrollo responsable en cada una de sus decisiones.

La sostenibilidad empresarial es un nuevo enfoque estratégico para hacer negocios y en el que se fomenta la inclusión social, el buen uso de los recursos naturales y la reducción del impacto en el medio para conservar la integridad del planeta para las generaciones venideras, sin dejar a un lado los aspectos económicos de la empresa (Montoya et al., 2022).

En un contexto global la institución de formación de negocios ADEN (2026) afirma que la sostenibilidad ha pasado de ser una opción a convertirse en una necesidad debido a la presión social, los cambios regulatorios y las demandas del mercado, es el equilibrio entre los impactos económicos, sociales y ambientales de una organización, creando valor a largo plazo.

Un líder sostenible no se limita a implementar iniciativas ecológicas aisladas integra profundamente la sostenibilidad en cada aspecto de la estrategia y la cultura organizacional esto significa tomar decisiones que minimicen el impacto ambiental, fomenten un ambiente laboral inclusivo y ético por tal motivo se convierte en un factor determinante para la permanencia, competitividad y legitimidad social de las empresas comercializadoras permitiendo consolidar su posicionamiento en el mercado local.

1.8.1. Dimensión Económica de la Sostenibilidad Empresarial

Las ganancias son necesarias para la autosostenibilidad y la continuidad del negocio, sin las cuales las inversiones en beneficios sociales y ambientales serían escasas y la sostenibilidad de la organización se vería comprometida, Terezinha et al., (2021) destacan que la sostenibilidad económica se logra mediante la gestión consciente y la aplicación estratégica de los recursos, así como mediante una entrada constante de inversiones el progreso económico sostenible conlleva protección ambiental y justicia social de ello nace su importancia, es esencial para el desarrollo de las demás dimensiones de la sostenibilidad, elevando los niveles de responsabilidad de las organizaciones.

La sostenibilidad económica implica que las empresas operen de forma que garanticen la rentabilidad a largo plazo sin comprometer los recursos futuros esto significa adoptar modelos de negocio que integren la sostenibilidad en el núcleo corporativo, la sostenibilidad económica fomenta la eficiencia, las empresas que integran estrategias combinan el crecimiento económico con el respeto al medio ambiente y a la sociedad, promoviendo un modelo de desarrollo que integre todos los aspectos de la sostenibilidad según lo afirma Santillo (2024).

Asimismo, se convierte en un estratégico que orienta la planificación empresarial hacia la optimización de recursos, la reducción de desperdicios y la mejora continua de los procesos productivos, asegurando así una gestión más eficiente y responsable en el tiempo.

En el sector comercial esta dimensión resulta clave para asegurar la permanencia empresarial, gestionando eficientemente sus recursos económicos para garantizar su estabilidad a largo plazo y enfrentar los desafíos del entorno al mantener su competitividad.

Este enfoque impulsa a las organizaciones a adoptar mecanismos de innovación y adaptación frente a los cambios del entorno, permitiéndoles mantener su competitividad en

mercados cada vez más dinámicos. La integración de la sostenibilidad en la gestión económica también contribuye a la generación de valor compartido, ya que no solo beneficia a la empresa, sino también a los grupos de interés y al entorno en el que opera.

1.8.2. Dimensión Social de la Sostenibilidad Empresarial

La dimensión social de la sostenibilidad se relaciona con la capacidad de la empresa para generar valor social y mantener relaciones equilibradas con sus grupos de interés. Smoul Tech (2024) sostiene que las organizaciones sostenibles gestionan de forma responsable sus relaciones con trabajadores, clientes y comunidad.

Esta dimensión se refleja en la confianza, reputación y legitimidad social, elementos fundamentales para la consolidación de relaciones comerciales duraderas siendo este el enfoque objetivo que se necesita la implementación en las empresas comerciales o de cualquier índole para complementar el resultado de la aplicación de RSE.

La sostenibilidad social en las empresas se centra en el bienestar de los empleados, las comunidades locales y la sociedad en su conjunto, según Terezinha et al., (2021) buscan garantizar unas condiciones de trabajo seguras y dignas, promover la diversidad, la inclusión, y contribuir positivamente a la comunidad, indagar en los niveles de satisfacción y reputación resulta fundamental para responder a las exigencias de las relaciones comerciales duraderas y estables.

Con respecto a la dimensión social sobre la sostenibilidad no tan solo responderá a una obligación ética sino que también se convertirá en un factor estratégico para consolidar sus relaciones comerciales estables a largo plazo, además de generar confianza con respecto a los distintos grupos de intereses. De otra forma, indagar sobre los niveles de satisfacción y reputación resultará importante, ya que responderá a las exigencias de relaciones comerciales duraderas y estables, puesto que una empresa socialmente responderá al fortalecimiento de su imagen corporativa, aumentando su lealtad con respecto a sus clientes y mejorará su posicionamiento dentro del mercado.

1.8.3. Dimensión Ambiental de la Sostenibilidad Empresarial

Las prácticas de sostenibilidad ambiental se fundamentan en los principios del desarrollo sostenible debido a la estrecha relación que ambos mantienen con la conservación

de los recursos naturales y su aprovechamiento responsable para satisfacer las necesidades de la sociedad procurando garantizar su disponibilidad para las generaciones futuras.

Lloor y Zambrano (2025) sostienen que la sostenibilidad debe promoverse a partir de una cultura de consumo responsable fortalecida mediante la educación ambiental, proponen un enfoque preventivo y de mejora continua que permita disminuir los impactos negativos ocasionados por las actividades humanas sobre el entorno, destacan que la sostenibilidad constituye un componente estratégico para las organizaciones especialmente en aquellas cuyos procesos productivos demandan un elevado consumo de recursos naturales no renovables lo que hace indispensable optimizar su utilización y fomentar una gestión más eficiente.

Aunque la sostenibilidad económica continúa siendo un elemento clave para la permanencia y el crecimiento de las empresas la dimensión ambiental ha adquirido una relevancia cada vez mayor dentro de la gestión organizacional, Terezinha et al. (2021) señalan que la gestión ambiental facilita la integración de criterios ecológicos en la planificación más la ejecución de las estrategias empresariales y afirman que su articulación con los principios de la responsabilidad social empresarial fortalece el desempeño institucional y favorece el logro de ventajas competitivas convirtiendo las prácticas de gestión sostenible en un factor determinante para el éxito y la competitividad de las organizaciones.

Por otra parte, Vieira et al. (2021) relata que la integración sobre la sostenibilidad ambiental es relacionada con estrategia empresarial y responsabilidad social que busca el fortalecimiento de la competitividad organizacional, lo que permitiría generar un valor sostenible a lo largo del tiempo buscando dar mejora la relación sobre la empresa con su entorno en general.

Además, su incorporación directa con los criterios ambientales con respecto a la planificación estratégica permitirá que las organizaciones adopten diferentes decisiones con mayor responsabilidad en cuanto al uso de los recursos naturales, su reducción conforme al impacto negativo y optimización de los procesos productivos, dando a contribuir así a un modelo de gestión más aceptable.

Con respecto a las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios, su dimensión ambiental es relevante ya que, su manejo de productos influye de forma directa en

la actividad tanto agrícola por lo que se justifica desde una práctica responsable y gestión de insumos que contribuyen a un entorno natural favorable a la imagen responsable de la empresa.

Con relación a esto, Elkington (2022) establece que, la sostenibilidad empresarial debería dar entendimiento al triple resultado, donde el desempeño ambiental constituye un eje importante con respecto a la viabilidad de las organizaciones a largo plazo, además en sectores que tienen mayor impacto directo sobre los ecosistemas.

Capítulo II

2. Diagnostico o Estudio de Campo

2.1. Naturaleza de la Empresa

Las empresas objeto de estudio son unidades de tipo privado, dedicadas a la comercialización de insumos agropecuarios en el cantón El Carmen, provincia de Manabí. Su actividad económica principal se basa en la distribución y venta de productos fitosanitarios, fertilizantes, semillas y herramientas agrícolas, siendo actores primordiales en la cadena productiva agrícola del sector.

Por otra parte, las organizaciones que cumplen un rol estratégico dentro del desarrollo productivo local, cumplen de manera directa con la contribución de la productividad agrícola y al abastecimiento de los insumos para algunos agricultores de la zona. Asimismo, su operación se vincula estrechamente con la dinámica económica rural, buscando generar empleo directo o indirecto también.

Además, algunas empresas suelen enfrentar desafíos importantes relacionados con la sostenibilidad ambiental debido a que la naturaleza de los productos que ellos comercializan, en muchos de los casos suele requieren de un manejo técnico adecuado con la finalidad de evitar los impactos negativos sobre el suelo y salud.

2.2. Descripción de la Empresa

Las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen, operan principalmente como mipymes (pequeñas y medianas) empresas, muchas de ellas de carácter familiar. Las organizaciones destacan por contar con una estructura administrativa lineal, una escasa formalización de los procesos internos y limitada planificación estratégica.

Las organizaciones suelen operar a través de esquemas administrativos simplificados. En muchas ocasiones, la toma de decisiones se suele concentrar en los propietarios, lo que se traduciría en delegación de funciones y limitaría la profesionalización de la gestión organizacional.

Por otro lado, se logró evidenciar cierta baja sobre la implementación de los sistemas de gestión documental, control de inventarios y protocolos estandarizados sobre la atención del cliente. Esto afectaría a la eficiencia operativa y capacidad del crecimiento empresarial.

Otro aspecto importante es que, la limitada incorporación de las prácticas de innovación reduce bastante su competitividad con respecto a las empresas más grandes o cadenas de distribución nacional.

2.3. Aspecto de Mercado

El mercado de los insumos agropecuarios en el cantón El Carmen se caracteriza por una alta demanda derivada de la vocación agrícola del sector, principalmente en cultivos como el cacao, banano y maíz. Además, la competencia entre el establecimiento es moderada y su fidelización de clientes dependerá en gran medida de la calidad del servicio, asesoramiento técnico y disponibilidad de los productos. Sin embargo, la ausencia de las estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) limita su posicionamiento en el sector empresarial conforme a clientes con mayor conciencia social y ambiental.

Por otro lado, la ausencia de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) limita su posicionamiento en el sector empresarial, especialmente frente a clientes con mayor conciencia social y ambiental, el mercado presenta una alta sensibilidad al precio lo que obliga a las empresas a mantener márgenes de ganancia reducidos para ser competitivas, esto genera una presión constante sobre la sostenibilidad financiera del negocio.

Se identifica una oportunidad de crecimiento en la implementación de servicios de asesoría técnica agrícola lo cual podría fortalecer la relación con los clientes y generar valor agregado más allá de la simple venta de productos.

2.4. Aspecto Técnico

En cuanto a la infraestructura técnica, las empresas cuentan con instalaciones básicas para el almacenamiento y distribución de los insumos. Sin embargo, la identificación marcada de la deficiencia conforme al manejo de productos químicos, gestión de residuos y cumplimiento de las normas ambientales. Asimismo, la tecnología empleada es limitada y también la escasa capacitación de iniciativas técnicas sobre el personal en materia de RSE.

El control de inventarios suele realizarse de forma manual o semi manual, lo que incrementa el riesgo de errores, pérdidas o caducidad de productos. De igual forma, se evidencia un limitado desarrollo tecnológico y falta de programas acerca de capacitación técnica hacia el personal de las organizaciones.

Por otra parte, otro de los aspectos críticos importantes a detallar es la falta de protocolos estandarizados para el almacenamiento de los productos fitosanitarios, lo que conlleva a representar ciertos riesgos tanto para los trabajadores como para el medio ambiente. En este sentido, el incorporar las correspondientes tecnologías de gestión empresarial y sistemas de control automatizada representará cierta mejora con respecto a la operatividad organizacional.

2.5. Marco Estratégico Empresarial

La mayoría de las empresas analizadas no cuentan con un plan estratégico formalmente estructurado. Las decisiones se toman de manera empírica y reactiva, sin integrar criterios de la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación. La ausencia de misión, visión y valores institucionales que incorporen principios de sostenibilidad limita la coherencia en la gestión organizacional y dificulta la alineación con las expectativas de los grupos de interés.

Por su parte, Kaplan y Norton (2022) relatan que la incorporación de las herramientas como el Balanced Scorecard permiten ser traducidas hacia la visión estratégica en indicadores totalmente medibles, logrando facilitar el control y mejora continua del desempeño organizacional.

Según Mintzberg (2022), muchas organizaciones operan bajo estrategias emergentes no planificadas, lo que puede ser funcional en el corto plazo, pero reduce la capacidad de adaptación estructurada frente a cambios del entorno.

En este sentido, la implementación de un marco estratégico formal permitiría no solo mejorar la organización interna, sino también fortalecer la relación con los grupos de interés, incrementar la competitividad y promover prácticas sostenibles en el sector agro comercial del cantón El Carmen. Además, facilitaría la profesionalización de la gestión empresarial, reduciendo la improvisación en la toma de decisiones y promoviendo una cultura organizacional orientada a resultados.

2.6. Metodología

2.6.1. Métodos

2.6.1.1. Método Bibliográfico.

El método bibliográfico recopila información procedente de revisiones sistemáticas, investigativas y analíticas sobre un tema específico ofreciendo una visión global de conceptos

profundos sobre lo que se desea investigar, desde la perspectiva de Arias (2021), se contextualiza desde el problema de la investigación para fundamentar criterios científicos a la realidad, sustentar las variables de estudio y construir el marco conceptual de la investigación.

La Revista Internacional de Ciencias Humanas y Crítica de Libros referencia el artículo de García (2023), sobre la evolución histórica del método bibliográfico destacando su impacto en las investigaciones y como este trasciende conceptualmente el saber, lo cual se considera pertinente para la comprensión de las fases de la investigación y obtener resultados sobre bases científicas.

El uso del método bibliográfico en esta investigación es importante debido a que el estudio se basa en un análisis teórico de la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad empresarial, este método permite identificar enfoques conceptuales, antecedentes investigativos y criterios académicos que fortalecen la comprensión del problema, así como sustentar las variables de estudio con bases científicas, garantizando rigor académico y coherencia en la construcción del marco teórico.

2.6.1.2. Método Analítico.

El método analítico se relaciona con la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos para acceder al conocimiento de las diversas facetas de la realidad se entiende como la distinción de partes de un todo para conocer sus principios o elementos y comprender su origen (Lopera et al., 2022).

Según el autor Cutipa (2021), en la investigación con enfoque analítico se plantea entender fenómenos al describir y medir relaciones causales entre ellos, el empleo de este método se sostiene en un pensamiento crítico y una frágil valoración de la realidad ante afirmaciones sobre un fenómeno donde se trata de analizar y explicar por qué o cómo es que algo está pasando, reafirmando esto Pacheco (2023) deduce que el método analítico se sustenta en la lógica empírica consistiendo en la observación de la realidad para el desarrollo del razonamiento.

El método analítico se suele emplear debido a la necesidad de examinar de forma detallada la RSE siendo este un eje estratégico importante para las empresas. La contribución conforme la validación de las variables de estudio son desde una perspectiva científica, se

asegura que la investigación se desarrolle desde un principio de rigor metodológico con coherencia argumentativa y respaldo académico.

Asimismo, dicho método permite la identificación de tendencias investigativas más recientes, lo que facilitaría comparar los enfoques tradicionales con perspectivas contemporáneas entrelazadas con la gestión empresarial, ética corporativa y responsabilidad social.

Otro aporte relevante del método analítico es que posibilita la construcción de un marco referencial consistente que busca orientar un diseño de investigación, evitando la duplicidad de los esfuerzos y asegurando que el estudio se base en conocimientos previamente validados por la comunidad científica.

2.61.3. Método Inductivo.

El método inductivo es un enfoque de razonamiento ampliamente utilizado en educación, ciencias y otras disciplinas, que permite llegar a conclusiones generales a partir de casos específicos es especialmente útil para descubrir patrones en situaciones en las que aún no se tienen conocimientos previos suficientes (Palmett, 2020).

Desde la perspectiva de Abreu (2022) este método plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general y razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin, Dávila (2022) argumenta que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del mismo en la investigación.

El método inductivo resulta pertinente debido a que el estudio parte del análisis de realidades particulares observadas en las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen, a través del trabajo de campo y la percepción de los grupos de interés este método permite formular conclusiones generales a partir de dichas observaciones, contribuyendo a comprender el comportamiento del sector y la influencia de la responsabilidad social empresarial en la sostenibilidad empresarial desde un enfoque contextualizado.

2.61.4. Método Deductivo.

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad (Abreu, 2022).

De acuerdo con Palmett (2020) mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas generalizando casos contribuyendo al progreso en el conocimiento de las realidades estudiadas, en base a eso Dávila (2022) interpreta su explicación mediante hipótesis, que pueden derivarse de las proposiciones de la teoría es decir deducir conclusiones a partir de premisas o proposiciones.

El método deductivo se utiliza con el fin de contrastar los fundamentos teóricos de la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad empresarial con la realidad empresarial observada en el contexto local su aplicación permite verificar si los principios y enfoques teóricos se reflejan en las prácticas de las empresas estudiadas, fortaleciendo la coherencia entre la teoría y la práctica, y aportando solidez al análisis académico de la investigación.

2.7. Técnicas

2.7.1. Entrevista

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial (Díaz et al., 2022).

González et al. (2022) señalan que la entrevista constituye una de las principales técnicas utilizadas en la investigación cualitativa sustentada en el método inductivo permitiendo comprender en profundidad los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes, esta técnica facilita la exploración de experiencias y percepciones e interpretaciones que difícilmente pueden obtenerse mediante otros métodos de recolección de información.

Feria et al. (2020) destacan que la entrevista es un instrumento idóneo para la obtención de datos debido a su capacidad para captar la riqueza y profundidad del discurso de los informantes el conocimiento generado esto surge de la interacción entre el entrevistador y el entrevistado, la cual se desarrolla con base en un propósito de investigación previamente definido y orientado por las preguntas o temáticas del estudio la información recopilada no representa una reproducción exacta de la realidad social sino una

interpretación construida a partir de las experiencias y significados compartidos durante el proceso de interacción.

La entrevista se justifica en base a la obtención de información cualitativa profunda y contextualizada sobre la forma en que las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen conciben y aplican la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión, esta técnica facilita la comprensión de percepciones, criterios y experiencias de los actores responsables de la toma de decisiones, aportando información relevante que no puede ser captada únicamente a través de instrumentos cuantitativos.

2.7.2. Población

Según Chero-Pacheco (2024) la población involucra a la totalidad de elementos que coinciden con ciertos aspectos o características de interés para el estudio de la investigación.

La población objeto de estudio se obtuvo mediante la constitución de 20 empresas entrevistadas en el cantón El Carmen, para delimitar el marco muestral se tomaron como referencia registros del GAD Municipal del cantón sobre los últimos años, se optó por un censo poblacional trabajando con la totalidad de las empresas identificados al momento de ejecutar la investigación.

La población constituye la base fundamental para el desarrollo del estudio a partir de ella se establecen los criterios de selección de la muestra y se asegura la representatividad de los resultados en relación con el sector analizado.

2.7.3. Muestra

Según el autor Mejía-Benavides (2021) la muestra es el proceso de investigación en hacer referencia a un pequeño grupo significativo que representa al universo, es un subgrupo de la población de interés en la cual se van a recabar los datos a estudiar. En el presente estudio, la selección de las empresas a muestra la realización a través de un censo, considerando criterios como trayectoria en el sector empresarial y disposición para participar en la investigación, debido a que se requiere información cualitativa y especializada sobre la responsabilidad social empresarial.

2.8. Aplicación de la Entrevista

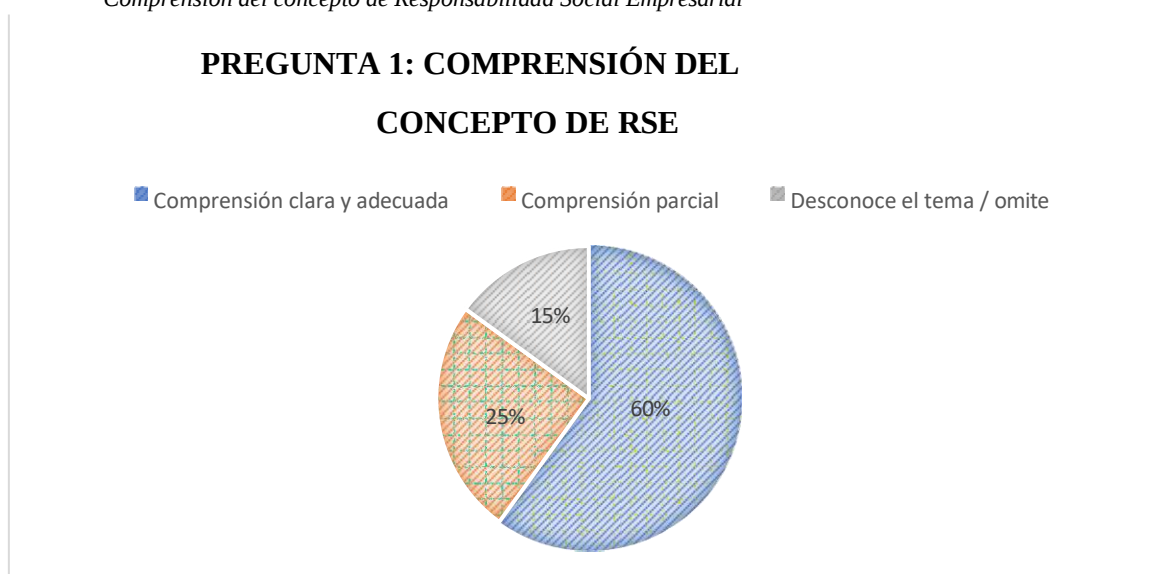
A continuación, se presenta la tabulación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la guía de entrevista a las 20 empresas comercializadoras de insumos

agropecuarios del cantón El Carmen que conformaron la muestra del estudio. Los resultados se organizan pregunta por pregunta, incluyendo la frecuencia y el porcentaje de respuestas por categoría, su representación gráfica y el análisis cualitativo correspondiente, con énfasis en las respuestas que evidencian falencias en la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial.

1. Pregunta 1: ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y qué importancia le atribuye dentro de su empresa?

Figura 1.

Comprensión del concepto de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

Los resultados permiten evidenciar que el sesenta por ciento de los gerentes y administradores entrevistados poseen una gran comprensión clara y acorde al concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), asociándolo con el cuidado del cliente, trabajador y medio ambiente, y no únicamente con la generación de las utilidades.

Por otra parte, el veinticinco por ciento, es decir cerca de 5 empresas, manejan una noción parcial acerca de la vinculación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de forma bastante restringida con respecto a la venta honesta o a acciones puntuales de ayuda social, sin tener una visión integral acerca de sus tres dimensiones. El quince por ciento restantes, es decir tres empresas, declararon desconocer acerca del término o se abstuvo de

responder, situación que se concentra principalmente en los negocios más pequeños y de administración familiar.

Estos hallazgos demuestran que en cierta porción la comprensión de la Responsabilidad Social Empresarial en el mercado agrocomercial local es heterogénea y predominantemente empírica. Mientras que los directivos la conciben como un compromiso estratégico integral, donde persisten ciertas visiones tradicionales lo que limitará a la filantropía aislada. Esta brecha conceptual constituye una severa limitante para la apropiación estratégica del tema en general, puesto que la falta de claridad teórica impide el diseño de políticas formales, estructurar iniciativas ambientales que sean sostenibles y proyectan beneficios económicos a largo plazo, logrando reducir además las oportunidades al acceder a certificaciones o alianzas institucionales viables.

Ante este escenario, se fundamenta la necesidad de priorizar la sensibilización y capacitación continua como un gran eje de la gestión empresarial. La marcada distancia entre la práctica empírica y formalización documental logran evidenciar que las intenciones socioambientales aún no logran consolidarse en la identidad ni en los valores corporativos en la mayoría de estas unidades económicas. Por ende, la propuesta de gestión deberá ser enfocada en brindar herramientas formativas que permitan la transformación de las acciones informales en estrategias documentadas, fortaleciendo así la toma de decisiones e integrando la sostenibilidad de forma permanente conforme al modelo de negocio a relacionar.

La ejecución e implementación de una estrategia resultará necesaria porque el diagnóstico recabado evidencia que una parte de los gerentes mantienen cierto conocimiento o insuficiente sobre la RSE, lo que limitará su aplicación hacia acciones aisladas y sin una visión integral. Por ello, aplicar a estrategias acorde a la respuesta fortalecerá a futuro las capacidades conceptuales y prácticas sobre los directivos a través de procesos de sensibilización y capacitación con el afán de comprender la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta estratégica importante para mejorar la gestión empresarial de cada una de sus organizaciones.

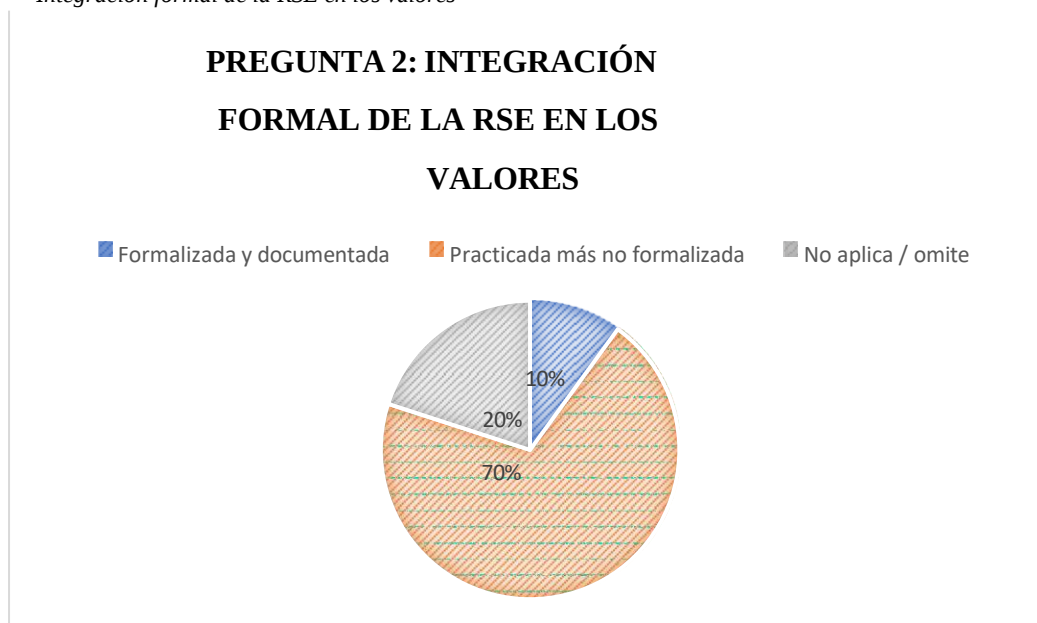
La evidencia empírica muestra una marcada heterogeneidad en el nivel de conocimiento sobre la RSE en el sector agrocomercial de El Carmen, donde el 40 % de los

directivos mantiene una noción parcial o nula sobre el tema. Esta situación proviene del carácter predominantemente empírico y tradicional de la gestión en las MIPYMES locales, las cuales operan bajo un enfoque orientado a la rentabilidad inmediata sin procesos previos de formación en sostenibilidad. Como efecto directo, las acciones socioambientales ejecutadas se limitan a prácticas filantrópicas aisladas o informales que carecen de planificación estratégica. Esta fragmentación genera una severa consecuencia para las comercializadoras, pues la falta de políticas formales dificulta la mitigación de impactos en el manejo de agroquímicos, limita el acceso a certificaciones ambientales y restringe las oportunidades de alianzas institucionales. Por tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de implementar un programa formativo de RSE en la propuesta de gestión, enfocado en transformar este conocimiento empírico en estrategias documentadas y sostenibles a largo plazo.

Pregunta 2: ¿La RSE se encuentra integrada formalmente en los valores de su empresa? Si es así, ¿cómo se evidencia?

Figura 2

Integración formal de la RSE en los valores



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por el autor a partir de los resultados de la entrevista.

La mayoría de las empresas entrevistadas el sesenta por ciento, es decir, catorce de veinte manifestaron que, si bien la Responsabilidad Social Empresarial no está integrada de manera formal ni mucho menos documentada conforme a sus valores corporativos, busca la

orientación de su gestión diaria bajo ciertos principios como la honestidad, buen trato social y responsabilidad de forma empírica. Tan solo el diez por ciento, es decir dos empresas, entre ellas la distribuidora de alcance nacional Fertisa cuenta con políticas formalizadas y documentadas aplicables a nivel corporativo, mientras que el veinte por ciento restantes dieron por omitir la respuesta o indicó que no integran la Responsabilidad Social Empresarial dentro de su gestión.

Estos hallazgos dados por los resultados de la entrevista reflejan una brecha significativa entre la intención y formalización. Si bien la Responsabilidad Social Empresarial como una práctica intuitiva en gran parte del sector agrocomercial del cantón El Carmen, carecen de un marco institucional escrito, medible y auditable. Esta informalidad termina generando un riesgo crítico de discontinuidad, puesto que, la ejecución de dichas prácticas dependerá exclusivamente de las decisiones individuales de la gerencia que se encuentre en turno. Bajo este enfoque de la triple dimensión, una gestión no documentada resulta inviable para ser auditada o perfeccionada, puesto que queda vulnerable ante los procesos de reestructuración o recambio generacional. Por ello, analizar esto para mitigar esta debilidad, es indispensable tomar como referente a las empresas que han sido formalizadas conforme a sus políticas, estableciendo un estándar que guíe la transición hacia una cultura corporativa institucionalizada.

Por otra parte, la labor de estas empresas comercializadoras cumple una importante función social al actuar como un servicio informal de extensión agrícola cercanas a las zonas rurales del cantón. Puesto que, este acompañamiento mitiga la escasa presencia de los servicios públicos estatales, consolidándose así como un activo intangible estratégico para la comunidad. Sin embargo, persiste cierto grupo enfocado en la venta mercantilista de los insumos, pues la falta de orientación técnica en el expendio de agroquímicos generan graves riesgos ambientales, así como la degradación de los suelos, contaminación hídrica y resistencia de plagas, lo cual demandaría una especial atención organizativa.

Además, llevar a cabo acciones con función al proceso de planificación contemplará una coordinación entre los actores involucrados, asignar responsabilidades y utilizar herramientas que sean apropiadas al caso de la pregunta Asimismo, se establecerán ciertos criterios sobre el control y evaluación que permitan medir el avance de las actividades para

identificar posibles dificultades a lo largo de su ejecución y para aplicar acciones que sean de mejora continua para dar mejoramiento a los resultados obtenidos.

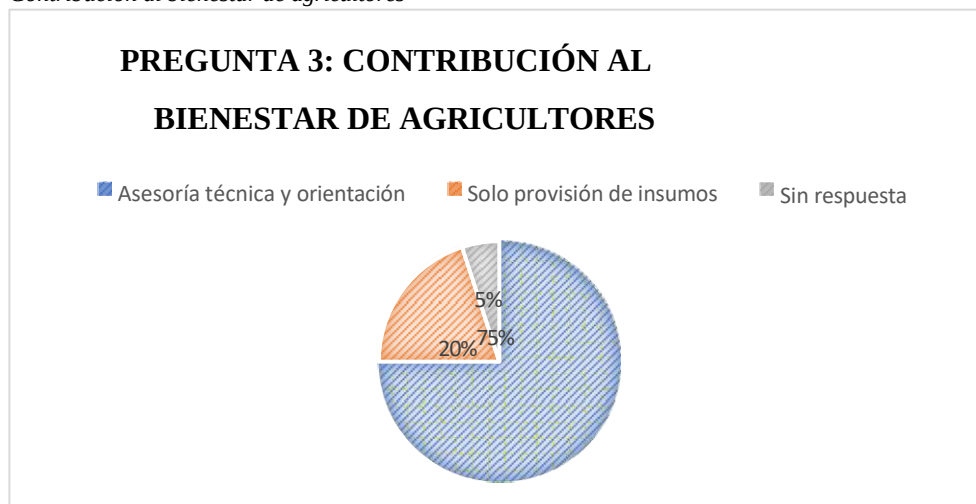
Por otra parte, las estrategias sobre de las empresas que aplican la RSE de manera empírica, sin contar los procedimientos y políticas establecerán una orientación acerca de que aplicar con respecto a la gestión interna. En este caso, la pregunta se basa en fortalecer la institucionalidad acerca de la RSE a través de la elaboración e implementación de mejores políticas internas, códigos y mecanismos de seguimiento que certifiquen mejoras en las prácticas empresariales.

Los datos evidencian que existe un marcado predominio de la gestión empírica e informal de la RSE en el sector agrocomercial de El Carmen, donde solo el 10 % de las empresas posee políticas escritas (Resultado). Esta situación es ocasionada por la prevalencia de estructuras organizacionales familiares y tradicionales que priorizan la operatividad comercial inmediata sobre los procesos de planificación estratégica. Como efecto directo, la aplicación de principios socioambientales y el servicio de extensión agrícola que brindan los comercios dependen de la intuición o voluntad de la gerencia de turno, sin estar institucionalizados. Esta informalidad genera consecuencias críticas como el riesgo de discontinuidad ante recambios generacionales, la imposibilidad de auditar el desempeño del negocio y la vulnerabilidad ambiental por el expendio no técnico de agroquímicos. Por consiguiente, se fundamenta la necesidad de intervenir mediante la propuesta de gestión, diseñando códigos de conducta y políticas internas sencillas que permitan sistematizar, documentar y garantizar la sostenibilidad operativa de los pequeños comercios.

Pregunta 3: ¿De qué manera la empresa contribuye al bienestar de los agricultores y comunidades del cantón El Carmen a través de sus operaciones comerciales?

Figura 3

Contribución al bienestar de agricultores



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

La mayoría de las empresas que se entrevistaron, cerca del setenta por ciento, es decir, catorce de veinte manifiestan que, si bien la Responsabilidad Social Empresarial no está integrada de forma directa, es decir, formal ni documentada conforme a sus valores corporativos, su orientación sobre la gestión diaria bajo principios de honestidad, buen trato y responsabilidad de forma empírica. Tan solo el diez por ciento de dos empresas, entre ellas la distribuidora nacional Fertisa cuentan con ciertas políticas formalizadas y documentadas aplicables a nivel corporativo, mientras que el veinte por ciento restantes dan por omitir esta respuesta o simplemente indicó que no integra la Responsabilidad Social Empresarial dentro de su organización.

Estos resultados reflejan en sí una brecha significativa entre la intención y formalización. Si bien la Responsabilidad Social Empresarial existe como una práctica intuitiva en la mayor parte del sector agrocomercial en el cantón El Carmen, carece de un marco institucional escrito, medible y auditable. Esta informalidad termina generando un riesgo crítico de discontinuidad, puesto que la ejecución de dichas prácticas dependería únicamente de las decisiones individuales de la gerencia de turno. Además, el enfoque la

triple dimensión, una gestión no documentada resulta bastante inviable para ser auditada o perfeccionada, quedando así vulnerable ante los procesos de reestructuración o cambio generacional. Por ello, mitigar esta debilidad es indispensable para la toma de decisiones conforme al referente de la empresa, ya que, formalizar sus políticas, establecer un estándar que guíe la transición hacia una cultura corporativa institucionalizada permitirá mejorar su crecimiento del mercado agrocomercial.

Por otra parte, la labor de estas comercializadoras cumple una función importante social al actuar como un servicio informal dentro de la extensión agrícola en las zonas más que todo rurales del cantón. Este acompañamiento técnico mitiga la escasa presencia de los servicios públicos estatales, consolidándose como un activo intangible estratégico para la comunidad. Persisten ciertos un grupo dedicado a la venta mercantilista de los insumos. Además, la falta de orientación técnica conforme al expendio de agroquímicos genera graves riesgos ambientales, tales como la degradación de los suelos, contaminación hídrica y resistencia de plagas, lo cual demanda la atención organizativa.

Con base a los resultados recabados, se propone diseñar políticas internas acerca de la RSE que formalicen sus principios y compromisos como empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón. El desarrollo manual, códigos y lineamientos institucionales permitirá que cada empresa adapte una correcta aplicación sobre las prácticas empresariales, buscando facilitar la evaluación y consolidación que generen beneficios económicos, sociales y ambientales.

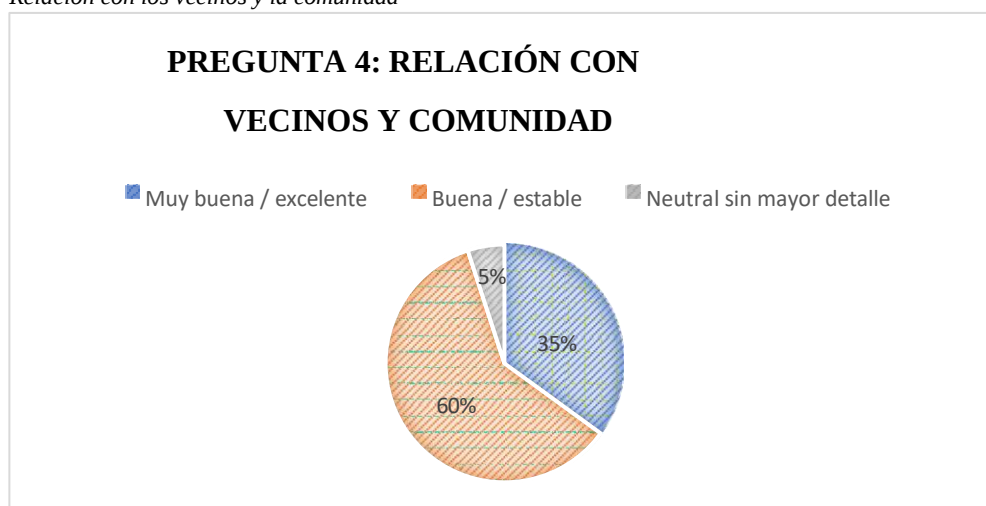
Los datos recabados reflejan una brecha crítica entre la intención empírica y la formalización institucional dentro del sector agrocomercial de El Carmen, donde el 90 % de los comercios carece de un marco de RSE escrito, medible y auditable. Esta debilidad estructural se origina en el predominio de modelos de administración tradicional e informal en las MIPYMES locales, las cuales carecen de asesoría técnica previa para la sistematización de sus procesos. Como efecto directo, las acciones socioambientales que ejecutan incluido el servicio informal de extensión agrícola que brindan a las zonas rurales dependen exclusivamente de la intuición o la disposición de la gerencia de turno. Esta informalidad desencadena graves consecuencias, como la vulnerabilidad de las empresas ante recambios

generacionales, la imposibilidad de auditar su desempeño y el riesgo de generar daños ambientales por un expendio de agroquímicos guiado únicamente por criterios mercantilista. Por tanto, se justifica la necesidad prioritaria de intervenir mediante la propuesta de gestión, diseñando manuales, códigos de conducta y lineamientos adaptados que permitan formalizar los principios de RSE y consolidar una cultura corporativa institucionalizada en el cantón.

Pregunta 4: ¿Cómo es la relación que mantiene la empresa con los vecinos y la comunidad donde está ubicada?

Figura 4

Relación con los vecinos y la comunidad



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora.

En su mayoría las empresas que fueron entrevistadas, el noventa y cinco por ciento fueron calificadas en relación con los vecinos y comunidad, donde se destaca factores como la confianza estable a largo plazo, trato aceptable y reconocimiento como referentes locales, especialmente en las zonas rurales como El Paraíso La 14 y la comuna Santa María.

Únicamente una empresa, es decir, el cinco por ciento se limitó a señalar la ausencia de los conflictos, sin profundizar en el tipo de vínculo existente.

Este resultado constituye uno de los hallazgos más favorables del diagnóstico, pues permiten evidenciar un capital reputacional sólido construido de forma orgánica en el territorio. Desde la teoría de los grupos de interés (*stakeholders*), dicho lazo demuestra que el valor empresarial se fortalece a través del cuidado constante de las relaciones con la

comunidad inmediata. A diferencia de los sectores que deben lidiar con la desconfianza local, las comercializadoras agropecuarias gozan de una legitimidad social que permite facilitar la implementación de iniciativas corporativas, constituyendo a un activo intangible importante, lo que reflejaría su integración natural en el tejido social.

En el marco de la propuesta de gestión, esta ventaja relacional busca funcionar como un punto de partida estratégico para estructurar planes socioambientales de mayor alcance. Dado que existe un clima de confianza previa, su transición hacia la formalización de la Responsabilidad Social Empresarial no enfrentará resistencia por parte de los habitantes. Por ende, el desafío principal no consiste en construir credibilidad desde cero, sino en encauzar el reconocimiento existente hacia mecanismos mucho más organizados y evaluables, buscando transformar las acciones esporádicas de buena vecindad en un programa mayormente continuo de impacto duradero dentro de la zona.

Con respecto a los resultados recolectados, se propondrá el diseño de programas de vinculación comunitaria para fortalecer sus alianzas empresariales entre comercializadoras con la finalidad de aprovechar de mejor manera el capital. Como parte del programa se plantea el desarrollo de escuelas de campo para los agricultores en sectores tales como las comunidades El Paraíso La 14, Santa María, entre otras comunidades agrícolas, donde técnicos de las comercializadoras impartan capacitaciones en diferentes puntos estratégicos a las zonas sobre el uso responsable de agroquímicos, fertilizantes, entre otras técnicas y prácticas agrícolas, se propone el establecimiento de alianzas estratégicas que busquen coordinar jornadas demostrativas y sean complementadas con campañas periódicas sobre la recolección adecuada de envases vacíos de agroquímicos, programas de reforestación y creación de canales permanentes con líderes de la zona u comunidad.

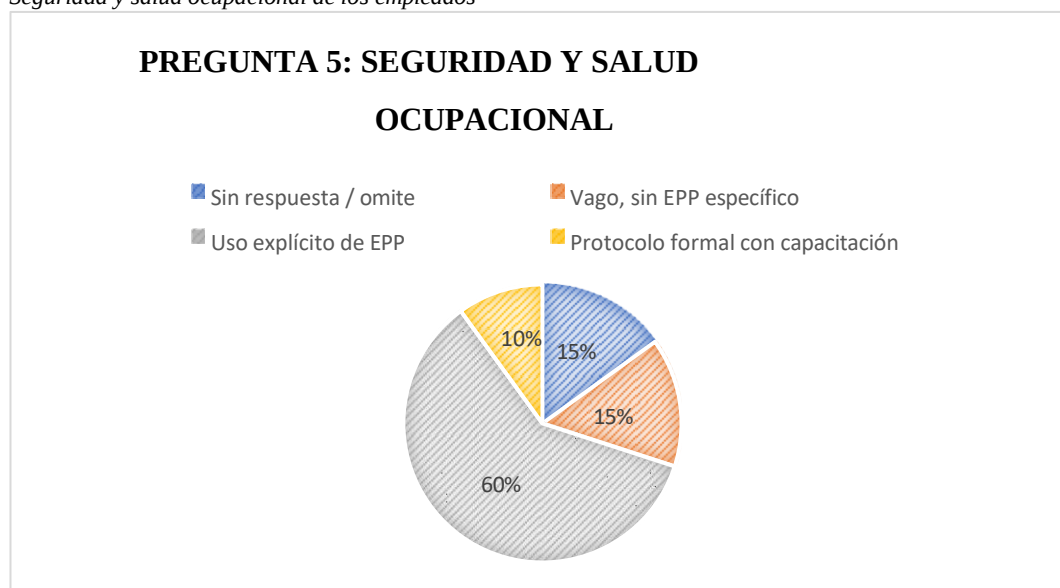
La evidencia empírica demuestra la existencia de un elevado capital relacional y reputacional en el 95 % de las comercializadoras de El Carmen. Esta fortaleza proviene del acompañamiento constante y la cercanía comercial que las empresas mantienen con los productores en las zonas rurales del cantón. Como efecto directo, la comunidad percibe a los comercios agropecuarios como aliados clave para la producción, generando una legitimidad social que facilita el relacionamiento operativo diario. Esta condición genera como consecuencia un escenario altamente favorable donde la transición hacia la formalización de

la RSE no enfrenta resistencia social, transformando la confianza comunitaria en un activo intangible estratégico. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de estructurar dentro de la propuesta un programa formal de vinculación comunitaria que canalice la credibilidad existente hacia escuelas de campo, jornadas de recolección de envases vacíos y capacitaciones técnicas continuas.

Pregunta 5: ¿Cómo garantiza la empresa que sus empleados trabajen en un ambiente seguro, utilicen equipos de protección personal y cumplan con las normas de seguridad y salud ocupacional?

Figura 5

Seguridad y salud ocupacional de los empleados



Fuente: *La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.*

El sesenta por ciento de las empresas entrevistadas confirmaron que el uso de los equipos de protección personal (EPP), principalmente guantes y mascarillas, al manipular agroquímicos y productos veterinarios, aunque en su mayoría de los casos esta práctica se suele realizar sin un reglamento formal de seguridad y salud ocupacional. Por ello, únicamente el diez por ciento cuentan con ciertos protocolos formalizados que incluyen capacitaciones periódicas y evaluaciones de alto riesgo. En contraste, el treinta por ciento

restantes de las empresas entrevistadas ofrecieron respuestas vagas que no especificaron medidas concretas quince por ciento dan por omitir u responder la pregunta.

El hecho de que casi un tercio del sector no alcance a lograr precisar medidas de seguridad constituye una falencia grande y crítica, considerando que la manipulación cotidiana de los insumos químicos con alto potencial de toxicidad. Además, existe una brecha evidente entre el uso empírico de medidas de protección y formalización de los protocolos integrales de la salud ocupacional. También, la ausencia de una normativa interna estructurada expone a los trabajadores y colaboradores a alto riesgo de exposición crónica o accidentes laborales, al tiempo que compromete el cumplimiento efectivo de la legislación laboral y de bioseguridad vigente en el Ecuador.

Mucho más allá del ámbito regulatorio y de las contingencias legales o sanciones administrativas que esto podría acarrear, descuidar la salud laboral vulnera de manera directa a la dimensión social acerca de la sostenibilidad empresarial, está exige la protección integral del talento humano. Ante esta situación, se busca bajo la necesidad de que la propuesta sea gestionada con respecto a la estandarización de un esquema mínimo de bioseguridad que sea en gran parte accesible y bajo costo para los comerciantes. Por ello, también diseñar un protocolo permitirá que se genere un mejor entorno conforme al trabajo protegido.

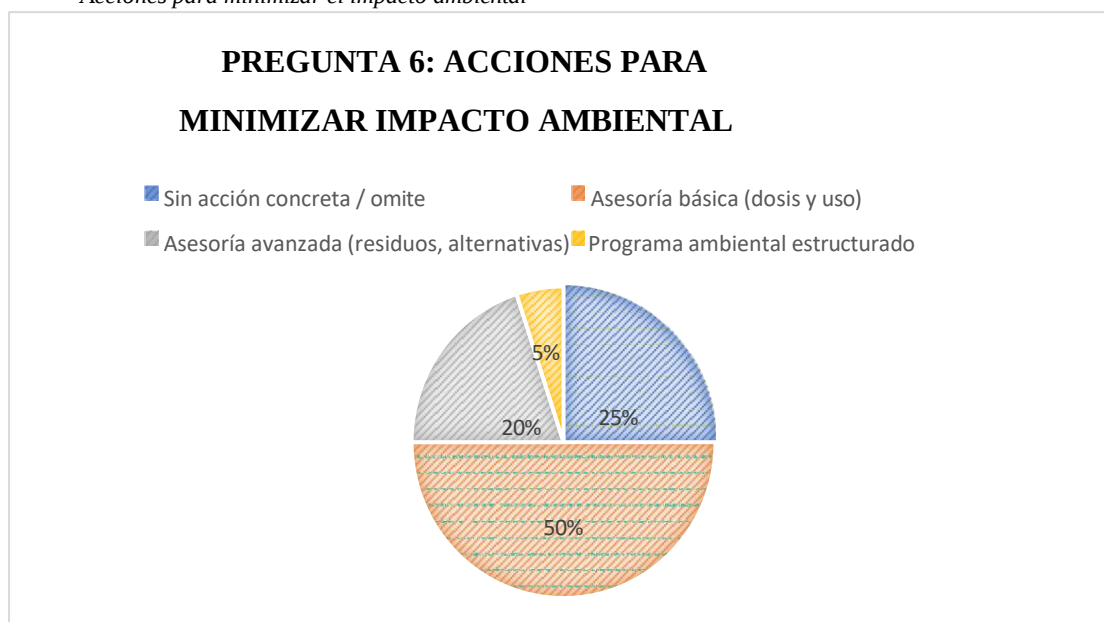
Se propone la elaboración e implementación de un protocolo sobre la seguridad y salud ocupacional para las empresas, que contemplen el uso obligatorio de los equipos de protección personal. Además, se recomienda que importante tomar como referencia las buenas prácticas aplicadas por empresas importantes allegadas a la zona como Fertisa y dar seguimiento a las jornadas de capacitación con el Ministerio de Trabajo y Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) con la finalidad de reducir riesgos laborales y mejorar también la protección del talento humano de la organización.

La evidencia empírica refleja que el 90 % de los comercios carece de un sistema estructurado de bioseguridad y salud ocupacional. Esta situación se origina en la falta de cultura preventiva e institucionalización de procesos dentro de las MIPYMES locales, donde la adopción de medidas de protección se percibe como un gasto o un trámite informal y no como un costo operativo de bioseguridad necesario. Como efecto directo, la protección de

los trabajadores depende exclusivamente del criterio individual del colaborador, utilizándose el EPP de forma incompleta o discontinua. Esta informalidad genera como consecuencia un alto riesgo de intoxicaciones agudas, accidentes laborales y enfermedades ocupacionales crónicas, además de exponer a las empresas a sanciones administrativas e incumplimientos legales ante los organismos de control laboral del Ecuador. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de estructurar en la propuesta un protocolo mínimo de bioseguridad de bajo costo y fácil implementación, acompañado de capacitaciones continuas en articulación con las autoridades pertinentes.

Pregunta 6: ¿Qué acciones concretas realiza su empresa para minimizar el impacto ambiental derivado de la comercialización de insumos agropecuarios (agroquímicos, fertilizantes, plaguicidas)?

Figura 6
Acciones para minimizar el impacto ambiental



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

En cuanto a las acciones concretas para minimizar el impacto ambiental derivado de las ventas de los productos agroquímicos, fertilizantes y plaguicidas, cerca del cincuenta por ciento de las empresas, es decir diez de veinte reportaron medidas básicas enfocadas únicamente en recomendar dosis adecuadas, es decir, un veinte por ciento, es decir cuatro empresas declararon que las prácticas más avanzadas, tales como el manejo de los envases

vacíos o la recomendación de los insumos de menor toxicidad, mientras que solo una empresa (Fertisa) cuenta con un programa ambiental estructurado lo que abarcaría la recolección de envases y el uso de productos de liberación controlado. También es importante destacar que, resulta preocupante que cerca del veinticinco por ciento restante no reportaron ninguna acción concreta o prefirió omitir la pregunta como tal.

Esta inacción es tan solo una cuarta parte del sector representa uno de los hallazgos más críticos del diagnóstico, puesto que implica que un grupo significativo de los comercios no aplican medidas de mitigación pese a distribuir insumos de alto riesgo. Además, la falta de un manejo adecuado en el posconsumo de los envases y residuos tóxicos revela una marcada brecha conforme a los estándares internacionales de sostenibilidad. De no corregirse esta debilidad, el cantón El Carmen enfrentaría un alto riesgo inminente de contaminación hídrica y degradación de los suelos a mediano y largo plazo, además de amenazas hacia la salud pública de la comunidad rural. Por ello, la dimensión ambiental debería dejar de ser un aspecto secundario para convertirse en un eje estratégico importante dentro de la actividad comercial agrícola.

Frente a esta problemática, las experiencias previas de la recolección de envases identificadas en el sector sirven como un modelo de referencia plenamente adaptable. Por ello, para superar esta barrera financiera y logística que enfrentan los pequeños y medianos negocios, se fundamentan de la creación de los sistemas colectivos de la gestión ambiental entre las distintas empresas locales. Dicha articulación sectorial permitirá la implementación mediante una logística compartida para la disposición segura de desechos tóxicos, logrando facilitar que las unidades económicas adopten ciertas prácticas sostenibles de manera eficiente y sin comprometer la viabilidad financiera de sus operaciones.

La implementación de programas sobre la gestión ambiental entre las empresas comercializadoras del cantón tomando como referencia a la empresa Fertisa, permitirá el establecimiento de convenios con gestores ambientales autorizados para el uso adecuado de la recolección de envases vacíos de los agroquímicos. Sin embargo, también se buscará complementar mediante campañas de manera mensual sobre la recolección, capacitación y promoción de los productos con menor impacto ambiental. Realizar estas acciones permitirá

una contribución reducida sobre la contaminación del suelo y agua de esta manera se fortalecerá el compromiso de la comunidad con la empresa.

La evidencia empírica muestra que el 95 % de las comercializadoras de El Carmen no cuenta con un sistema ambiental estructurado para mitigar los efectos del expendio de agroquímicos. Esta problemática se debe a las barreras financieras y logísticas que enfrentan las MIPYMES locales, sumadas a la falta de convenios interinstitucionales y de concienciación ecológica en los canales de venta. Como efecto directo, la gestión ambiental se reduce a recomendaciones verbales sobre dosificación, dejando desatendido el manejo posconsumo de residuos tóxicos y envases vacíos. Esta inacción genera consecuencias críticas para el cantón, como un alto riesgo de contaminación hídrica, degradación de suelos, afectación a la salud pública de las comunidades rurales e ineficiencia en los estándares de sostenibilidad. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de incorporar en la propuesta un plan de gestión ambiental sectorial que articule la recolección de envases mediante logística compartida y convenios con gestores autorizados.

Pregunta 8: ¿Qué mecanismos o políticas aplica la empresa para asegurar la ética y la transparencia en las relaciones con sus proveedores y clientes?

Figura 7

Ética y transparencia con proveedores y clientes



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

La mayoría de las empresas que fueron entrevistadas setenta por ciento aseguran basar sus relaciones comerciales con la honestidad explícita, lo cual se refleja en prácticas como abstenerse de vender productos caducados, informar acerca de la composición real de los insumos y priorizar la mejor opción para el cliente por encima del margen de ganancia. Sin embargo, tan solo una empresa (Fertisa) cuenta con un código de ética formal que rige de forma institucional conforme a sus transacciones. El veinte por ciento ofrecieron respuestas genéricas sin precisar mecanismos concretos, mientras que el cinco por ciento restantes dieron por omitir la pregunta como tal.

Estos hallazgos evidenciaron que la transparencia comercial dentro del sector se fundamenta en valores de carácter marcadamente personal más que corporativa. Aunque de cierta forma esta conducta ética se deriva de los criterios individuales del propietario fortaleciendo los lazos de confianza de forma inmediata, limitando su valor como un activo institucional perdurable. Además, al carecer de respaldo documental, la integridad del negocio queda expuesta a la subjetividad y al riesgo de discontinuidad ante casuales procesos de estructuración o cambios en la administración. Es indispensable institucionalizar los principios para que la transparencia deje solo depender de la voluntad de quien este a cargo en ese momento y se convierta en un eje importante y se acople a la cultura organizacional de la empresa.

Por ende, resulta indispensable institucionalizar estos principios para el aseguramiento sobre la transparencia no dependa de la voluntad del gerente de turno, sino que se constituya como un eje importante y permanente de la cultura organizacional.

Por otra parte, la existencia de referencias previas conforme a códigos de conductas denota que las transiciones sobre la gestión de ética son viables dentro del cantón. Además, las pautas establecidas con respecto a la honestidad mediante documentos y accesibles al público permiten que se transformen a hábitos informales en políticas corporativas. De tal manera, las pymes comercializadoras del cantón El Carmen, buscan estandarizar y consolidar su reputación tanto en términos comercial como en fortaleza estratégica del negocio.

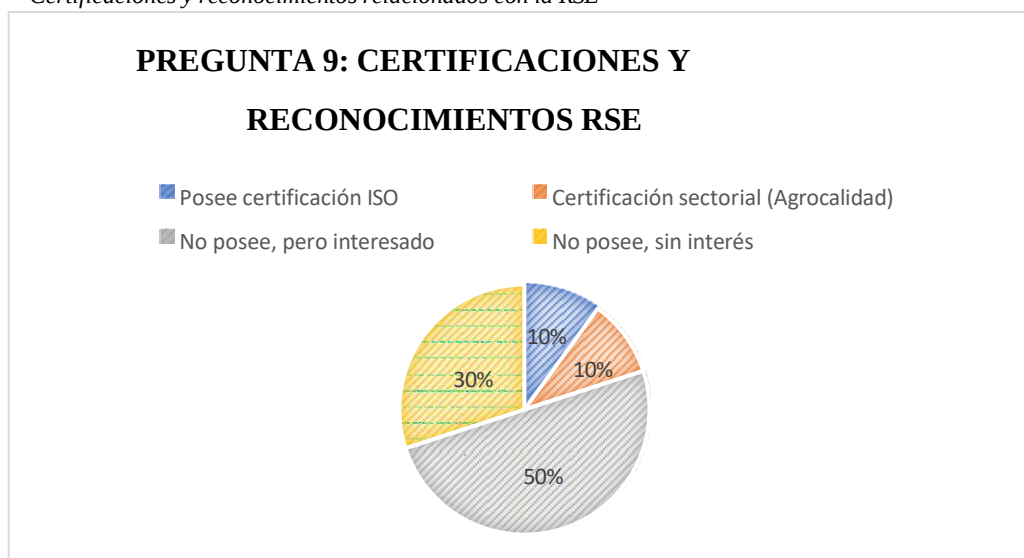
No obstante, se propone la implementación de un Código de Ética y Transparencia Comercial para las diferentes empresas comercializadoras de insumos agropecuarios, buscando tomar como referencia buenas prácticas sostenibles con el medio ambiente. Además, se deberá incluir principios como la honestidad, comercializaciones responsables, atención de quejas y sugerencias, entre otras, se recomienda realizar capacitaciones anuales dirigidas a los propietarios para fortalecer una cultura organizacional basada en ética y transparencia mejorando su reputación empresarial.

La evidencia empírica refleja que el 95 % de las comercializadoras del sector carece de un código de ética y transparencia formalmente institucionalizado. Esta debilidad se origina en la concepción tradicional de los negocios familiares de El Carmen, donde la integridad comercial reposa únicamente en la moral individual del propietario y no en sistemas de gobierno corporativo. Como efecto directo, las prácticas de honestidad comercial —aunque existentes— operan de manera informal y desarticulada, sin un respaldo documental que regule la interacción con el cliente. Esta informalidad desencadena consecuencias como la vulnerabilidad del negocio ante cambios de administración, el riesgo de discontinuidad en los estándares de venta y la imposibilidad de consolidar un activo reputacional auditable. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de incorporar en la propuesta de gestión un Código de Ética y Transparencia Comercial adaptado a las MIPYMES, que formalice estas conductas morales en políticas escritas y capacite periódicamente al personal para fortalecer la reputación del sector.

Pregunta 9: ¿Ha recibido su empresa algún reconocimiento, certificación o distinción relacionada con prácticas sostenibles o de Responsabilidad Social Empresarial, como la ISO 26000 o algún sello verde? En caso contrario, ¿ha considerado implementarlas o gestionarlas en el futuro?

Figura 8

Certificaciones y reconocimientos relacionados con la RSE



Nota. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en las entrevistas aplicadas a los representantes de las comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen (2026).

Únicamente el diez por ciento de las empresas que fueron entrevistadas cuentan con cierta certificación ISO vinculada con la sostenibilidad o la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que el otro diez por ciento posee acreditaciones sectoriales otorgadas por Agrocalidad las cuales, si bien son empresas certificadas por buenas prácticas agropecuarias, no terminan de constituir sellos de responsabilidad social en sentido estricto. Uno de los hallazgos más importantes radica en que la mitad del sector es decir el cincuenta por ciento de las empresas, a pesar de no contar con ningún aval formal, se manifiesta que cierto interés explícito sobre certificaciones si dispusiera de cierto acompañamiento técnico o si los trámites fuesen menos complejos. El treinta por ciento restantes no mostraron cierto interés o prefirió no profundizar en el tema.

Este panorama revela una importante oportunidad hacia estrategias para la propuesta de gestión. Con base a la teoría de la ventaja competitiva, contar con cierta acreditación formal de sostenibilidad permite que las empresas se diferencien en el mercado cantonal y provincial, puesto que, el elevado valor reputacional y facilitando la apertura hacia distribuidores y clientes más exigentes. No obstante, la ausencia casi generalizada de las credenciales confirma que la Responsabilidad Social Empresarial en El Carmen se ejerzan aún como una práctica empírica, no reconocida ni auditada externamente.

A pesar de la apertura de los comerciantes por acreditarse, las principales barreras percibidas son los altos costos económicos y la complejidad técnica que exige los procesos. Además de superar los obstáculos, resulta importante articular alianzas estratégicas con la academia, gobierno locales y gremios del sector comercial. Por lo que un programa coordinado de acompañamiento interinstitucional permitirá reducir los costos de asesoría y facilitar la alineación con los estándares requeridos. De esta forma, la cooperación sectorial actuaría como un catalizador necesario para transformar el interés latente de todas las comercializadoras en certificaciones concretas sostenibles a mediano y largo plazo.

Por otra parte, se propone el diseño de un programa de acompañamiento con respecto a la obtención de la certificación sostenible y buenas prácticas con Agrocalidad y empresas relacionadas. Por lo que incluir programas de asesoría, talleres y apoyo permitirán que las comercializadoras fortalezcan su competitividad, mejoren su imagen empresarial y accedan a nuevos mercados a través de dar acompañamiento a estándares nacionales acerca de la sostenibilidad.

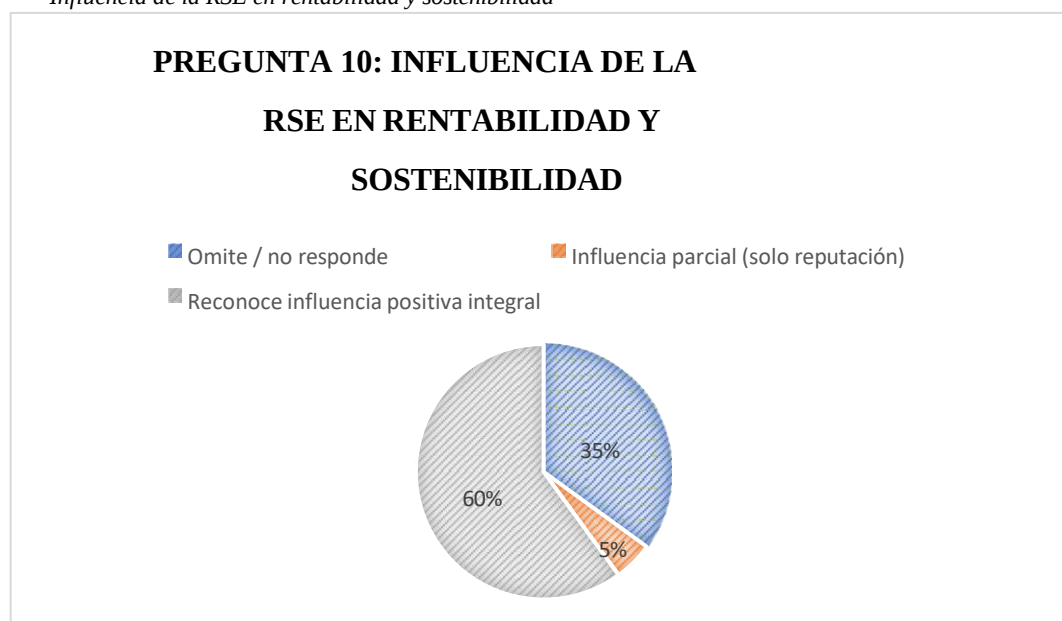
La evidencia empírica refleja que el 80 % de las comercializadoras del cantón El Carmen carece de credenciales formales de sostenibilidad o RSE. Esta situación se debe a las severas barreras financieras y a la complejidad técnica que exigen los procesos de auditoría, sumadas a la falta de programas públicos de asesoría para las MIPYMES locales. Como efecto directo, la Responsabilidad Social Empresarial se ejerce como una práctica empírica, no auditada ni reconocida externamente, desaprovechando su potencial

como factor de diferenciación competitiva. Esta debilidad genera como consecuencia un estancamiento en la madurez corporativa del sector, limitando el acceso de las comercializadoras a nuevos mercados, incentivos o alianzas con grandes distribuidores. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de estructurar en la propuesta de gestión un programa de acompañamiento interinstitucional en articulación con Agrocalidad, el GAD Municipal y la academia, orientado a facilitar asesoría técnica, reducir costos operativos y guiar a las empresas en la obtención gradual de sellos de sostenibilidad.

Pregunta 10: ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para implementar o fortalecer la RSE en empresas comercializadoras de insumos agropecuarios en el cantón El Carmen?

Figura 9

Influencia de la RSE en rentabilidad y sostenibilidad



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

El sesenta por ciento de las empresas entrevistadas reconocen que las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial influyen de manera positiva en la rentabilidad, reputación y sostenibilidad económica del negocio a lo largo del tiempo, asociándolas con la fidelización de los clientes, generando confianza y recomendaciones espontáneas. Sin

embargo, el treinta y cinco por ciento de las empresas dan por omitir la pregunta, mientras que un cinco por ciento limitó su influencia percibida de manera única en el ámbito de la reputación local.

El elevado porcentaje de las omisiones en este caso resulta plenamente consistente con las brechas de comprensión conceptual identificadas dentro el diagnóstico inicial. Esto sugiere que aquellas comercializadoras desconocen el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial son las mismas que no terminan de lograr dimensionar la responsabilidad social como una inversión rentable a lo largo del tiempo, puesto que se percibe de manera errónea como un costo operativo. Desde el marco de la sostenibilidad empresarial, esta falta de vinculación dificulta que las empresas traduzcan sus prácticas de manera responsables, por más informales o empíricas que sean, en un argumento de negocio sólido que proteja y potencie su valor económico.

Esta correlación evidencia la necesidad de que la propuesta de gestión incorpore de manera directa un componente prioritario de sensibilización y capacitación. La estrategia de intervención no debería limitarse a la entrega de las herramientas técnicas o ambientales, sino que debería ofrecer evidencia concreta acerca de cómo la sostenibilidad genera beneficios financieros tangibles. Por ello, al demostrar de forma pragmática que la adopción de las prácticas socioambientales optimiza los procesos, resguardando los activos y consolidando la preferencia de los clientes, facilitaría que las empresas actuales dudan u omitan este impacto reconociendo la Responsabilidad Social Empresarial como un eje determinante para la viabilidad y rentabilidad de su modelo de negocio en el cantón El Carmen.

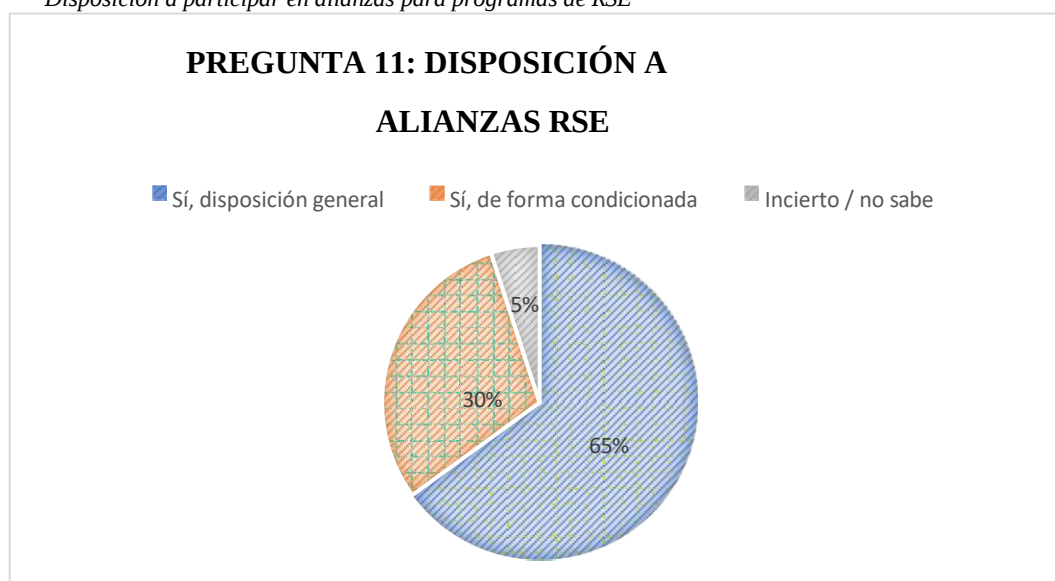
Es por ello que se recomienda fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial como un acompañamiento importante para dar mejora su comprensión acerca de los beneficios internos que se pondrán obtener si se aplica correctamente, permitir que las empresas reconozcan la RSE como una estrategia importante de inversión y no como un simple costo operativo facilitará la fidelización de los clientes y optimización de sus recursos.

La evidencia empírica refleja que el 40 % de los directivos desconoce o limita la percepción del impacto de la RSE sobre los resultados financieros de la empresa. Esta situación se origina en la persistencia de enfoques administrativos empíricos en las MIPYMES de El Carmen, donde la sostenibilidad socioambiental se concibe erróneamente como un gasto o un costo operativo prescindible en lugar de una inversión rentable. Como efecto directo, las prácticas responsables que actualmente se ejecutan de manera informal no se traducen en un argumento de negocio estratégico que proteja y maximice el valor económico de la organización. Esta falta de alineación genera como consecuencia una menor competitividad del sector, desaprovechando oportunidades de optimización de recursos, fidelización de clientes y resguardo de activos a largo plazo. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad prioritaria de incorporar en la propuesta de gestión un componente de sensibilización y capacitación que demuestre con evidencia pragmática cómo la RSE optimiza los procesos y potencia la viabilidad financiera de las comercializadoras del cantón.

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto/a participar en alianzas con entidades públicas, ONGs o universidades para desarrollar programas de RSE orientados al sector agropecuario local?

Figura 10

Disposición a participar en alianzas para programas de RSE



Fuente: *La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.*

El noventa y cinco por ciento de las empresas entrevistadas manifestaron la disposición para participar en alianzas con las entidades públicas, la ONGs o universidades a favor del desarrollo agropecuario local. Desde el porcentaje un punto de vista objetivo, el sesenta y cinco por ciento se expresó una apertura incondicional, mientras que el otro treinta por ciento condicionó su participación a que las iniciativas beneficien de forma directa a los productores o terminen generando conocimiento aplicable. Por ello, únicamente una empresa, es decir el cinco por ciento, manifestaron que la incertidumbre debido a su falta de comprensión acerca del tema.

Este hallazgo es de suma importancia para el diseño de la propuesta de gestión, ya que termina por revelar una actitud ampliamente receptiva hacia la cooperación interinstitucional. Además, la predisposición mayoritaria, sumada al interés de varias empresas del sector no es la falta de voluntad, sino más bien la ausencia de una oferta articulada de programas de acompañamiento técnico y formativo dentro del cantón manabita.

Esta apertura crea un entorno idóneo para la implementación de los modelos de colaboración entre la empresa, academia y sector público, la participación de los gobiernos locales y las universidades resultan importante para brindar acompañamiento y soporte técnico que las empresas requieren al formalizar sus prácticas, para que estas alianzas resulten interesantes es indispensable que los proyectos ofrezcan soluciones efectivas acorde a las necesidades reales del entorno rural y no se perciban como simples campañas de imágenes corporativas.

Asimismo, el trabajo en conjunto permite superar las barreras financieras y de conocimiento asociadas con la Responsabilidad Social Empresarial. La articulación con la academia termina facilitando el acceso a los procesos de acompañamiento a costos accesibles, logrando resolver una de las principales limitaciones del sector agrocomercial. Por ello, las alianzas estratégicas logran representar el mecanismo más viable para articular esfuerzos dispersos, potenciar el impacto socioambiental de las

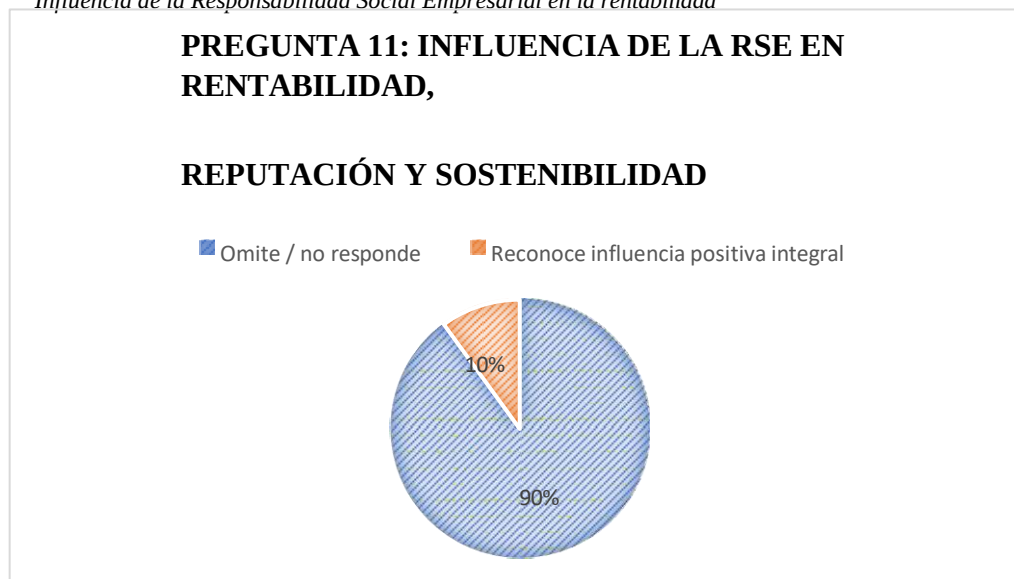
comercializadoras y consolidar una visión compartida sobre la sostenibilidad en el cantón El Carmen.

Dado los resultados obtenidos, se propondrá el establecimiento de convenios de cooperación con la universidad, ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), empresas importantes como Fertisa y distribuidores agropecuarios de la ciudad de Santo Domingo para brindar soporte y mejoramiento técnico más que todo los días de campo y asesorías direccionadas a los productores y colaboradores. Las alianzas permitirán medir el fortalecimiento sobre su aplicación de la RSE para brindar mejoras y generar un mayor impacto social y ambiental.

Pregunta 11: ¿De qué manera considera que las prácticas de RSE influyen en la rentabilidad, reputación y sostenibilidad económica de su empresa a largo plazo?

Figura 11

Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad



Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

Los resultados evidenciaron que únicamente el diez por ciento de las empresas entrevistadas lograron precisar de qué manera las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial influyen dentro de la rentabilidad, reputación y sostenibilidad del negocio a lo largo del tiempo. Entre estas respuestas se destacan que la empresa Agrosol, cuyos

directivos manifestaron que la Responsabilidad Social Empresarial es positiva porque capacita de mejor manera a la organización y permiten ofrecer una mayor calidad tanto en el asesoramiento como en la venta de los insumos. De igual manera, la comercializadora Agripac señaló que su impacto radica principalmente en la reputación local, dado que son muy pocas las comercializadoras dentro del cantón que cuentan con certificaciones o se encuentran preparadas de manera formal para esta actividad. Es por ello que, el noventa por ciento restantes (dieciocho empresas) dan por omitir la pregunta o prefirieron no pronunciarse al respecto.

El abrumador porcentaje de la omisión, el noventa por ciento constituye un hallazgo sumamente revelador, puesto que se confirma que el bajo nivel de comprensión conceptual que predomina en el sector agrocomercial del cantón. La imposibilidad de la mayoría de los comerciantes para argumentar o proyectar el impacto económico de la Responsabilidad Social Empresarial demuestran que las acciones responsables se siguen percibiendo como unos gastos aislados y no como inversiones estratégicas. Al no ser asociadas con la sostenibilidad con el retorno financiero ni fidelización de los clientes, pequeñas o medianas comercializadoras carecen del incentivo de negocio necesario para institucionalizarse con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial en sus modelos operativos.

Desde un punto de vista objetivo y teórico la sostenibilidad corporativa, está a falta de la articulación entre la gestión responsable y los beneficios económicos limitados por la competitividad local, los testimonios puntuales de las empresas consolidadas como Agrosol y Agripac demuestran que el conocimiento técnico y reconocimiento reputacional sí logran representar factores diferenciadores dentro del mercado, la propuesta de gestión deberá incluir un componente prioritario de sensibilización que demuestre como evidencia práctica la formalización de la RSE generando valor económico, optimizando la atención al cliente y resguardando la reputación del negocio a largo plazo.

Asimismo, el promover acciones sobre la capacitación y sensibilización acerca de la RSE direccionada con las comercializadoras del cantón permitirán fortalecer su conocimiento acerca del impacto que genera direccionar su negocio hacia buenas prácticas

sostenibles. Además, fomentar una visión estratégica acerca de la RSE como una herramienta generacional y de valor permitirá que algunas empresas integren con mayor seguridad prácticas responsables dentro de sus modelos operativos. Por ello, brindar mejoras con respecto a la relación con los clientes, optimizar procesos internos y fortalecimiento hará que su permanencia empresarial sobre el mercado local sea mayormente consolidada.

La elevada omisión registrada (90 %) demuestra que la gran mayoría de comercializadoras del cantón desconoce el valor económico de la sostenibilidad. Esta situación se origina en la prevalencia de una cultura administrativa empírica que concibe la RSE como un gasto innecesario y no como una inversión estratégica. Como efecto directo,

las empresas no vinculan el comportamiento responsable con la fidelización de clientes ni con la optimización financiera de sus operaciones. Esta brecha genera como consecuencia la falta de incentivos para institucionalizar procesos socioambientales, limitando la competitividad del sector frente a marcas consolidadas como Agrosol o Agripac. Por lo tanto, se fundamenta la necesidad de incorporar en la propuesta de gestión un componente de sensibilización que demuestre con evidencia práctica cómo la formalización de la RSE genera valor económico y resguarda la reputación del negocio a largo plazo.

Tabla 1

Resultados de la aplicación de la entrevista

Categoría	Resultados
<i>Comprensión del concepto de RSE</i>	El sesenta por ciento de los gerentes entrevistados evidencia una comprensión clara y adecuada de la Responsabilidad Social Empresarial, asociándola con el cuidado del cliente, del trabajador y del ambiente; un veinte y cinco por ciento maneja una noción parcial y un quince por ciento desconoce el tema u omite la pregunta.

Integración formal de la RSE en los valores empresariales

El setenta por ciento de las empresas practican principios de la RSE de manera empírica y no documental, solo el diez por ciento cuenta con políticas formalizadas por escrito y el veinte por ciento restantes no reporta ningún tipo de integración en su gestión.

Contribución sobre el bienestar de la agricultura y comunidad

Se detalla que el setenta y cinco por ciento de las empresas buscan brindar asesoría técnica y orientación acerca del uso adecuado de los insumos como principal aporte social y el veinte por ciento limitaría su contribución con respecto a la venta de productos sin manejar un acompañamiento adicional.

Relación con respecto a los vecinos y la comunidad en general

Se afirma que el noventa y cinco por ciento de las comercializadoras califican su relación con la comunidad como buena o muy buena, sustentada sobre la base de una confianza acumulada y trato cercano con los pobladores de las parroquias aledañas.

Disposición a participar en alianzas para programas de RSE

El noventa y cinco por ciento de las empresas manifiesta disposición a participar en alianzas con entes públicos, ONG o universidades, es decir, un sesenta y cinco por ciento de forma general e incondicional y un treinta por ciento de manera condicionada al beneficio directo de los productores.

<i>Acciones para minimizar el impacto ambiental</i>	El cincuenta por ciento de las empresas reporta acciones básicas de asesoría sobre dosis de agroquímicos, el treinta y cinco por ciento no ejecuta ninguna acción concreta de mitigación ambiental y solo una empresa cuenta con un programa estructurado.
<i>Seguridad y salud ocupacional de los empleados</i>	El sesenta por ciento de las empresas confirma que el uso de los equipos de protección personal sin un reglamento formal de seguridad, únicamente el ciento cuentas con protocolos formalizados que incluyen capacitación periódica.
<i>Ética y transparencia con proveedores y clientes</i>	El setenta por ciento de las empresas basa sus relaciones comerciales en la honestidad como valor personal del propietario, solo una empresa cuenta con un código de ética formal que rige sus relaciones comerciales.
<i>Certificaciones y reconocimientos relacionados con la RSE</i>	Únicamente el veinte por ciento de las empresas poseen alguna certificación (ISO o Agrocalidad), el cincuenta por ciento no cuenta con certificación, pero manifiesta interés en obtenerla si recibe acompañamiento técnico.
<i>Influencia de la RSE en la rentabilidad y sostenibilidad económica</i>	El sesenta por ciento de las empresas reconoce que la RSE influye positivamente en su rentabilidad, reputación y sostenibilidad a largo plazo, el treinta y cinco por ciento dan por omitir la pregunta.

Fuente: La investigación 2026. Elaborado por la autora a partir de los resultados de la entrevista.

Los resultados obtenidos a través de la entrevista evidencian que las principales falencias del sector no se originan en la falta de voluntad de los gerentes, sino en la ausencia de mecanismos institucionales que traduzcan buenas intenciones en políticas sostenibles en el tiempo. La informalidad detectada en la integración de la RSE a los valores corporativos (solo el diez por ciento la ha formalizado), en las acciones ambientales estructuradas (veinte cinco por ciento sin ninguna acción concreta) y en los protocolos de seguridad ocupacional (treinta por ciento sin medidas precisas) responde, en gran medida, a que dichas prácticas dependen del criterio individual del propietario o administrador y no de un sistema de gestión documentado, medible y auditable. A esto se suma que el bajo nivel de comprensión conceptual identificado en una parte del sector (quince por ciento desconoce u omite el tema) limita la capacidad de estas empresas para proyectar los beneficios económicos y reputacionales de la RSE, lo que perpetúa un círculo en el que la falta de conocimiento retroalimenta la falta de acción.

La falta de capacitación acerca del alto incremento sobre el riesgo de la contaminación del suelo y el uso inadecuado de los envases y residuos agroquímicos ha generado un impacto negativo en las comunidades. La falta de protocolos de seguridad ha expuesto a la comunidad y trabajadores a accidentes laborales sobre las sustancias tóxicas. Impulsar modelos de gestión formal a través de alianzas institucionales.

2.9. Aplicación de la Observación

La observación se aplicó mediante una lista de cotejo estructurada a partir de los indicadores económicos, sociales y ambientales definidos en el marco teórico del estudio (rentabilidad y crecimiento de ventas; seguridad laboral; eficiencia energética y gestión de residuos), lo que permitió sistematizar de forma objetiva la verificación directa de las prácticas empresariales relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial en los locales de las comercializadoras visitadas (GRI, 2021). A través de visitas de campo a los establecimientos de la muestra, se constató de manera visual el cumplimiento o incumplimiento de aspectos como el uso efectivo de equipos de protección personal, la existencia de señalética de seguridad, el manejo de envases vacíos de agroquímicos y la

disponibilidad de información dirigida al cliente sobre el uso responsable de los productos comercializados.

Los hallazgos obtenidos mediante la observación directa corroboraron, en términos generales, la información recabada a través de la entrevista: en la mayoría de los locales se evidenció un manejo básico y no estructurado de los residuos, así como una señalización de seguridad limitada o inexistente, mientras que muy pocos establecimientos exhibían de forma visible certificaciones o distintivos relacionados con prácticas sostenibles.

La implementación acerca de la observación de forma directa permitió contrastar el compromiso declarado en la recolección de datos de campo recabada, puesto que, en mayores de los casos se evidenció una mejora en la operatividad con respecto a la gestión visual y mitigación de los riesgos de exposición. Además, la falta recurrente de señaléticas, combinada con la falta de áreas exclusivas para el acopio temporal de los envases, etc. Todo esto como infraestructura física no tan solo se busca exponer a los empleados a contactos involuntarios sino más bien que suele proyectar una imagen informal organizativa donde se verifica que existe cierta debilidad sobre el valor reputacional sobre las comercializadoras que están en el sector empresarial.

Los resultados de la entrevista aplicada a las empresas del cantón El Carmen muestran que cerca del sesenta por ciento de los gerentes entrevistados comprende forma clara y adecuada acerca del concepto de la RSE mientras que el veinticinco por ciento posee una noción parcial y el quince por ciento restantes desconoce sobre el tema. A pesar que el noventa y cinco por ciento de las organizaciones mantienen una buena relación con la comunidad y cerca del setenta y cinco por ciento ha brindado a contribuir asesoría técnica a los agricultores de la zona, ejecutar la RSE es predominantemente informal puesto que el diez por ciento cuenta con políticas formalizadas por escrito.

En lo que respecta al ámbito laboral y ambiental cerca del sesenta por ciento de los establecimientos promueven el uso de equipos sobre protección personal mientras que el cincuenta por ciento solo brindan asesoría básica acerca de las dosis agroquímicas y el

treinta y cinco por ciento no busca realizar acciones concretas sobre la mitigación ambiental.

Asimismo, el setenta por ciento se basa en la ética comercial es decir la honestidad personal de los propietarios y solo el veinte por ciento poseen certificaciones o acreditaciones sectoriales aunque exista cierta disposición como del noventa y cinco por ciento para participar en alianzas interinstitucionales y un cincuenta por ciento del interés en formalizar los procesos sobre certificación sostenible. El sesenta y cinco por ciento logra reconocer que la responsabilidad social tiene una influencia positiva con respecto a la rentabilidad y reputación a largo plazo pero a pesar de aquello su falta de mecanismos institucional y de formalización limita bastante la consolidación de algunas empresas dentro del cantón y zonas aledañas.

Capítulo III

3. Diseño de la Propuesta

3.1. Introducción

La presente propuesta surge en respuesta a las deficiencias identificadas en el diagnóstico acerca de la integración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen. Ante la necesidad de fortalecer la gestión estratégica de estas organizaciones. Se propone desarrollar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial orientado a incorporar prácticas económicas, sociales y ambientales en la gestión de las empresas, con el propósito de fortalecer su desempeño, mejorar su competitividad y promover un desarrollo sostenible dentro del sector objeto de estudio.

3.2. Justificación

La presente investigación se justifica en la necesidad de analizar la responsabilidad social empresarial en las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen. Esto se debe a que muchas organizaciones priorizan objetivos económicos, sin integrar criterios sociales de forma estructurada. Para el autor Barroso, (2022) esta situación limita la consolidación de prácticas responsables que contribuyan al desarrollo sostenible del entorno local y a la sostenibilidad empresarial en el largo plazo.

Asimismo, la responsabilidad social empresarial se ha consolidado como un enfoque estratégico que permite a las empresas fortalecer su competitividad y capacidad de permanencia en el mercado desde el enfoque del Triple Bottom Line, la integración equilibrada de las dimensiones económica, social y ambiental resulta fundamental para alcanzar la sostenibilidad empresarial (Terezinha et al., 2021). En este contexto, las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios desempeñan un rol clave ya que sus decisiones inciden directamente en la actividad productiva, el bienestar social y el impacto ambiental de los sectores donde influyen.

De igual manera, la investigación se justifica porque permitirá generar información relevante sobre la relación entre la RSE y la sostenibilidad empresarial,

aportando conocimientos que pueden servir de base para la mejora de la gestión empresarial en el sector estudiado, Encalada Jumbo & Cabrera Quizhpe (2022) respaldan que una gestión orientada a los grupos de interés contribuye al fortalecimiento de relaciones sostenibles y a la continuidad organizacional en este sentido, los resultados del estudio podrán beneficiar tanto a las empresas analizadas como a la comunidad.

3.3. Objetivo General

Fortalecer la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen mediante la implementación progresiva de acciones económicas, sociales y ambientales que contribuyan a la sostenibilidad empresarial.

3.3.1. Objetivos Especifico

Formalizar políticas y lineamientos internos de Responsabilidad Social Empresarial alineados a la realidad de las MIPYMES, con el fin de institucionalizar las prácticas socioambientales dentro de su gestión administrativa.

Establecer un sistema básico de seguridad y salud ocupacional mediante protocolos operativos y capacitaciones continuas, orientado a mitigar los riesgos laborales en el manejo de insumos agropecuarios.

Ejecutar un plan de gestión ambiental centrado en el acopio y disposición técnica de envases y residuos químicos, para reducir el impacto ecológico en los suelos y fuentes hídricas del cantón El Carmen.

Consolidar alianzas estratégicas con agricultores, la academia e instituciones locales a través de programas conjuntos, para promover el desarrollo comunitario y facilitar la obtención de certificaciones de sostenibilidad.

Establecer un sistema de indicadores de seguimiento socioambiental y económico que permita evaluar sistemáticamente el cumplimiento de las prácticas de RSE y medir el impacto real de la propuesta en las comercializadoras del cantón El Carmen.

3.4. Alcance

La propuesta está dirigida a las 20 empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen que participaron en el estudio. Implementar de

manera progresiva hacia otras empresas del sector podrá ver si es viable o no aplicar una planificación adaptable al entorno.

El alcance de la propuesta sobre el desarrollo de una mejora estratégica, donde se busca el fortalecimiento empresarial a través de la incorporación de los principios de la RSE. En este contexto, la propuesta no se limita a una operación comercial sino más bien a abarcar también aspectos tanto administrativos como técnicos y de gestión.

Asimismo, el alcance es de tipo aplicativo y progresivo, debido a que su implementación puede realizarse de manera gradual, permitiendo que las empresas adopten las mejoras según su capacidad operativa, disponibilidad de recursos y nivel de madurez organizacional. Esto facilita una transición ordenada hacia prácticas empresariales más estructuradas y sostenibles.

Desde una perspectiva territorial, el estudio tiene un alcance local con proyección regional, ya que el cantón El Carmen constituye un punto estratégico dentro de la provincia de Manabí por su alta actividad agrícola. Por lo tanto, los resultados obtenidos pueden servir como referencia para otras localidades con características productivas similares.

3.5. Base Legal

La propuesta se sustenta en el marco legal vigente del Ecuador, donde incluye:

- **Constitución de la República del Ecuador (2008):** Artículos relacionados con el derecho a un ambiente sano, trabajo digno y económico.
- **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI):** Que promueve la producción sostenible y la responsabilidad empresarial.
- **Ley de Gestión Ambiental:** Que establece obligaciones para la prevención y control de la contaminación ambiental.
- **Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria:** Que regula el uso de insumos agropecuarios y su impacto en la producción nacional.
- **Normas ISO 26000:** Guía internacional sobre responsabilidad social empresarial, adoptada como referente de buenas prácticas.

3.6. Desarrollo de la Propuesta

El enfoque del Triple Bottom Line plantea que las empresas no deben limitarse únicamente a la generación de beneficios económicos, sino que también deben incorporar criterios sociales y ambientales en su gestión estratégica. Según Elkington (2022), este modelo redefine el éxito empresarial al considerar simultáneamente el impacto económico, social como así también la protección del medio ambiente como pilares fundamentales del desarrollo sostenible. La estrategia de la Responsabilidad propuesta se estructura en tres ejes de acción correspondiente a las dimensiones del Triple Bottom Line:

Eje 1: Dimensión Económica:

- Implementar un sistema de contabilidad de costos que permita identificar las áreas de eficiencia operativa y reducción de gastos.
- Formalizar alianzas con proveedores locales para fortalecer la cadena de suministro y dinamizar la economía local.
- Establecer indicadores financieros de sostenibilidad como, ROI, crecimiento de ventas y eficiencia de inversión.

Eje 2: Dimensión Social

- Realizar programas de capacitación para colaboradores en temas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), uso responsable de agroquímicos y seguridad laboral.
- Diseñar un programa de vinculación comunitaria que incluya charlas informativas a productores agrícolas del cantón.
- Definir un canal de comunicación formal conforme a grupos de interés para una retroalimentación y medición de la satisfacción.

Eje 3: Dimensión Ambiental

- Desarrollar varios sistemas acerca de la gestión de los residuos para el correcto manejo responsable de los envases y productos.
- Instalar varias señaléticas con respecto a la seguridad ambiental y espacios alternativos acerca del uso responsable de los insumos.

A partir de los resultados obtenidos mediante la entrevista y la observación directa, se plantea el diseño de un modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial sustentado en el enfoque del Triple Bottom Line, que permita a las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen. Dicha propuesta se organiza en tres ejes de acción articulados directamente con las falencias diagnosticadas: un eje económico orientado a formalizar la gestión de costos y las alianzas con proveedores locales; un eje social enfocado en la capacitación del talento humano, la seguridad ocupacional y el fortalecimiento de la vinculación comunitaria; y un eje ambiental dirigido a diseñar un sistema de gestión de residuos y avanzar hacia procesos de certificación ambiental, atendiendo así el 25% de empresas que actualmente no reporta ninguna acción de mitigación. Aprovechar la predisposición del sector para trabajar en alianza permitirá ejecutar una transición gradual hacia la institucionalización de la responsabilidad social, garantizando que el crecimiento económico del sector agro comercial de El Carmen se traduzca en equidad social, seguridad laboral y preservación ambiental para todo el territorio.

Figura 12*Modelo de implementación de la propuesta*

Nota. Diagrama de flujo del modelo de implementación de la propuesta de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial sustentada en el enfoque del Triple Bottom Line para las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen.

Tabla 2

Matriz operativa de implementación del modelo de Gestión de RSE

Dimensión/ Etapa	¿Qué se hará	¿Quién lo hará?	¿Cuándo?	¿Con qué recursos?	¿Cómo se medirá?
1. Diagnóstico Organizacional	Realizar entrevistas semiestructuradas y fichas de observación directa para identificar fortalezas y necesidades socioambientales.	Equipo investigador / Consultor externo y Gerencia.	Mes 1	Formatos de entrevista, fichas de observación y talento humano.	Informe consolidado de diagnóstico situacional de RSE.
2. Dimensión Económica	- Implementar políticas de formalización y ética comercial. - Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales. - Implementar un sistema básico de contabilidad de costos y rentabilidad sostenible.	Gerente General / Administrador de la comercializadora.	Mes 2-3	Software contable básico, asesoría administrativa y reglamentos internos.	% de políticas formalizadas. % de incremento en eficiencia de inversión. Retorno de Inversión (ROI).
3. Dimensión social	Desarrollar capacitaciones en seguridad y salud ocupacional (uso de EPP). Estructurar talleres comunitarios sobre uso responsable de agroquímicos. Crear canales de retroalimentación con clientes y stakeholders.	Responsable de Talento Humano / Universidad aliada (estudiantes en vinculación).	Mes 3-5	Material didáctico, equipos de protección personal (EPP), salón de eventos y refrigerios.	N.º de colaboradores capacitados. N.º de agricultores asistidos. Índice de satisfacción de stakeholders
4. Dimensión ambiental	Implementar un plan de acopio y manejo seguro de envases vacíos y residuos químicos. Colocar señalética de bioseguridad y gestión ambiental en el establecimiento. Preparar la documentación base para la obtención de certificaciones ambientales.	Responsable de Operaciones / GAD Municipal de El Carmen (Ambiente) y fabricantes.	Mes 4-6	Contenedores de acopio, material de señalética visual y manuales de buenas prácticas	% de envases vacíos reciclados/recolectados. % de cumplimiento de normas de bioseguridad. Avance del expediente de certificación (%).
5. Seguimiento y evaluación	Aplicar la lista de cotejo y evaluar el sistema de indicadores económicos, sociales y ambientales para verificar el cumplimiento.	Gerencia / Auditor interno o Comité de RSE.	Mes 6-7	Matriz de indicadores, fichas de seguimiento y tiempo del personal.	Informe de evaluación de desempeño socioambiental y económico.
6. Mejora continua	Ejecutar planes de acción correctiva a partir de los resultados y ajustar las políticas de RSE para el siguiente periodo.	Alta Dirección y Administradores.	Mes 8	Informes de auditoría y reuniones directivas.	Porcentaje de acciones correctivas implementadas con éxito.

Nota. Adaptado al enfoque del Triple Bottom Line y estructurado a partir del diagnóstico situacional de las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios del cantón El Carmen. Elaboración propia (2026).

Conclusiones

El estudio histórico del sector agrocomercial en el cantón El Carmen permite evidenciar que la Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado de forma predominantemente empírica y reactiva, pasando de prácticas comerciales meramente transaccionales a un modelo de acompañamiento informal al agricultor. No obstante, la trayectoria del sector demuestra que la ausencia de un marco institucional ha impedido que el crecimiento comercial de las empresas se traduzca en una cultura corporativa formal, perpetuando dinámicas de informalidad organizativa ante la falta de antecedentes de regulación local en sostenibilidad.

La revisión teórica basada en el enfoque del *Triple Bottom Line* (Elkington) y la Teoría de los *Stakeholders* (Freeman) ratifica que la RSE no debe concebirse como un gasto o filantropía aislada, sino como un eje estratégico que integra el desempeño económico, social y ambiental para generar valor compartido. El sustento teórico demuestra que la formalización de políticas socioambientales y el gobierno corporativo son indispensables en las MIPYMES para asegurar la sostenibilidad del negocio, mitigar riesgos operativos y consolidar ventajas competitivas perdurables en el mercado.

El diagnóstico de campo reflejó que, a pesar de que el 60 % de los directivos comprende el concepto de RSE, únicamente el 10 % ha integrado estas prácticas de manera formal en sus políticas institucionales. Asimismo, se identificó que un 25 % no implementa medidas de mitigación ambiental frente al expendio de agroquímicos y un 30 % carece de protocolos de seguridad laboral. Esta disparidad confirma que, aunque existe legitimidad social (95 %) e interés en certificarse (50 %), la gestión actual es empírica, lo que expone al sector a riesgos de discontinuidad, sanciones legales y deterioro ambiental en los suelos e hidrología del cantón.

Como respuesta a las deficiencias diagnosticadas, se diseñó un Modelo de Gestión de RSE articulado a una Matriz Operativa que permite estructurar la transición desde la informalidad hacia la sostenibilidad institucionalizada. La propuesta ofrece soluciones concretas mediante la formalización de códigos de ética, la estandarización de un protocolo básico de bioseguridad, la creación de un plan de acopio de residuos químicos

y un programa de alianzas con la academia y organismos como Agrocalidad. De este modo, el esquema planteado resuelve directamente la brecha técnica del sector, transformando las intenciones empíricas en estrategias medibles, auditables y de alto impacto socioambiental para el cantón El Carmen.

Recomendaciones

Promover la sistematización de la memoria histórica y operativa de las comercializadoras del cantón El Carmen mediante talleres formativos de baja complejidad. Esta acción permitirá a los propietarios de negocios familiares registrar y consolidar formalmente sus prácticas tradicionales de atención al cliente y extensión agrícola, sentando las bases para superar la informalidad organizativa que ha caracterizado al sector en las últimas décadas.

Sensibilizar a la directiva y al personal de las comercializadoras sobre el valor económico y competitivo que genera la sostenibilidad bajo el enfoque del *Triple Bottom Line* y la Teoría de los *Stakeholders*. Se recomienda priorizar capacitaciones orientadas a redefinir la RSE como una inversión rentable en lugar de un gasto operativo, facilitando la adopción consciente de estándares de gobierno corporativo y políticas socioambientales.

Implementar de manera prioritaria medidas de control de bioseguridad y gestión ambiental en el 25 % de los comercios que no registran acciones de mitigación y el 30 % que carece de protocolos laborales. Se debe enfocar la intervención en la dotación de equipos de protección personal (EPP), la correcta manipulación de insumos tóxicos y la instalación de puntos de acopio para el manejo seguro de envases vacíos de agroquímicos, mitigando así riesgos de sanciones legales y la degradación hídrica del cantón.

Ejecutar y operacionalizar el Modelo de Gestión de RSE diseñado a través de su Matriz Operativa, estableciendo alianzas estratégicas entre las comercializadoras, la academia, el GAD Municipal de El Carmen y organismos como Agrocalidad. Esta articulación interinstitucional permitirá brindar acompañamiento técnico accesible a los pequeños comercios, adaptar guías metodológicas de fácil aplicación y facilitar la obtención progresiva de sellos de sostenibilidad, garantizando la viabilidad de la propuesta a mediano y largo plazo.

Bibliografía

- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: Internacional Journal of Good Conscience*, 9(3),195-204.<http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9%283%29195-204.pdf>
- ADEN. (2026, 23 de enero). *La Sostenibilidad que Demanda el Mundo Empresarial Actual*. UNIVERSITE DE MANAGEMENT DE SUISSE, S.A. <https://www.aden.org/business-magazine/sostenibilidad-que-demanda-el-mundoempresarial-actual/>
- Altagracia, Y. (2014, 7 de abril). La Responsabilidad Social Empresarial. *Escuela de Organización Industrial*. <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Araiza, Z., León, V., Sierra, M., y Hernández, V. (2020). Dimensiones De La Responsabilidad Social Empresarial Como Determinantes De La Preferencia De Compra De Los Consumidores En La Industria Refresquera. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3768742
- Arias, J. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú <https://isbn.bn.p.gob.pe/catalogo.php?mode=detalle&nt=119895>
- Barroso, F. (2008). *La Responsabilidad Social Empresarial*. Universidad Anáhuac del Mayab. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>
- Barroso, F. (Septiembre de 2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Scielo* (226). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005
- Cajiga, J. (23 de noviembre de 2022). RSE 3D: Dimensiones de la Responsabilidad. *LinkedIn*, <https://www.linkedin.com/pulse/rse-3d-dimensiones-de-la-responsabilidad-j-felipe/>
- CEPAL. (01 de diciembre de 2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la Perspectiva de los Consumidores. *La Comisión Económica para América Latina (CEPAL)*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/3543-responsabilidad-social-empresarial-rse-la-perspectiva-consumidores>
- Cutipa, G. (14 de junio de 2021). Tipos de Métodos de Investigación. *Repositorio de Investigación Científica*. <https://guidocutipa.blog.bo/investigacion/tipos-demétodos-de-investigacion-diferencias-y-ejemplos/>
- Dávila, G. (2006). El Razonamiento Inductivo y Deductivo dentro del Proceso Investigativo en Ciencias Experimentales y Sociales. *Revisat de Educació Laurus* , 12. <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (13 de mayo de 2013). Metodología de la

- Investigación en Educación Médica. *Departamento de Investigación en Educación Médica*.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Encalada Jumbo, D., y Cabrera Quizhpe, S. (2017). Relación entre Sostenibilidad y Bienestar. *Repositorio Institucional de la UTPL (RiUTPL)*.
<https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/21503>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). La Entrevista y la Encuesta: Métodos o Técnicas de Indagación Empírica. *Revista Didascalía*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- García, A. (Julio de 2023). El Método Bibliográfico las Técnicas Bibliográficas y su Evolución Histórica. *Revista Internacional de Ciencias Humanas y Crítica de Libros*.
<https://revistarecension.com/2023/08/02/el-metodo-bibliografico-1-las-tecnicasbibliograficas-y-su-evolucion-historica/>
- Gemma, A. (2021). *Método Deductivo*.
- González, A., Molina, R., López, A., y López, G. (01 de septiembre de 2022). La Entrevista Cualitativa como Técnica de Investigación en el Estudio de las Organizaciones. *Scielo*, 14. https://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2184-77702022000500004&lang=es
- Instituto Universitario Quito. (2025). *Responsabilidad Social Empresarial*. Quito, Ecuador.
- Jiménez, J. (04 de octubre de 2024). *Dimensión Económica de la RSE*. Prezi:
<https://prezi.com/p/cogdx83t2h2z/dimension-economica-en-la-rse/>
- Lloor, L., y Zambrano, K. (2025). La Sostenibilidad Ambiental y la Responsabilidad Social Empresarial. *Desafío Organizacional*, 3(1).
https://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/desafio_organizacional/article/view/531
- Lopera Echeverría, J., Ramírez Gómez, C., Zuluaga Aristazábal, M., y Ortiz Venegas, J. (1 de enero de 2010). El Método Analítico como Método Natural. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Montoya, M., García, L., y Vélez, R. (2022). La Sostenibilidad Empresarial desde las Prácticas Sostenibles, los Grupos de Interés y la Responsabilidad Social Corporativa Una Revisión de la Literatura. *Revista CIFE*.
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26118w/La%20sostenibilidad%20empresarial.pdf>
- Pacheco, J. (09 de Julio de 2023). *Método Analítico*. Web y Empresas:
<https://www.webyempresas.com/metodo-analitico/>

- Palmett, A. (14 de junio de 2020). Métodos Inductivo, Deductivo y Teoría de la Pedagogía Crítica. *Fundación Grupo para la Investigación, Formación, y Edición Transdisciplinar*, 3. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/650/6503406006/6503406006.pdf>
- Reyes, J. (21 de diciembre de 2024). ¿Qué es la sostenibilidad empresarial? *SafetyCulture*. <https://safetyculture.com/es/temas/sostenibilidad-empresarial>
- Sánchez, C., y Hernández, K. (diciembre de 2024). La Encuesta como Técnica de Investigación en Ciencia Política. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112024000200013
- Santillo, L. (26 de agosto de 2024). *Las tres dimensiones de la sostenibilidad*. Blog 3B: <https://blog.3bee.com/es/las-tres-dimensiones-de-la-sostenibilidad/>
- Smoul Tech. (10 de Julio de 2024). *Los tres pilares de la sostenibilidad: ambiental, social y económica*. <https://smowl.net/es/blog/pilares-de-la-sostenibilidad/>
- Terezinha Vieira, M., Oste G. Cremonezi, G., Ruedas Spers, V., Madeiros, A., y Góis Morales Rigolid, A. (2021). Sostenibilidad en las dimensiones económica, ambiental y social y su relación con los indicadores de responsabilidad social. *Revista de la Academia de Emprendimiento*, 27(45). <https://www.abacademies.org/articles/sustainability-in-the-economicenvironmental-and-social-dimensions-and-the-relationship-with-socialresponsibility-indicators-10949.html>
- Trespalcacios, J. (01 de junio de 2022). *Responsabilidad Social Empresarial RSE: Valor empresarial y cuidado del planeta*. Suforall: <https://www.suforall.org/es/post/rsevalor-empresarial-y-cuidado-del-planeta>
- Universidad Intercontinental de la Empresa. (28 de abril de 2025). Sostenibilidad Empresarial. *UIE*. <https://uie.edu/sostenibilidad-empresarial-que-es-y-por-que-estan-importante/>
- Modelos de gestión aplicados a la gestión empresarial*. (2020). [universidad de Barcelona]. https://www.google.com/url?client=internalelementcse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/32219/LBP_TESIS.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwiFr6GA4PuVAxXsRjABHaUaGQcQFnoECAgQAQ&usg=AOvVaw2H35A_ZXfmRkoRYR9yI4Su&fexp=121575042,121575040
- Modelos de sostenibilidad ambiental en las organizaciones*. (2022). [Tesis doctoral, universidad de Madrid]. https://www.google.com/url?client=internal-elementcse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://oa.upm.es/54715/1/ANA_RODRIGUEZ_OLALLA.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwj9yPH_6PuVAxXXSTABHduEED8QFnoECAcQAQ&g=AOvVaw2L7icYDOB-03VKkTRohttc&fexp=121575042,121575040

La Responsabilidad Social Empresarial, análisis y planteamiento de un modelo en el sector G4773.12 de la ciudad de Cuenca. Caso de aplicación, Óptica Sánchez Cía. Ltda. periodo 2014. (2023). [Tesis de titulación, Universidad de Cuenca]. <https://www.google.com/url?client=internal-elementcse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21594/1/tesis.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwj3wZKj7fuVAxV1k2oFHSHiE20QFnoECAoQAQ&usg=AOvVaw17RIDeXS0uQOLx9A9Y2lM8&exp=121575042,121575040>

Anexos

Anexo 1 – Formato de la entrevista

Formato de la entrevista

Categoría	Resultados
<i>Existencia de Normativas</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.
<i>Existencia de políticas y procedimiento</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.
<i>Existencia de Normativas</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.
<i>Existencia de Normativas</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.
<i>Existencia de Normativas</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.
<i>Existencia de Normativas</i>	El gerente destaca que la empresa no cuenta con normativas vigentes. Que han utilizado las reglamentarias, pero normativas internas no tienen.

Nota. Instrumento elaborado por la autora.

ENTREVISTA

1. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y qué importancia le atribuye dentro de su empresa?
2. ¿La RSE se encuentra integrada formalmente en los valores de su empresa? Si es así, ¿cómo se evidencia?

3. ¿De qué manera la empresa contribuye al bienestar de los agricultores y comunidades del cantón El Carmen a través de sus operaciones comerciales?
4. ¿Cómo es la relación que mantiene la empresa con los vecinos y la comunidad donde está ubicada?
5. ¿Estaría dispuesto/a participar en alianzas con entidades públicas, ONGs o universidades para desarrollar programas de RSE orientados al sector agropecuario local?
6. ¿Qué acciones concretas realiza su empresa para minimizar el impacto ambiental derivado de la comercialización de insumos agropecuarios (agroquímicos, fertilizantes, plaguicidas)?
7. ¿Cómo garantiza la empresa que sus empleados trabajen en un ambiente seguro, utilicen equipos de protección personal y cumplan con las normas de seguridad y salud ocupacional?
8. ¿Qué mecanismos o políticas aplica la empresa para asegurar la ética y la transparencia en las relaciones con sus proveedores y clientes?
9. ¿Ha recibido su empresa algún reconocimiento, certificación o distinción relacionada con prácticas sostenibles o de Responsabilidad Social Empresarial, como la ISO 26000 o algún sello verde? En caso contrario, ¿ha considerado implementarlas o gestionarlas en el futuro?
10. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para implementar o fortalecer la RSE en empresas comercializadoras de insumos agropecuarios en el cantón El Carmen?
11. ¿De qué manera considera que las prácticas de RSE influyen en la rentabilidad, reputación y sostenibilidad económica de su empresa a largo plazo?

Evidencia Fotográfica



Anexo1 2

Certificado de Compilatio



Certificado de análisis

Compilatio Magister+ | ULEAM-ECU

2807026R 130626 FORMATO INSTITUCIONAL DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR_1_Sara Magdalena Álava Mejía_ORIGINAL_(1)_ (1) (1)_FINALIZADA_(1)

ID : 4200dc112b2b624d57dab2a2348facd4a633f5b8



3%
Textos
sospechosos

Nombre del fichero : 2807026R 130626 FORMATO INSTITUCIONAL DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR_1_Sara Magdalena Álava Mejía_ORIGINAL_(1)_ (1) (1)_FINALIZADA_(1).txt
Tamaño del archivo original : 1,68 MB
Número de palabras : 16.792

Depositante : RONALD MAURICIO HERNANDEZ GOMEZ
Fecha de depósito : 3 de agosto de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 3 de agosto de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Similitudes

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

1%



Detección de IA

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.

Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

1%



Idiomas no reconocidos

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

0%



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Textos entre comillas

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

0%

Fuentes de similitudes (sección 2/2)



Similitudes

1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1	Documento de otro usuario #d23899 Viene de de otro grupo	<1%	
2	Factores que inciden en la compra de herbicidas selectivos en los... localhost/xmlui/bitstream/3317/6083/3/T-UCSG-POS-MGM-17.pdf.txt	<1%	
3	La Encuesta como Técnica de Inves... preview & related info ... www.mendeley.com/catalogue/12d54f0f-dac9-37b3-9672-57827cad21d8/	<1%	
4	Documento de otro usuario #275424 Viene de de otro grupo	<1%	
5	EL FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS MEDIANTE LA APLICACIÓ... repositorio.ufsc.br/handle/123456789/116133	<1%	
6	La responsabilidad social empresarial, análisis y planteamiento de... dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/21594	<1%	
7	Responsabilidad social empresarial (RSE) desde la perspectiva de lo... repositorio.cepal.org/items/6f71b853-6666-4c30-8ad4-f9700fcc4191	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Nº	Descripciones
1	http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf
2	https://www.aden.org/business-magazine/sostenibilidad-que-demanda-el-mundo-empresarial-actual/
3	https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/
4	https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3768742
5	https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
6	https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf
7	https://www.linkedin.com/pulse/rse-3d-dimensiones-de-la-responsabilidad-j-felipe/
8	https://www.cepal.org/es/publicaciones/3543-responsabilidad-social-empresarial-rse-la-perspectiva-cons...
9	https://guidocutipa.blog.bo/investigacion/tipos-de-metodos-de-investigacion-diferencias-y-ejemplos/
10	https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf
11	https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf



N°		Descripciones
12		https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/21503
13		https://revistarecension.com/2023/08/02/el-metodo-bibliografico-1-las-tecnicas-bibliograficas-y-su-evoluci...
14		https://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2184-77702022000500004&lang=es
15		https://prezi.com/p/cogdx83t2h2z/dimension-economica-en-la-rse/
16		https://doi.org/file:///C:/Users/User/Downloads/RDOV3N1_LZ.pdf
17		https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf
18		https://www.webyempresas.com/metodo-analitico/
19		https://portal.amelica.org/ameli/journal/650/6503406006/6503406006.pdf
20		https://safetyculture.com/es/temas/sostenibilidad-empresarial
21		https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112024000200013
22		https://blog.3bee.com/es/las-tres-dimensiones-de-la-sostenibilidad/
23		https://smowl.net/es/blog/pilares-de-la-sostenibilidad/
24		https://www.abacademies.org/articles/sustainability-in-the-economic-environmental-and-social-dimensio...
25		https://www.suforall.org/es/post/rse-valor-empresarial-y-cuidado-del-planeta
26		https://uie.edu/sostenibilidad-empresarial-que-es-y-por-que-es-tan-importante/
27		https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://www.tdx.cat/...
28		https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://oa.upm.es/5...
29		https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=607be843f6e864d2f&q=https://dspace-test....

