



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TÍTULO:

**PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
APLICADAS EN LAS MIPYMES DISTRIBUIDORAS DE
ALIMENTOS CANTÓN CHONE.**

AUTORA:

KARINA LISBETH TENA ZAMBRANO

**UNIDAD ACADÉMICA:
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TUTOR:

ING. RITA JARITZA MUÑOZ SALGADO, MG.

CHONE – MANABÍ – ECUADOR

ENERO DE 2025

CERTIFICACION DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Extensión Chone de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.

CERTIFICO:

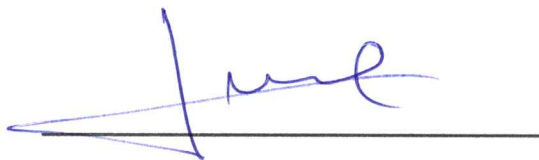
Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Proyecto de Investigación, con el título: "Prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos cantón Chone", ha sido desarrollado en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención.

Por lo antes expuesto tengo a bien certificar que las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de su autora *Karina Lisbeth Tena Zambrano*, siendo de su exclusiva responsabilidad.

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

Chone, enero de 2025

Lo certifico,



Ing. Rita Jaritza Muñoz Salgado.

DOCENTE TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Karina Lisbeth Tena zambrano con cedula de ciudadanía 1314968684, estudiante de la Carrera de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone, carrera de Administración de Empresas, declaro que las opiniones, criterios y demás elementos aplicados en los diferentes instrumentos de la propuesta de trabajo de titulación en modalidad Proyecto de Investigación, la cual lleva por título: “Prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos cantón Chone”, previo a la obtención del Título de Grado de Licenciada en Administración de Empresas, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultado las referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Finalmente, la autora está de acuerdo en ceder los derechos de uso del presente trabajo a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, para que forme parte de su patrimonio intelectual e investigación científica.

Chone, enero de 2025



Karina Lisbeth Tena Zambrano

C.I. 1314968684

AUTORA



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

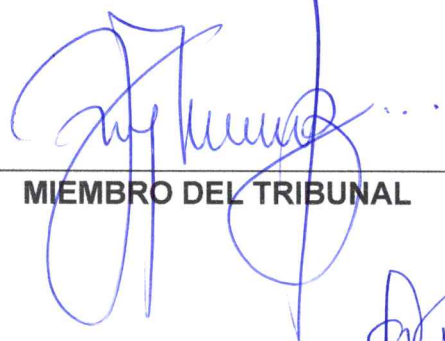
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Proyecto de Investigación con el título: "Prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos cantón Chone", elaborado por la egresada KARINA LISBETH TENA ZAMBRANO de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, enero 2025

x 
Lic. Rocio Bermúdez Cevallos, Mg.
DECANA


Ing. Rita Jaritza Muñoz Salgado
TUTOR


MIEMBRO DEL TRIBUNAL


MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Lic. Indira Zambrano Cedeño. Mgs
SECRETARIA

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo de Tesis:

En primer lugar a Dios, quien es la luz que ilumina cada paso que doy y el refugio en mis momentos de incertidumbre.

A mi hijo, que es el corazón de mi existencia y la razón detrás de cada uno de mis esfuerzos. Eres mi mayor alegría y motivación, y prometo siempre estar a tu lado, apoyándote en cada paso de tu camino. Tu felicidad es mi prioridad, y lucharé incansablemente para brindarte un futuro brillante.

A mis padres, cuyo amor inquebrantable y sacrificios han sido el pilar fundamental de mi vida. Gracias por enseñarme con su ejemplo lo que significa el trabajo duro, la perseverancia y la compasión. Ustedes han sembrado en mí los valores que me guían cada día, y su apoyo ha sido vital en cada uno de mis logros. Sin ustedes, no sería quien soy hoy.

Y a todos aquellos que han creído en mí a lo largo de este viaje. Su fe en mis capacidades me ha impulsado a superar mis límites y a seguir adelante incluso cuando las cosas se ponen difíciles. Cada palabra de aliento y cada gesto de apoyo han dejado una huella en mi corazón. Gracias por estar siempre ahí, por ser parte de mi historia y por motivarme a ser la mejor versión de mí misma.

Karina Lisbeth Tena Zambrano

RECONOCIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres, quienes han sido mis guías y pilares en cada etapa de mi vida. Su amor incondicional y sus sacrificios han moldeado la persona que soy hoy. Gracias por enseñarme la importancia de la honestidad, el trabajo duro y la perseverancia. Ustedes han estado siempre a mi lado, brindándome apoyo y motivación en cada paso de mi camino. Sin su amor y enseñanzas, no podría haber alcanzado mis sueños.

A mi hijo, quien es la luz de mi vida. Gracias por darme un propósito tan grande y por recordarme cada día lo hermoso que es vivir. Tu risa ilumina mis días y tu curiosidad me inspira a ser una mejor persona. A mi pareja, gracias por ser mi compañero incondicional.

A mis amigos, gracias por ser parte fundamental de mi vida. Su amistad ha sido un regalo invaluable que me ha acompañado en los momentos felices y difíciles. Cada risa compartida y cada conversación profunda han enriquecido mi vida de maneras que nunca podré expresar completamente. Estoy agradecida por tenerlos a todos en mi camino.

Karina Lisbeth Tena Zambrano

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACION DEL TUTOR	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
ÍNDICE GENERAL	VI
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I	18
MARCO TEÓRICO	18
1.1. Antecedentes de la investigación.....	18
1.2. Bases teóricas	19
1.2.1. Prácticas de responsabilidad empresarial	19
1.2.2. MiPymes distribuidoras de alimentos	23
CAPÍTULO II	27
ESTUDIO DE CAMPO	27
2.1. Metodología.....	27
2.1.1. Tipo de investigación.....	27
2.1.2. Nivel de investigación	27
2.1.3. Métodos	28

2.2. Técnicas de investigación.....	28
2.2.1. Encuesta.....	28
2.2.2. Observación.....	29
2.2.3. Ubicación	30
2.2.4. Levantamiento de la información	30
2.3. Resultados	33
2.3.1. Análisis e interpretación de los resultados	33
2.4. Comprobación de hipótesis.....	49
CAPITULO III.....	53
PROPUESTA	53
Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone.....	53
CAPÍTULO IV	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
Conclusiones	57
Recomendaciones.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS.	61
Anexo N°. 1. Formato de encuesta	61
Anexo N°. 2. Evidencia fotográfica.....	67

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población.	16
Cuadro 2. Muestra.	17

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conocimiento sobre las prácticas de responsabilidad empresarial.	33
Tabla 2. Importancia de la RSE en las MiPymes.	34
Tabla 3. Distribuidoras de alimentos aplican iniciativas para beneficios.	35
Tabla 4. Medidas que influyen en la RSE para elegir el distribuidor.	36
Tabla 5. Contribución de la RSE a las empresas distribuidoras de alimentos.	37
Tabla 6. Áreas en que las empresas deberían priorizar más en RSE	38
Tabla 7. Promover la visibilidad de las prácticas de RSE.	39
Tabla 8. Productos que demuestran compromiso con las MiPymes.	40
Tabla 1. Implementación de las prácticas de responsabilidad empresarial.	41
Tabla 2. Importancia de la RSE para el éxito y la sostenibilidad.	42
Tabla 3. Con la RSE mejoran la relación con los clientes.	43
Tabla 4. Áreas que necesitan más atención.	44
Tabla 5. Impacto positivo en la productividad.	45
Tabla 6. Comunicación acerca de las prácticas de RSE.	46
Tabla 7. La RSE contribuye a fortalecer la competitividad.	47
Tabla 8. Interés en colaborar con otros para ampliar sus prácticas.	48

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación geográfica del Cantón Chone	30
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Conocimiento sobre las prácticas de responsabilidad empresarial.	33
Gráfico 2. Importancia de la RSE en las MiPymes.	34
Gráfico 3. Distribuidoras de alimentos aplican iniciativas para beneficios.	35
Gráfico 4. Medidas que influyen en la RSE para elegir el distribuidor.	36
Gráfico 5. Contribución de la RSE a las empresas distribuidoras de alimentos.....	37
Gráfico 6. Áreas en que las empresas deberían priorizar más en RSE	38
Gráfico 7. Promover la visibilidad de las prácticas de RSE.	39
Gráfico 8. Productos que demuestran compromiso con las MiPymes.	40
Gráfico 1. Implementación de las prácticas de responsabilidad empresarial.	41
Gráfico 2. Importancia de la RSE para el éxito y la sostenibilidad.	42
Gráfico 3. Con la RSE mejoran la relación con los clientes.	43
Gráfico 4. Áreas que necesitan más atención.	44
Gráfico 5. Impacto positivo en la productividad.	45
Gráfico 6. Comunicación acerca de las prácticas de RSE.....	46
Gráfico 7. La RSE contribuye a fortalecer la competitividad.	47
Gráfico 8. Interés en colaborar con otros para ampliar sus prácticas.	48

RESUMEN

La adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es crucial para todas las empresas, incluidas las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), que desempeñan un papel importante en la economía ecuatoriana. En el cantón Chone, existe una gran variedad de distribuidoras de alimentos, pero se desconoce el grado de implementación de prácticas de RSE en estas empresas. Esta falta de información impide evaluar el impacto social y ambiental de dichas empresas. Las MiPymes no solo consienten la economía, sino que también tienen un impacto social y ambiental significativo. Por ello, se plantea la necesidad de incorporar prácticas de RSE para fomentar el desarrollo sostenible y mejorar el bienestar de la comunidad. Las empresas se han centrado mayormente en su productividad y competitividad, sin una estrategia clara que vincule el desarrollo económico con el bienestar social o la sostenibilidad ambiental. Esto ha llevado a una falta de información sobre la implementación de prácticas de RSE en las distribuidoras de alimentos de Chone, lo que impide evaluar adecuadamente su impacto más allá del ámbito económico. Las MiPymes del cantón Chone muestran una limitada adopción de RSE, influenciada por factores como la falta de recursos, el desconocimiento y una menor presión externa. Por lo tanto el objetivo de esta investigación se dirige al descubrimiento de las prácticas de responsabilidad empresarial, y así contribuir al bienestar social y ambiental de la comunidad y con ello promover un desarrollo más equilibrado en la región.

Palabras Claves: MiPymes, RSE, sostenibilidad ambiental, desarrollo económico.

ABSTRACT

The adoption of Corporate Social Responsibility (CSR) practices is crucial for all companies, including micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs), which play a significant role in the Ecuadorian economy. In the canton of Chone, there is a wide variety of food distributors, but the degree of implementation of CSR practices in these companies is unknown. This lack of information makes it impossible to assess the social and environmental impact of these companies. MSMEs not only consent to the economy but also have a significant social and environmental impact. Therefore, the need to incorporate CSR practices to promote sustainable development and improve the well-being of the community is raised. Companies have focused mostly on their productivity and competitiveness, without a clear strategy that links economic development with social welfare or environmental sustainability. This has led to a lack of information on the implementation of CSR practices in Chone's food distributors, which prevents them from accurately assessing their impact beyond the economic sphere. MSMEs in Chone canton show limited CSR adoption, influenced by factors such as lack of resources, lack of knowledge and less external pressure. Therefore, the objective of this research is aimed at the discovery of corporate responsibility practices and thus contribute to the social and environmental well-being of the community and thereby promote a more balanced development in the region.

Keywords: MSMEs, CSR, environmental sustainability, economic development.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, transformándose en una herramienta clave para la gestión empresarial que no solo busca el éxito económico, sino también un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En América Latina ha comenzado a cobrar relevancia, aunque con un rezago respecto a otras regiones del mundo debido a las condiciones económicas del continente. Las grandes empresas han sido las más visibles en la adopción de prácticas responsables, muchas veces influenciadas por las políticas de sus casas matrices. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (MiPymes), tienden a incorporar estas prácticas de manera informal, debido a su proximidad a las comunidades y a su interacción directa con los problemas sociales y ambientales, pero estas acciones suelen ser menos sistemáticas.

La práctica de la RSE, especialmente en el contexto de las MiPymes, es fundamental no solo para el bienestar de las comunidades, sino también para el desempeño interno de las empresas. Las relaciones laborales basadas en la responsabilidad social y el respeto a los valores éticos son clave para un buen desempeño de los trabajadores, lo que se traduce en un ambiente de trabajo positivo y un mayor rendimiento. De acuerdo con Rodríguez y Avilés (2020), el concepto de MiPymes varía según la economía de cada país, lo que resalta la necesidad de contextualizar la definición de una empresa en función de su entorno y las características específicas de su operación.

Las empresas que incorporan la RSE se benefician de un mejor posicionamiento en el mercado y, en muchos casos, experimentan un crecimiento en su rentabilidad y sostenibilidad. En México, por ejemplo, las empresas con el distintivo ESR (Responsabilidad Social Empresarial) crecieron en un 20% en los últimos cinco años, lo que demuestra el impacto positivo de estas prácticas.

No obstante, en el caso de las MiPymes distribuidoras de alimentos del cantón Chone, aún existen deficiencias en la implementación sistemática de la RSE, lo que afecta su rendimiento empresarial y su relación con la comunidad. La falta de acceso a buenas prácticas de responsabilidad social y la carencia de capacitación adecuada limitan el desarrollo de estas empresas, lo que genera un círculo vicioso de bajo rendimiento y escasa competitividad. De acuerdo con estudios revisados, las empresas que no incorporan estas prácticas corren el riesgo de disminuir su eficiencia, perder competitividad y generar un impacto negativo en su entorno.

Por lo tanto, esta investigación busca analizar cómo la adopción de prácticas de RSE en las distribuidoras de alimentos del cantón Chone, pueden mejorar su desempeño laboral, aumentar su productividad y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad. El objetivo es identificar la incidencia que generaría en la implementación de la RSE en este sector específico, y ofrecer recomendaciones que permitan fortalecer las prácticas responsables dentro de estas empresas, mejorando así su rendimiento y su relación con los grupos de interés.

Formulación del Problema

En el contexto actual, la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en un aspecto esencial para todas las empresas, incluidas las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

En el cantón Chone existe gran variedad de distribuidoras de alimentos. Sin embargo, se desconoce en gran medida el nivel de adopción de prácticas de RSE en estas empresas, por ello esta falta de información limita la posibilidad de comprender el impacto social y ambiental de estas empresas.

Las MiPymes juegan un papel fundamental en la economía del Ecuador, especialmente en el sector de distribución de alimentos. Sin embargo, su impacto no se limita al ámbito económico, ya que también tienen un impacto social y ambiental. En este sentido surge la necesidad de implementar prácticas de RSE en

las empresas, con el objetivo de generar un desarrollo sostenible y contribuir al bienestar de la comunidad.

Por lo tanto, para determinar esta investigación es necesario formular la pregunta ¿Cómo inciden las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que se aplican en las MiPymes distribuidoras de alimentos del cantón Chone?, para desde este punto dar un inicio a los fundamentos que generen una respuesta acorde al problema dado y culminar con el éxito esperado.

Objeto de la investigación

Incidencia de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

Campo de la investigación

Prácticas de responsabilidad empresarial y MiPymes distribuidoras de alimentos.

Objetivos

Objetivo General

Determinar cómo inciden las prácticas de responsabilidad empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos Cantón Chone.

Objetivos específicos.

- Identificar las prácticas de responsabilidad empresarial aplicadas actualmente en las MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone.
- Establecer la cantidad de MiPymes distribuidoras de alimentos que existen en el Cantón Chone.
- Describir la relación entre las prácticas de responsabilidad empresarial y las MiPymes distribuidoras de alimentos.
- Proponer prácticas estratégicas de responsabilidad empresarial que generen el desarrollo sostenible a las MiPymes distribuidoras de alimentos en el Cantón Chone y bienestar de la comunidad.

Hipótesis

- Las Prácticas de responsabilidad social empresarial inciden favorablemente en las MiPymes distribuidoras de alimentos, generando el desarrollo sostenible y bienestar de la comunidad.

Variable independiente

Prácticas de responsabilidad social empresarial.

Variable dependiente

MiPymes distribuidoras de alimentos.

Tareas científicas

Tarea 1.- Efectuar la identificación de las prácticas de responsabilidad empresarial que se aplican en la actualidad en las MiPymes distribuidoras de alimentos en el Cantón Chone, que determinen su incidencia dentro del ámbito comercial.

Tarea 2.- Descubrir si la cantidad de MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone, están registradas o tienen una funcionalidad favorable al mercado.

Tarea 3.- Establecer la relación entre las prácticas de responsabilidad empresarial y las MiPymes distribuidoras de alimentos, ya que esto conlleva a determinar si su aplicación es un beneficio o no, para las MiPymes.

Tarea 4.-Elaborar un listado de prácticas de responsabilidad empresarial no aplicadas, a las MiPymes distribuidoras de alimentos en el Cantón Chone, que sean socializadas entre los empleados y colaboradores y así fomentar iniciativas que contribuyan a los objetivos de la empresa y generen un impacto en la comunidad.

Población

Para la recolección de la información necesaria, se escogerá la población empresarial distribuidora de alimentos del Cantón Chone, establecidos en 47

productores como parte de las MiPymes que integran el sector comercial de alimentos; información que fue brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chone; y, 47 compradores principales por cada emprendimiento, escogido uno por cada productor, los mismos que se encargan de distribuir los productos a distintas tiendas del cantón o incluso a comunidades aledañas al mismo. De la que Miñan (2024); refiere que: “La población se refiere a la cantidad de individuos o unidades que componen un grupo o colectivo que se estudia o se analiza. En la investigación, la población se define como el conjunto de sujetos o unidades que se consideran relevantes para el estudio o análisis. La población puede ser un grupo de personas, animales, plantas, objetos o eventos que se estudian o analizan”.

Integrantes de las MiPymes distribuidor de alimentos en el Cantón Chone

<i>Productores</i>	<i>Compradores</i>	<i>Total</i>
47	47	94

Cuadro 1. Población.
Fuente: Karina Lisbeth Tena Zambrano
Elaborado por: Autor del proyecto.

Muestra

Condori Ojeda (2020); afirma que “la muestra es la parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población”. Razón por la que se determina que la muestra escogida para este estudio será de la totalidad de la población, la misma que corresponde a 47 productores como parte de las MiPymes que integran el sector comercial de alimentos; información que fue brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chone; y, 47 compradores principales por cada emprendimiento, escogido uno por cada productor, los mismos que se encargan de distribuir los productos a distintas tiendas del cantón o incluso para distribuir en comunidades aledañas al mismo, siendo que mediante ello se obtendrán resultados precisos que confirmen que la aplicación de prácticas de responsabilidad empresarial, beneficia a las MiPymes del Cantón.

Integrantes de las MiPymes distribuidor de alimentos en el Cantón Chone

<i>Productores</i>	<i>Compradores</i>	<i>Total</i>
47	47	94

Cuadro 2. Muestra.
Fuente: Karina Lisbeth Tena Zambrano.
Elaborado por: Autor del proyecto.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado a lo largo del tiempo, pasando de ser una práctica voluntaria y en gran medida superficial a convertirse en un componente esencial de la estrategia empresarial moderna. En este contexto, varios estudios han explorado la RSE desde diferentes ángulos, analizando su impacto tanto en grandes corporaciones como en pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

Las grandes empresas han sido las pioneras en la adopción de prácticas responsables, influenciadas por la globalización y las expectativas de las casas matrices, lo que les ha permitido implementar políticas de RSE más estructuradas y sostenibles; como a través de un estudio lo expresan Jimenez, et.al (2024); donde “una muestra de 278 empresas españolas se ve cómo aquellas MiPymes que realizan actividades de RSE en sus vertientes económica, social y medioambiental, mejoran sus resultados económicos”.

Según Ormaza, et.al (2020); “En Ecuador, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial (CERES, 2012) ha generado una socialización participativa sobre el paradigma de RSE. En la misma línea la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2017), en coordinación con algunos Ministerios, diseñó el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida, que asume, entre sus objetivos, promover la sostenibilidad ambiental, fortificar el sistema económico social y solidario e incitar a la transformación de la matriz productiva. Aspectos importantes que deberían ser analizados y estudiados desde la Agenda 2030”.

Como es el caso de Pacari Chocolates que según Sánchez Riofrío (2023) ha integrado la Responsabilidad Social en su modelo de negocio y contribuido al desarrollo sostenible en Ecuador. Sus esfuerzos demuestran cómo una empresa

puede tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de prácticas responsables y sostenibles y a la vez, rentable y exitoso financieramente. Más cuando Álvarez, et.al (2021); mencionan que “en el país, la adaptación de la Responsabilidad Social Empresarial ha sido ralentizado o paulatino, debiendo saber que en las organizaciones es indispensable la constante innovación de productos y servicios así como la contribución económica y social que pueden brindar”; enfatizando que en Ecuador existen empresas y organizaciones que han implementado la Responsabilidad Social Empresarial como parte del Plan Estratégico y de su filosofía empresarial, algunas de ellas son empresas como: Cervecería Nacional, Plastigama, Diners Club, Coca-Cola de Ecuador S.A., Procesadora Nacional de Alimentos PRONACA y Pinturas Cóndor.

En el caso de las MiPymes distribuidoras de alimentos, tienden a incorporar prácticas responsables de manera más espontánea, debido a su cercanía con las comunidades locales y su implicación directa en los problemas sociales y ambientales. Sin embargo, estas prácticas son generalmente informales y no están sistematizadas, lo que limita su efectividad y el impacto positivo que podrían generar. Tal es el caso de las MiPymes distribuidoras de alimentos del cantón Chone, donde la implementación de la RSE aún enfrenta varios obstáculos, como la falta de acceso a buenas prácticas de RSE, la escasa capacitación de los empleados y la falta de una cultura empresarial que valore el impacto social y ambiental de las decisiones corporativas; dificultando la adopción de la RSE y con ello el rendimiento interno y su competitividad en el mercado, lo que contribuye a un ciclo de escaso crecimiento.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Prácticas de responsabilidad empresarial

¿Qué es la responsabilidad social empresarial?

Para Vallaeys (2020); “La responsabilidad social es un operador de creatividad política cuyo objetivo es la conformación de lo que llamaba “un Público”,

que nace de la toma de conciencia común de los impactos sistémicos sociales que afectan todo el mundo. A cada impacto social o ambiental detectado, le corresponde la creación del sujeto asociativo interorganizacional que podrá “responder” del control de dicho impacto”.

Esto refiere que el compromiso que tienen las empresas de contribuir activamente al desarrollo social, económico y ambiental de la comunidad, lo que implica que las empresas deben ir más allá de simplemente cumplir con las leyes y generar ganancias, para también considerar el impacto de sus acciones en diversos grupos de interés como empleados, clientes, proveedores, comunidad local y el medio que los rodea.

Según Lara & Sánchez (2022); “La RSE se ha vuelto una tendencia continua en el ámbito empresarial. Las organizaciones fijan sus inversiones hacia factores económicos, ambientales, sociales y de ética con el objetivo de generar dinero por medio de una actitud y forma de trabajar socialmente responsable que pueda ser rentable en el largo plazo. Por otro lado, se encuentran los beneficios objetivos, los cuales constituyen la parte económica de la introducción de RSE dentro de la empresa. Para una organización es imperativo determinar la rentabilidad de la RSE que se obtiene por la generación de proyectos y acciones socialmente responsables de modo que los objetivos financieros se encuentren a la par con la visión social”.

Este autor destaca que, a medida que las empresas implementan proyectos y acciones responsables, los beneficios económicos se deben medir y comparar con la visión social que tienen. Es decir, la RSE permite que los objetivos financieros de la empresa estén en armonía con su responsabilidad social, contribuyendo a una competitividad mejorada y a la creación de valor tanto económico como social. Se añade también que la responsabilidad social empresarial no solo busca mejorar la reputación de la empresa, sino también crear valor a largo plazo y mitigar riesgos asociados con prácticas empresariales irresponsables, siendo un concepto que está en evolución y ha ganado importancia conforme la sociedad y los consumidores

demandan una mayor ética y responsabilidad por parte de las organizaciones empresariales.

Importancia de la responsabilidad social empresarial.

Para Rangel & Toscano (2022); “el termino responsabilidad social empresarial se ha vuelto un elemento importante para el crecimiento sustentable y futuro de las empresas, ya que genera diferentes beneficios como el aumento de las ventas, reducción de costos, mejorar las relaciones, mitigar riesgos, influye en la innovación, permite la penetración en diferentes mercados y proporcionan una ventaja competitiva a largo plazo, los cuales han sido estudiado en relación con diferentes variables como la gestión ambiental y de desechos, la comunicación local, la influencia en las comunidades, reputación, imagen, rendimiento, participación en el mercado, cultura corporativa, el capital humano, condiciones laborales, innovación, competitividad, la rentabilidad, el endeudamiento y la percepción sobre responsabilidad social empresarial, en los cuales mayormente tiene un efecto positivo”.

Según Hernández, et.al (2020); “la responsabilidad social empresarial debería está relacionada con los valores de la ética empresarial, por lo que actualmente diversos autores redimensionan la responsabilidad social empresarial en la cual esta debe formar parte de las estrategias empresariales para lograr generar un valor compartido; siendo que la responsabilidad social empresarial es vista como una de las bases fundamentales para lograr un sistema de gestión de todas las organizaciones que quieran ser competitivas y la vez considerarse como comprometidas con el entorno que la rodea, más allá de las posibles posturas filántropas que existieron en el siglo 20”.

Estos autores analizan que, La RSE se considera ahora una base esencial para que las empresas logren competitividad, al mismo tiempo que se comprometen con su entorno social y ambiental. Este enfoque trasciende el modelo de beneficencia, proponiendo que las empresas construyan una gestión sostenible que

sea éticamente responsable y alineada con el bienestar colectivo, lo cual es clave para asegurar su éxito a largo plazo y su legitimidad en la sociedad.

Tipos de Responsabilidad Social Empresarial.

Yauri, et.al (2020); aseveran que “genéricamente la RSE tiene los siguientes tipos: 1. Responsabilidad social empresarial: se refiere al compromiso económico, social y ambiental que las empresas deben tener con toda la sociedad. 2. Responsabilidad social gubernamental: es la competencia en cuanto a respuesta que, de las organizaciones del estado, ante las consecuencias de sus actividades en los distintos colectivos. 3. Responsabilidad social ambiental: son las medidas que se toman para conservar la naturaleza a futuro, ya sea por parte de una empresa, del gobierno o de forma individual. 4. Responsabilidad social universitaria: es la calidad de profesionales que las universidades dan a la sociedad para que sean pilares fundamentales en el desarrollo local y regional. 5. Responsabilidad social personal o individual: se establece como la responsabilidad de las acciones cada individuo con su entorno, y su influencia ya sea buena o mala en el contexto”.

Por lo determinado en líneas anteriores de los autores citados, se puede mencionar que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) abarca varios compromisos y prácticas que las empresas pueden adoptar para contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar social, dejando claro que estos tipos de responsabilidad social no son independientes entre sí y suelen estar interrelacionados; donde las empresas las adoptan para lograr equilibrar sus objetivos económicos con la generación de valor social y ambiental, contribuyendo así al desarrollo sostenible a largo plazo, contribuyendo al mercado a nivel empresarial.

Prácticas de responsabilidad social.

Según Lazovska (2019); “Perry Goldscheine, especialista en responsabilidad social y exabogado ambiental, compartió su opinión sobre las mejores prácticas de responsabilidad social corporativa.

En el mercado competitivo de hoy, las compañías que incorporan políticas sociales y verdes dejan una impresión duradera en el consumidor. Una encuesta de Cone Inc. reveló que el 83% de las personas confían más en una empresa social o ambientalmente responsable.

Tomando esto en cuenta se implementan estas prácticas de responsabilidad social:

- Establecer objetivos medibles.
- Compromiso de las partes interesados.
- Mapeo de temas de sustentabilidad.
- Sistemas de gestión de la sustentabilidad (SMS).
- Evaluación del ciclo de vida.
- Informes de sustentabilidad / RSE.
- Branding de sustentabilidad.

1.2.2. MiPymes distribuidoras de alimentos

Para Grupo Usieto (2021); “La función comercial de cualquier distribuidor es dividir grandes volúmenes y ser un intermediario entre los fabricantes de alimentos y los operadores de hoteles, restaurantes, empresas de catering y tienda comercial. Las distribuidoras desmenuzan los grandes volúmenes de productos que compran en cantidades más pequeñas para que los operadores puedan servirlo al cliente final. Ellos almacenan productos y transportan a los operadores. Resumiendo, las distribuidoras abastecen a la industria alimentaria; tanto al consumidor de casa como el de fuera”.

Según Méndez (2024); “un distribuidor es uno de los agentes económicos que, dentro de la comercialización de productos, suele tener bastante poder. El distribuidor suele ser una compañía que actúa como intermediario, y la cual compra bienes o servicios para poder ofrecérselo a otras compañías y éstas al consumidor

final. El distribuidor es el intermediario que cuenta el papel central, antes del mayorista y después del minorista”.

Por ello se agrega que, las empresas distribuidoras de alimentos desempeñan un papel crucial en la cadena de suministro alimentario, asegurando que los productos alimenticios lleguen de manera eficiente y segura desde los productores hasta los consumidores finales. Estas pueden variar en tamaño y alcance, desde pequeñas empresas locales que sirven a una comunidad específica hasta grandes corporaciones que operan a nivel nacional o internacional. Su éxito depende de la eficiencia logística, la capacidad para mantener la calidad de los alimentos y la capacidad de satisfacer las demandas del mercado y las regulaciones y normativas sanitarias vigentes.

Origen de las PYMES en Ecuador

Según Valero, et.al (2021); las Pymes surgen en la década de 1950, destacándose en la producción de tejidos, madera y alimentos, al tiempo que generaban fuentes de empleo y contribuían el índice de pobreza, en sus comienzos este sector se vio afectado por condiciones limitantes para su desarrollo, como escasos planes de apoyo y falta de normas legales que impedían la conformación de estas empresas. En la actualidad las Pymes desempeñan un papel muy importante en la economía del Ecuador, y han contribuido al desarrollo tanto económico como social, de acuerdo con las condiciones de mercado y a los cambios en la demanda al tiempo que incentivan la industria nacional y disminuyen el índice de desempleo.

Las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador tienen un origen que se remonta a varios factores históricos, económicos y sociales tanto en el contexto económico y político; por las microempresas tradicionales; las reformas económicas y la apertura comercial; el acceso al financiamiento y la cultura emprendedora; donde su evolución se rige por un contexto de diversificación económica, apoyo al

emprendimiento, acceso a financiamiento y una cultura creciente en desarrollo empresarial.

MiPymes distribuidoras de alimentos en Ecuador

Diario El Universo (2021); emitió un informe donde afirma que “según el ranking de la Superintendencia de Compañías, las empresas relacionadas con la distribución de alimentos y medicinas son las que más ventas generaron, siendo la Corporación La Favorita C.A la que ocupa el primer lugar por segundo año consecutivo, como la empresa con más ventas generadas durante el 2020 en Ecuador”.

Las MiPymes distribuidoras de alimentos en Ecuador son empresas de pequeño y mediano tamaño que se dedican a la distribución y comercialización de alimentos dentro del país. Estas empresas juegan un papel crucial en la cadena de suministro alimentario, conectando a los productores con los consumidores finales, a través de diversos canales de distribución, que pueden incluir desde tiendas minoristas, locales pequeños y hasta grandes cadenas de supermercados, por lo que al aplicar la responsabilidad social empresarial, conlleva gran relevancia para asegurar la calidad de vida en la población, desarrollando un papel clave para el desarrollo económico y social del país.

Clasificación de las PYMES en Ecuador

Para Almeida, et.al (2019); comenta que “En el Ecuador a partir de 1999 se emitieron las Normas Ecuatorianas de Contabilidad – NEC que se basaron en las NIC y las Normas Internacionales de Auditoría – NEA, vigentes ese año. No se emitieron NEC`s para todas las NIC y no fueron evolucionando con ellas y, en la práctica se cumplieron parcialmente por parte de los Auditores más no de los Contadores. Es a partir del 1 de enero del 2009, que la Superintendencia de Compañías adopta totalmente las normas NIIF, por bloque de empresas”, por lo que la clasificación de la Pymes en Ecuador es por “Microempresas donde sus ventas anuales es de \$ 100.000.00, las Pequeñas Empresas las que sus ventas son de \$

100.001.00- \$100.000.00; y la Mediana Empresa donde sus ventas son de \$ 100.00.00- \$ 5000.000.00”.

En Ecuador, las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) se clasifican principalmente en función de su tamaño y facturación anual, siguiendo criterios establecidos por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Superintendencia de Compañías).

En el Blog de Empresas Ecuador (2023); se encuentra que “En Ecuador, la clasificación de las PYMES se basa en dos factores principales: el número de empleados y los ingresos anuales. A través de estas variables, las empresas pueden ser categorizadas como microempresas, pequeñas empresas o medianas empresas”.

1. Microempresas:

- Empleados: Las microempresas tienen hasta 10 empleados.
- Ingresos anuales: No pueden superar los \$300,000.

2. Pequeñas empresas:

- Empleados: Las pequeñas empresas tienen entre 11 y 50 empleados.
- Ingresos anuales: Deben estar entre \$300,000 y \$5 millones.

3. Medianas empresas:

- Empleados: Las medianas empresas tienen entre 51 y 200 empleados.
- Ingresos anuales: Deben estar entre \$5 millones y \$20 millones.

Además expresa que “Es importante tener en cuenta que estas categorías pueden variar dependiendo del sector económico al que pertenezca la empresa. Algunas industrias pueden tener criterios específicos de clasificación basados en la naturaleza de sus actividades o en regulaciones gubernamentales particulares”.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE CAMPO

2.1. Metodología.

Para el desarrollo de este trabajo de titulación se presenta la siguiente metodología, la misma que permite establecer los métodos, niveles y técnicas para alcanzar el resultado esperado en la investigación.

2.1.1. Tipo de investigación.

Correlacional: Como lo menciona Ramos Galarza (2020); que esta “surge ante la necesidad de plantear una hipótesis en la cual se proponga una relación entre 2 o más variables”, la misma que permitió encontrar analogías entre los beneficios y vulnerabilidades que pueden tener productores y compradores al momento de avivar una microempresa, observando sus reacciones o cambios.

Explicativa: Como lo menciona Conejero (2020); este tipo de investigación se usa “si se pretende dar una explicación” a través de la exploración de la situación de las microempresas distribuidoras de alimentos, se pudo profundizar en el problema para establecer las prácticas de responsabilidad empresarial necesarias para obtener el éxito en la comercialización.

2.1.2. Nivel de investigación

Investigación descriptiva.- Consiste en la caracterización del hecho, con el fin de establecer el comportamiento, donde sus resultados se ubican en un nivel intermedio en cuanto a las practicas establecidas en una empresa, empleando los conocimientos requeridos para su evolución.

Investigación explicativa.- Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. Y por tal es requerida para los estudios establecidos en esta investigación determinen las causas, los efectos y los resultados esperados mediante la hipótesis

2.1.3. Métodos

Para el progreso de esta investigación se establecerán los métodos presentados a continuación, los mismos que llevarán a un óptimo resultado y así establecer las precisas prácticas de responsabilidad empresarial a aplicar.

Método analítico-sintético.- López Falcon (2021); “A través de este método se comprende el análisis como el procedimiento mental que descompone lo complejo en sus partes y cualidades, permitiendo la división mental del todo en sus múltiples relaciones; y la síntesis como la unión entre las partes analizadas, descubriendo las relaciones y características generales entre ellas, lo cual se produce sobre la base de los resultados del análisis”, por lo que es utilizado al instante del estudio de las partes que comprenden las MiPymes de esta localidad, de sus colaboradores y de todo lo que involucra el ámbito empresarial distribuidor de alimentos.

Método inductivo-deductivo.- López Falcon (2021); “Este método se basa en el reconocimiento de que la inducción es la forma de razonamiento por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Así mismo, aquí se entiende por deducción la forma de razonamiento mediante la cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad”. Esto nos ayuda a observar los requerimientos que debemos tomar en cuenta en todos los procesos de distribución, generados desde la necesidad del mercado hasta las fórmulas que generan los beneficios esperados.

2.2. Técnicas de investigación.

Las técnicas utilizadas en esta investigación son:

2.2.1. Encuesta

Tfur Puente (2020); argumenta que “la encuesta es un método de investigación empleado en estudios cuantitativos y cualitativos”, por lo tanto la

misma estará dirigida a los emprendedores y productores que están al frente de las MiPymes encargadas de distribuir alimentos en el Cantón Chone.

2.2.2. Observación

Muñoz Razo (2022); dice que “se trata de la captación de datos como producto de un seguimiento sistemático del hecho en estudio dentro de su medio para conocer su conducta y comportamiento”, por lo que será aplicada para conocer de las prácticas de responsabilidad social aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone.

La encuesta y la observación son dos métodos comunes de recolección de datos en la investigación, pero difieren en su enfoque, propósito y tipo de datos que recogen. Por decir; la encuesta es un método de investigación que se utiliza para recopilar información de un grupo de personas mediante preguntas predefinidas; y la observación es un método de recolección de datos que implica ver y registrar el comportamiento de las personas o los fenómenos sin intervenir directamente.

Como ventajas de la encuesta están: que pueden cubrir una gran cantidad de personas, permitiendo la obtención de datos cuantitativos y, a veces, cualitativos y sus resultados pueden ser generalizables si la muestra es representativa. Y como ventajas de la observación están que esta proporciona datos de comportamiento real, no solo de lo que la gente dice que hace, sino que permite recoger información en el contexto donde ocurren los fenómenos.

Sin embargo también poseen desventajas; en el caso de la encuesta es que pueden presentar dudas si las preguntas no están bien formuladas y no siempre capturan detalles profundos de las percepciones o comportamientos. Y en el caso de la observación, puede ser difícil de generalizar, a veces los sujetos cambian su comportamiento si saben que están siendo observados y es más lenta y costosa que la encuesta. Estos dos instrumentos de recolección de la información se utilizarán en esta investigación para obtener los mejores resultados.

2.2.3. Ubicación

Esta investigación se realizó en el Cantón Chone, parroquia Chone situado en la zona norte de la Provincia de Manabí y tiene una superficie de 3.570,6 kilómetros cuadrados. Es uno de los cantones con mayor extensión y ocupa la mayor proporción territorial con un aproximado de 133,588 habitantes.

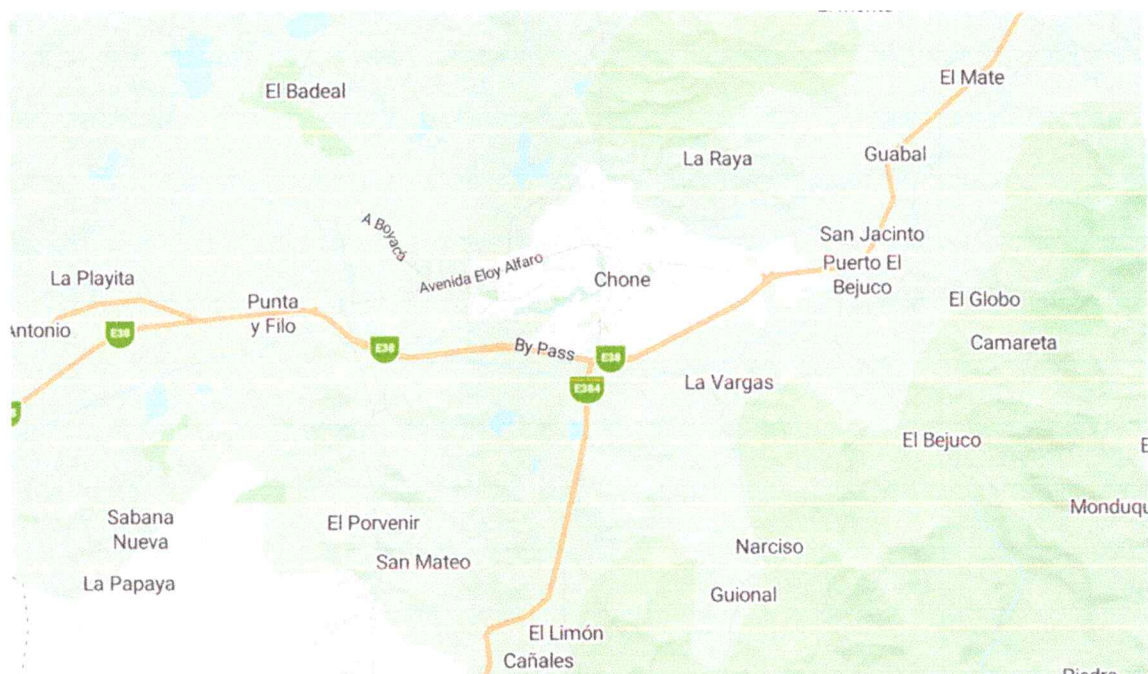


Ilustración 1. Ubicación geográfica del Cantón Chone
Fuente: Google Maps (2024)

2.2.4. Levantamiento de la información

El levantamiento de la información se obtuvo de productores, compradores y distribuidores que forman parte de las MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone, listado que fue proporcionado por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chone. A través de esta información se determinó la incidencia de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) en las MiPymes distribuidoras de alimentos, para la que se estableció que los mismos estaban distribuidos en 47 productores y 47 compradores, escogidos el cien por ciento para la muestra de la que establecerán los resultados precisos que confirman que la aplicación de las PRSE beneficia a las MiPymes del Cantón Chone.

2.3. Resultados

2.3.1. Análisis e interpretación de los resultados

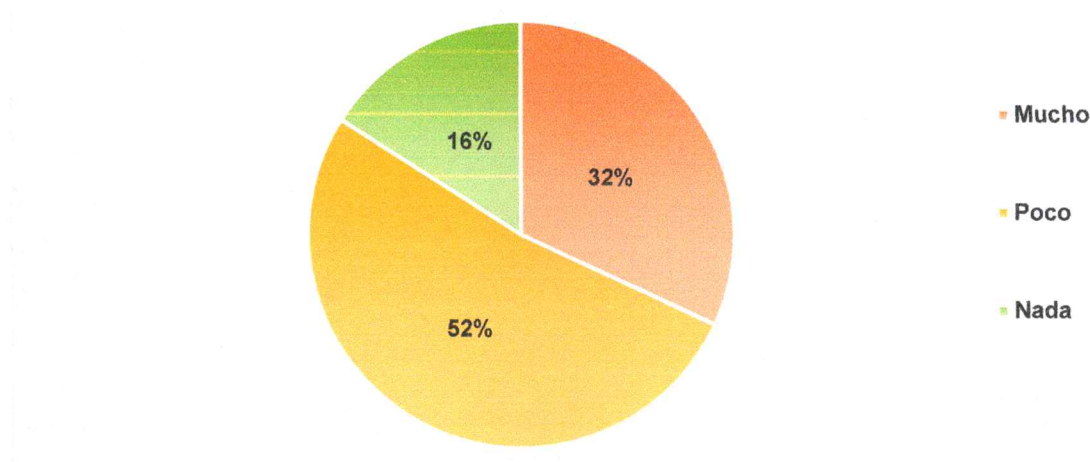
Encuesta dirigida a Compradores

Pregunta 1: ¿Está usted al tanto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que aplican las distribuidoras de alimentos de Chone?

Tabla 1. Conocimiento sobre las prácticas de responsabilidad empresarial.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente al tanto</i>	30	32 %
<i>Neutral</i>	49	52 %
<i>No, no estoy al tanto</i>	15	16 %
<i>Total</i>	94	100 %

Gráfico 1. Conocimiento sobre las prácticas de responsabilidad empresarial.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

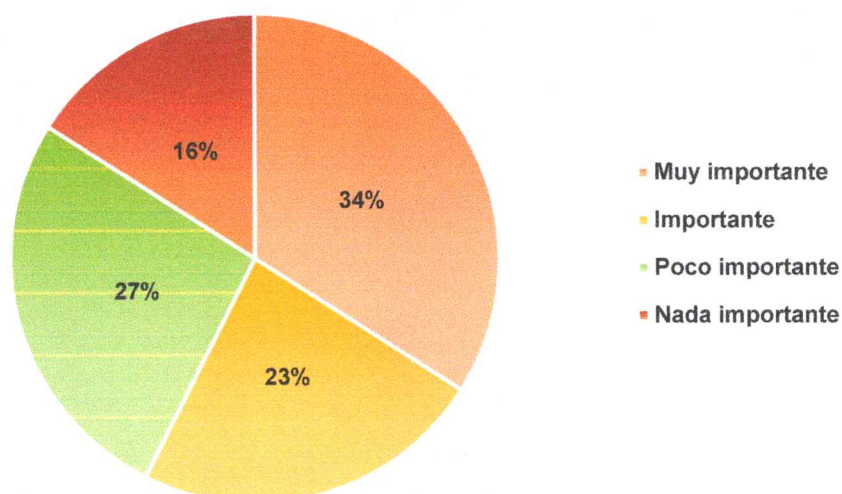
De las 94 personas encuestadas, el 32 % comenta que si está totalmente al tanto de las prácticas de responsabilidad social empresarial, el 16 % dice que no está al tanto de las mismas; mientras que el 52 % se encuentra en un punto neutral sobre el conocimiento de estas prácticas. esto indica que existe una gran cantidad de personas que no tienen conocimiento de estas prácticas.

Pregunta 2. ¿Qué tan importante considera usted que es la Responsabilidad Social Empresarial en las distribuidoras de alimentos de su comunidad?

Tabla 2. Importancia de la RSE en las MiPymes.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Muy importante</i>	32	34 %
<i>Importante</i>	22	23 %
<i>Poco importante</i>	25	27 %
<i>Nada importante</i>	15	16 %
Total	94	100 %

Gráfico 2. Importancia de la RSE en las MiPymes.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

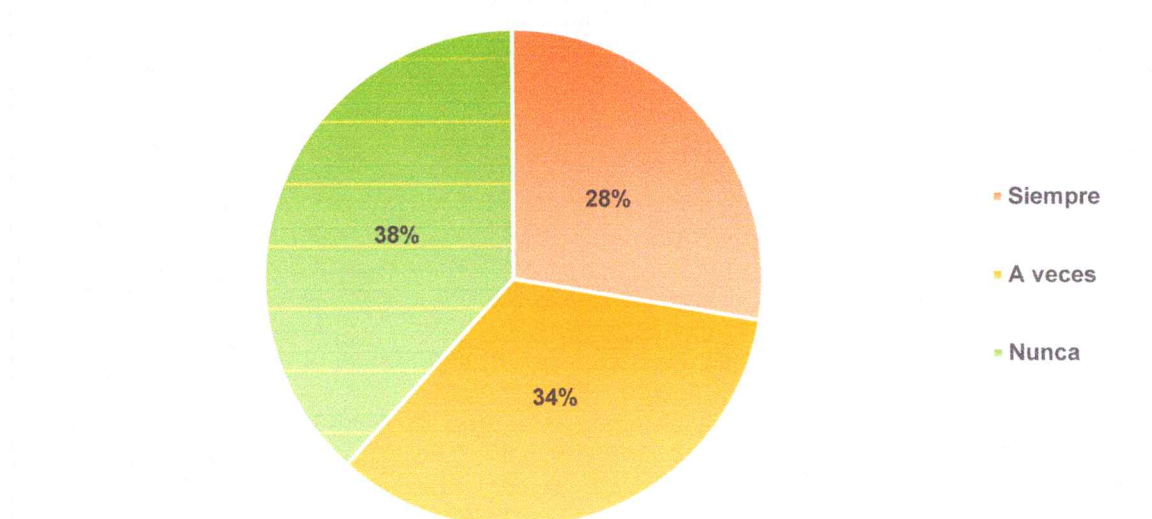
De los 94 encuestados, el 34 % comenta que la responsabilidad social empresarial es muy importante para las distribuidoras de alimentos, el 23 % argumenta que es importante; el 27 % dice que es poco importante; mientras que el 16 % admite que para nada es importante la responsabilidad social empresarial en las MiPymes distribuidoras de alimentos, demostrando con esto que estas prácticas no son aplicadas en estas MiPymes.

Pregunta 3. ¿Ha notado alguna vez que las distribuidoras de alimentos de Chone promuevan iniciativas que beneficien al medio ambiente, la comunidad o los empleados?

Tabla 3. Distribuidoras de alimentos aplican iniciativas para beneficios.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Siempre</i>	26	28 %
<i>A veces</i>	32	34 %
<i>Nunca</i>	36	38 %
<i>Total</i>	94	100 %

Gráfico 3. Distribuidoras de alimentos aplican iniciativas para beneficios.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

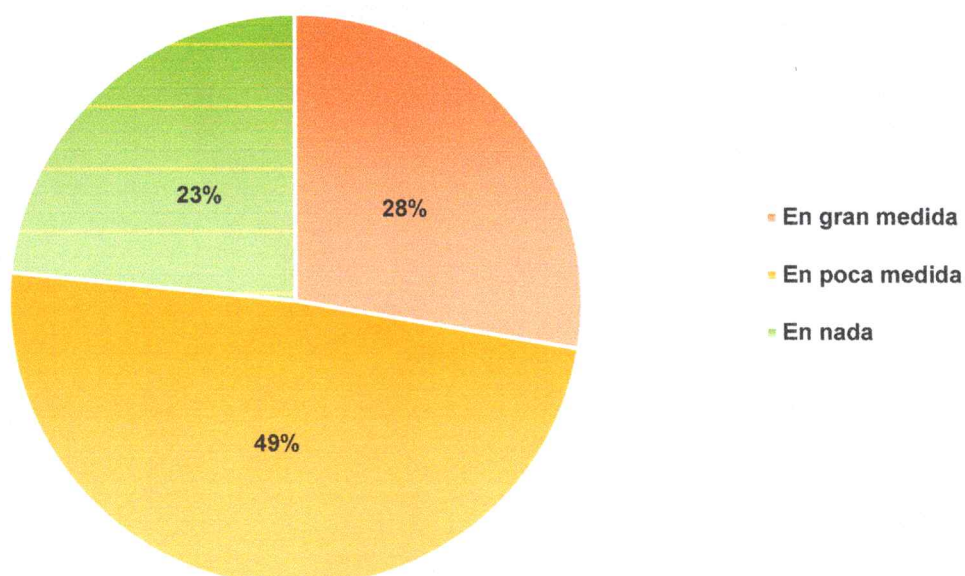
De las 94 personas encuestados, el 28 % opina que siempre las distribuidoras de alimentos promueven iniciativas que benefician al medio ambiente, a la comunidad o a los empleados; el 34 % argumenta que solo a veces las promueven; mientras que el 38 % admite que nunca lo hacen, lo que define que hay falta de iniciativas en las MiPymes distribuidoras de alimentos en la Ciudad de Chone, y esto puede generar impactos negativos.

Pregunta 4. ¿En qué medida le influye la responsabilidad social empresarial al momento de elegir qué distribuidor de alimentos comprar?

Tabla 4. Medidas que influyen en la RSE para elegir el distribuidor.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>En gran medida</i>	26	28 %
<i>En poca medida</i>	46	49 %
<i>En nada</i>	22	23 %
Total	94	100 %

Gráfico 4. Medidas que influyen en la RSE para elegir el distribuidor.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

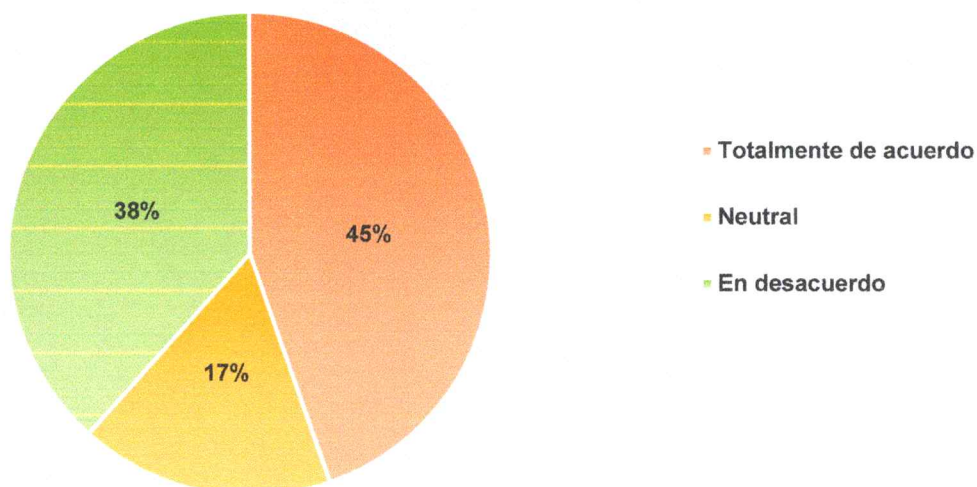
Del total de personas encuestadas, el 28% responde que en gran medida influye la responsabilidad social empresarial al momento de elegir en que distribuidor de alimentos comprar, el 49 % argumenta que en poca medida, influye; pero es el 23 % que admite que en nada influye la responsabilidad social empresarial al momento de elegir el distribuidor de alimentos; detalle que es pertinente al momento de adquirir el producto, ya que influye en gran medida la responsabilidad social empresarial.

Pregunta 5. ¿Cree usted que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por las distribuidoras de alimentos contribuyen positivamente al desarrollo del cantón Chone?

Tabla 5. Contribución de la RSE a las empresas distribuidoras de alimentos.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente de acuerdo</i>	42	45 %
<i>Neutral</i>	16	17 %
<i>En desacuerdo</i>	36	38 %
Total	94	100 %

Gráfico 5. Contribución de la RSE a las empresas distribuidoras de alimentos



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

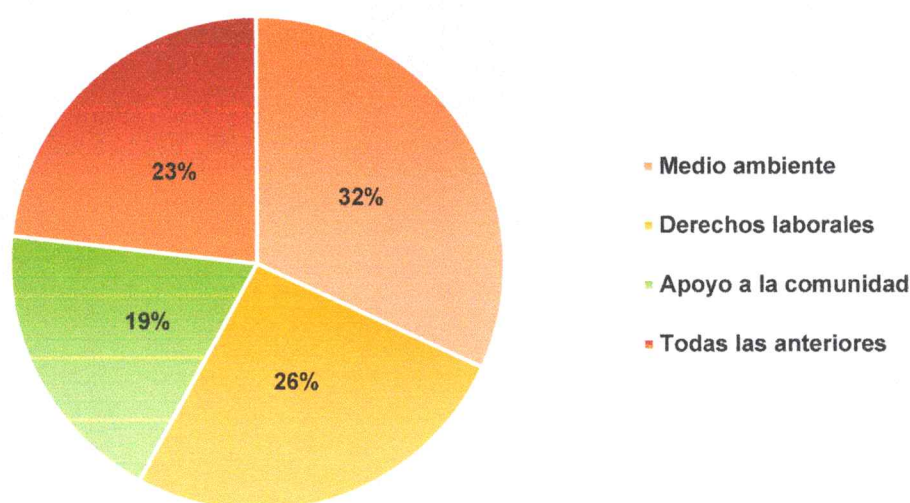
Del total de personas encuestadas, el 17 % responde que se encuentran en un punto neutral, el 45 % considera que totalmente están de acuerdo de que las prácticas de responsabilidad social empresarial contribuyen positivamente al desarrollo del cantón Chone; mientras que el 38 % argumenta que están en desacuerdo porque consideran que estas, no contribuye para nada al desarrollo, sin embargo con la opinión de la mayoría de encuestados, deja ver que con esto se construyen relaciones solidas que ayudan a descubrir nuevas oportunidades.

Pregunta 6. ¿En qué áreas cree Usted que las empresas distribuidoras de alimentos deberían priorizar más en términos de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 6. Áreas en que las empresas deberían priorizar más en RSE

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Medio ambiente</i>	44	47 %
<i>Derechos laborales</i>	36	38 %
<i>Apoyo a la comunidad</i>	26	28 %
<i>Todas las anteriores</i>	32	34 %
	94	100 %

Gráfico 6. Áreas en que las empresas deberían priorizar más en RSE



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

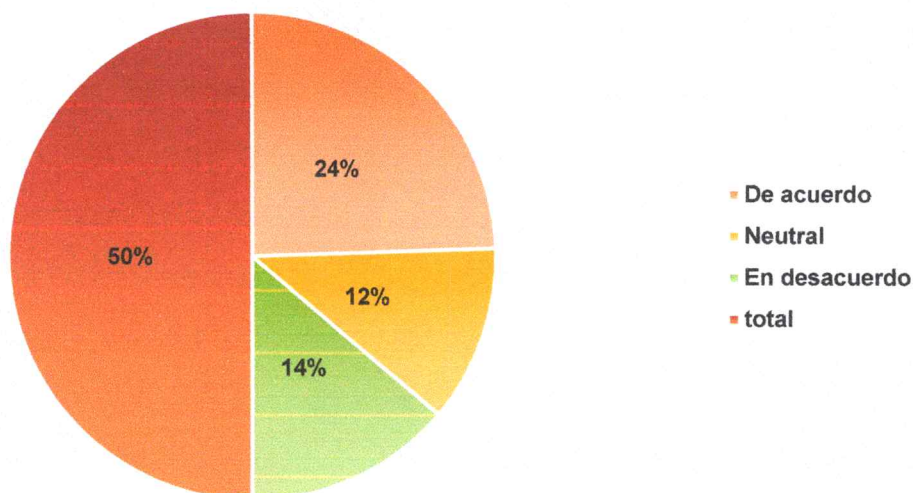
Del 94 personas encuestadas, el 47 % considera que la responsabilidad social empresarial debe ser aplicada en el área del medio ambiente; el 38 % argumenta que debe ser en los derechos laborales; mientras que el 28 % expresa que debe ser en el apoyo a la comunidad; pero el 34 % opina que debe estar enfocada en todas las áreas mencionadas; cuando en realidad así debe ser, para lograr las metas propuestas dentro del impulso de un negocio.

Pregunta 7. ¿Considera usted que las distribuidoras de alimentos deberían promover más la visibilidad de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 7. Promover la visibilidad de las prácticas de RSE.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
De acuerdo	46	49 %
Neutral	22	23 %
En desacuerdo	26	28 %
Total	94	100 %

Gráfico 7. Promover la visibilidad de las prácticas de RSE.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

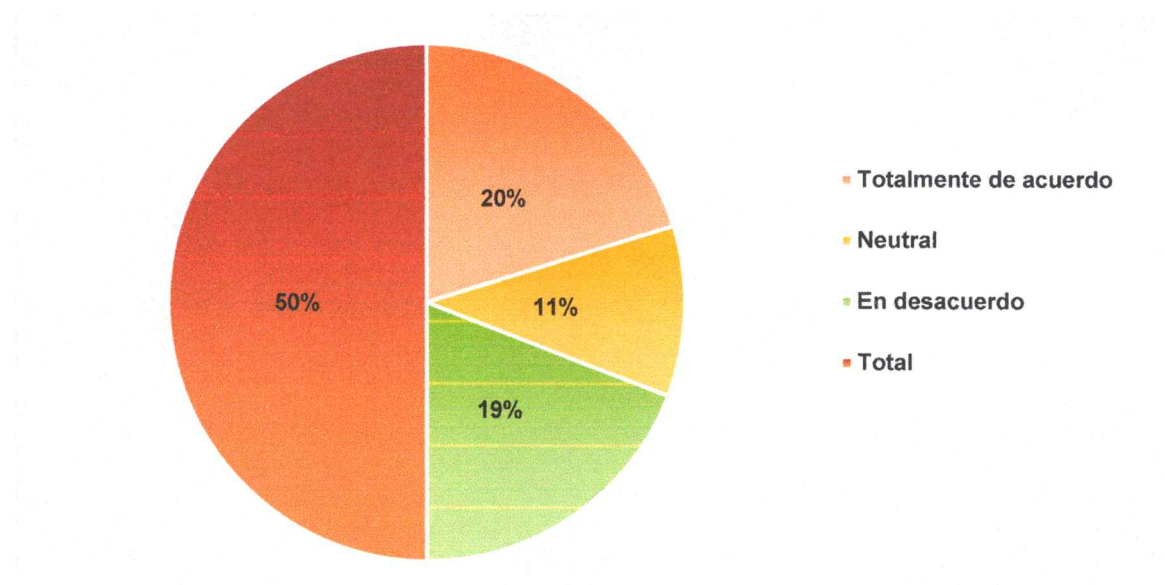
De las 94 personas encuestadas, el 49 % considera que está de acuerdo que las empresas distribuidoras de alimentos del Cantón Chone deberían promover más la visibilidad de sus prácticas de responsabilidad social empresarial; el 23 % argumenta que está en un punto neutral; y, el 28 % expresa que está en desacuerdo, porque esta información debe ser interna para un funcionamiento exitoso y sin que la competencia obtenga beneficios de sus aportes. Sin embargo si deben dejar visible estas prácticas para mostrar con ello, a que se debe el éxito de su desarrollo.

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto/a pagar un poco más por productos de empresas distribuidoras de alimentos que demuestren un compromiso claro con la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 8. Productos que demuestran compromiso con las MiPymes.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente de acuerdo</i>	38	40%
<i>Neutral</i>	20	21%
<i>En desacuerdo</i>	36	38%
Total	94	100%

Gráfico 8. Productos que demuestran compromiso con las MiPymes.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

De las 94 personas encuestadas, el 40 % está totalmente de acuerdo en que estaría dispuesto a pagar un poco más por productos de empresas distribuidoras de alimentos que demuestren un compromiso claro con la responsabilidad social empresarial, el 21 % está en un punto neutral; mientras que el 38 % está en desacuerdo; sin embargo, estos resultados demuestran que si hay confianza en las MiPymes del Cantón Chone para la productividad de este.

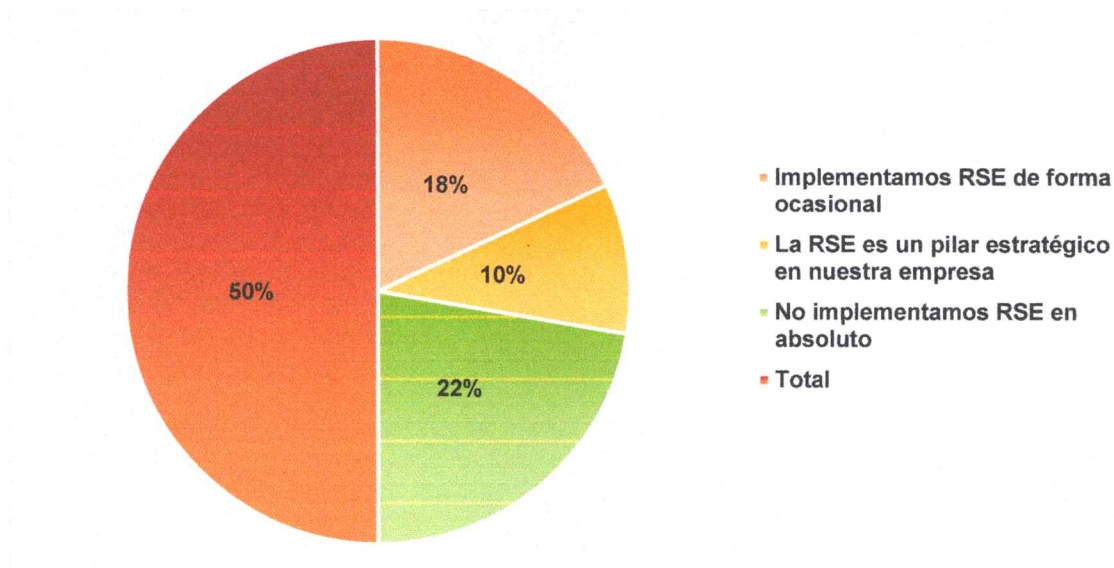
Encuesta dirigida a Productores.

Pregunta 1: ¿Está su empresa implementando actualmente prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Tabla 9. Implementación de las prácticas de responsabilidad empresarial.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Implementamos RSE de forma ocasional</i>	34	36 %
<i>La RSE es un pilar estratégico en nuestra empresa</i>	18	19 %
<i>No implementamos RSE en absoluto</i>	42	45 %
Total	94	100 %

Gráfico 9. Implementación de las prácticas de responsabilidad empresarial.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

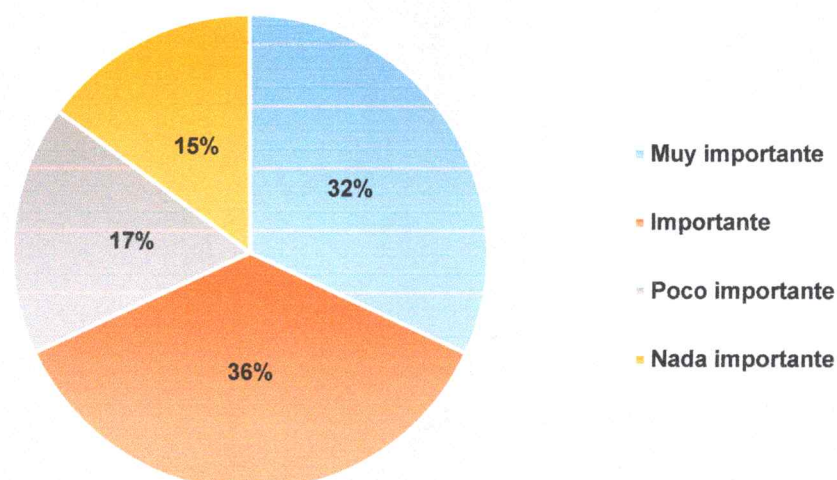
De las 94 personas encuestadas, el 36 % comenta que implementan las prácticas de responsabilidad social empresarial de forma ocasional; el 19 % dice que las prácticas de responsabilidad social empresarial son un pilar estratégico en su empresa; mientras que el 45 % no implementan las prácticas de responsabilidad social empresarial en absoluto; cuando en realidad deben implementarlas en caso de no tenerlas, para su evolución en el campo económico y social.

Pregunta 2. Qué tan importante considera usted que es la Responsabilidad Social Empresarial para el éxito y la sostenibilidad de su empresa distribuidora de alimentos?

Tabla 10. Importancia de la RSE para el éxito y la sostenibilidad.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Muy importante</i>	30	32 %
<i>Importante</i>	34	36 %
<i>Poco importante</i>	16	17 %
<i>Nada importante</i>	14	15 %
Total	94	100 %

Gráfico 10. Importancia de la RSE para el éxito y la sostenibilidad.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

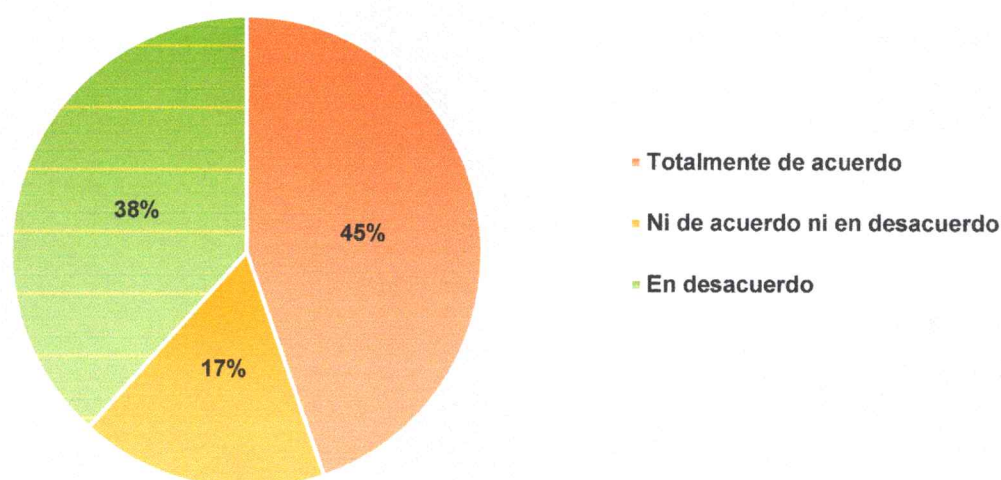
De los 94 encuestados, el 32 % comenta que la responsabilidad social empresarial es muy importante para el éxito y la sostenibilidad de las distribuidoras de alimentos; el 36 % argumenta que es importante; el 17 % dice que es poco importante; mientras que el 15 % admite que para nada es importante la responsabilidad social empresarial para el éxito y la sostenibilidad en las MiPymes distribuidoras de alimentos; siendo esta relevante para la sostenibilidad de una empresa.

Pregunta 3. ¿Cree usted que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su empresa mejoran la relación con sus clientes?

Tabla 11. Con la RSE mejoran la relación con los clientes.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente de acuerdo</i>	42	45 %
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	16	17 %
<i>En desacuerdo</i>	36	38 %
Total	94	100 %

Gráfico 11. Con la RSE mejoran la relación con los clientes.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

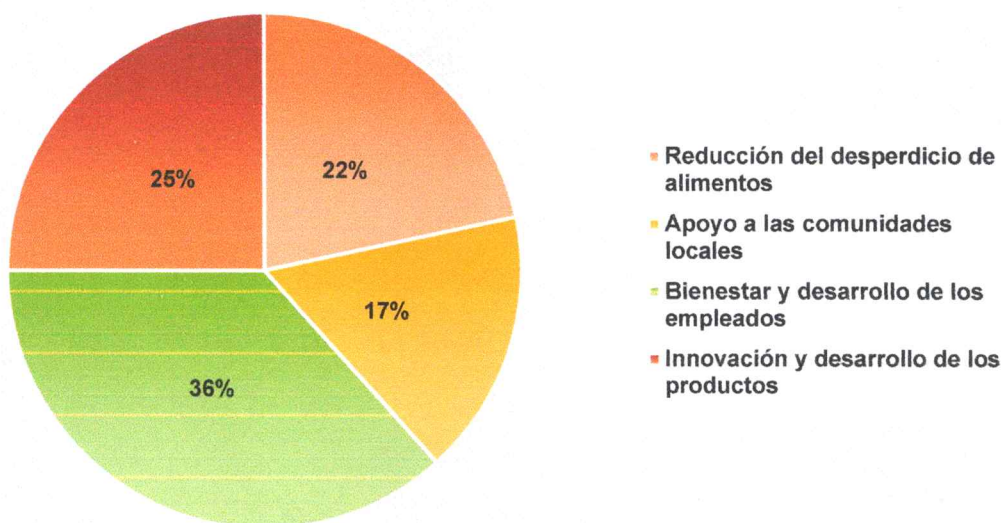
De las 94 personas encuestadas, el 45 % opina que con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial si mejoran las relaciones con sus clientes; el 17 % opinan que no están de acuerdo ni en desacuerdo ante este cuestionamiento; mientras que el 38 % argumenta que está en desacuerdo; ya que la relación con los clientes no dependen de estas prácticas para que las MiPymes distribuidoras de alimentos en la Ciudad de Chone, puedan evolucionar positivamente en sus relaciones. Siendo que estas prácticas son muy importantes para relacionarse, no solo con los clientes, sino también con todos los involucrados en el negocio.

Pregunta 4. ¿Cuál de estas áreas considera que su empresa necesita más atención en términos de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 12. Áreas que necesitan más atención.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Reducción del desperdicio de alimentos</i>	26	28 %
<i>Apoyo a las comunidades locales</i>	20	21 %
<i>Bienestar y desarrollo de los empleados</i>	44	47 %
<i>Innovación y desarrollo de los productos</i>	30	32 %
Total	94	100 %

Gráfico 12. Áreas que necesitan más atención.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

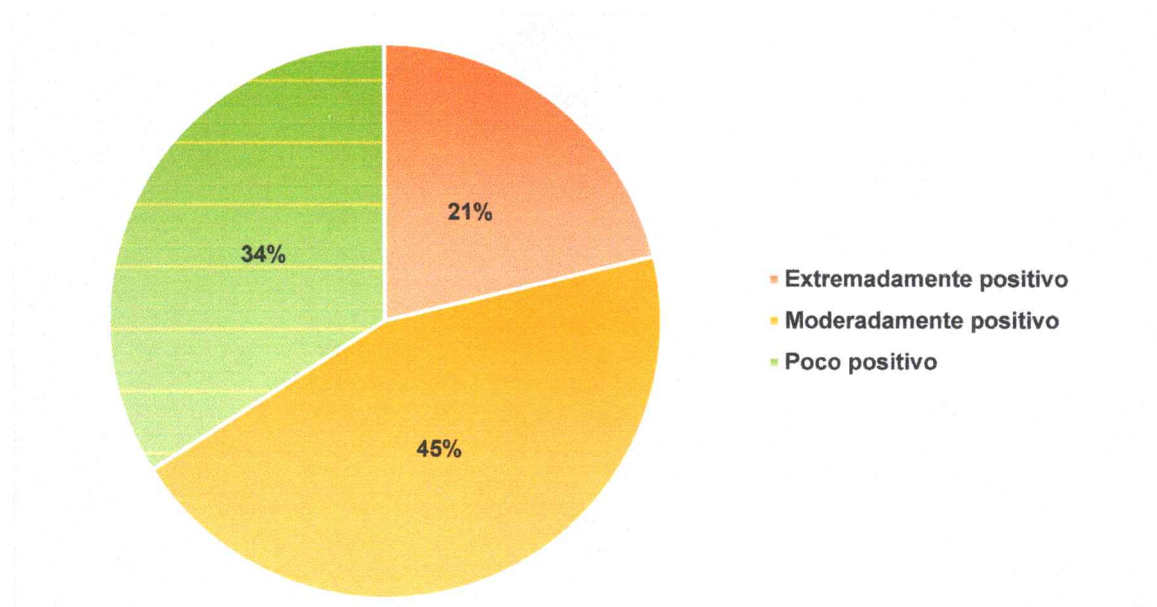
Del total de personas encuestadas, el 28% responde que el área que necesita más atención es en la reducción del desperdicio de alimentos; el 21 % considera que es en el apoyo a las comunidades locales; el 47 % amerita que es en el bienestar y desarrollo de los empleados; y el 32 % dice que es en la innovación y desarrollo de los productos, asegurando que sus opiniones se limitan al empleado y al producto que ofrecen, más que, se debe considerar que todas las áreas son importantes y por ello la atención debe ser compartida con todas ellas.

Pregunta 5. ¿Ha notado algún impacto positivo en la productividad o en la reputación de su empresa debido a las prácticas de RSE implementadas?

Tabla 13. Impacto positivo en la productividad.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Extremadamente positivo</i>	20	21 %
<i>Moderadamente positivo</i>	42	45 %
<i>Poco positivo</i>	32	34 %
Total	94	100 %

Gráfico 13. Impacto positivo en la productividad.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

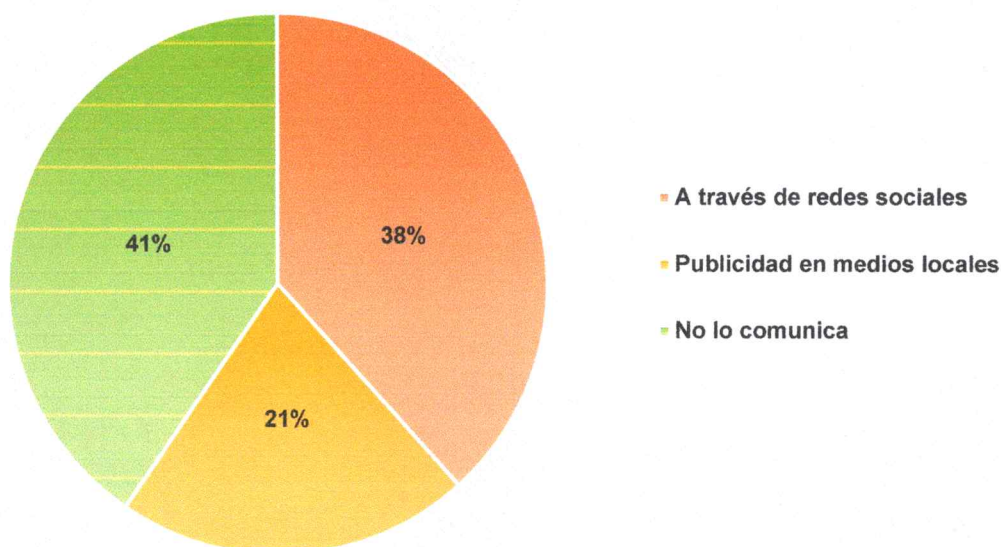
Del total de personas encuestadas, el 21 % responde que el impacto positivo en la productividad o en la reputación de su empresa debido a las prácticas de responsabilidad social empresarial es extremadamente positivo; el 45 % dice que solo es moderadamente positivo el impacto; mientras que el 34 % argumenta que es poco positivo para la productividad o la reputación de estas. Argumentando que si estas prácticas son bien implementadas, van a generar positividad en cualquier punto propuesto.

Pregunta 6. ¿Cómo comunica su empresa sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial a los clientes y la comunidad?

Tabla 14. Comunicación acerca de las prácticas de RSE.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>A través de redes sociales</i>	36	38 %
<i>Publicidad en medios locales</i>	20	21 %
<i>No lo comunica</i>	38	41 %
Total	94	100 %

Gráfico 14. Comunicación acerca de las prácticas de RSE.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

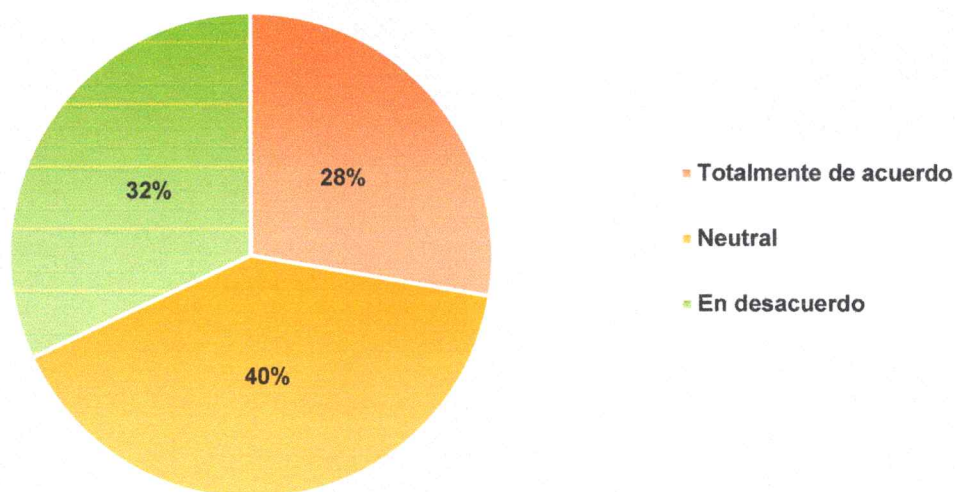
Del 94 personas encuestadas, el 38 % comenta que las prácticas de responsabilidad social empresarial son comunicadas a sus clientes a través de las redes sociales; el 21 % argumenta que lo hace por los medios locales; mientras que, el 41 % expresa no las comunica, ya que es una estrategia para mantener en privado su innovación y desarrollo ante la competencia; sin embargo es de gran utilidad que estas sean comunicadas, para que los involucrados tengan conocimiento de las medidas aplicadas.

Pregunta 7. ¿Cree usted que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye a fortalecer la competitividad de su empresa distribuidora de alimentos frente a otras en Chone?

Tabla 15. La RSE contribuye a fortalecer la competitividad.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente de acuerdo</i>	26	28 %
<i>Neutral</i>	38	40 %
<i>En desacuerdo</i>	30	32 %
Total	94	100 %

Gráfico 15. La RSE contribuye a fortalecer la competitividad.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

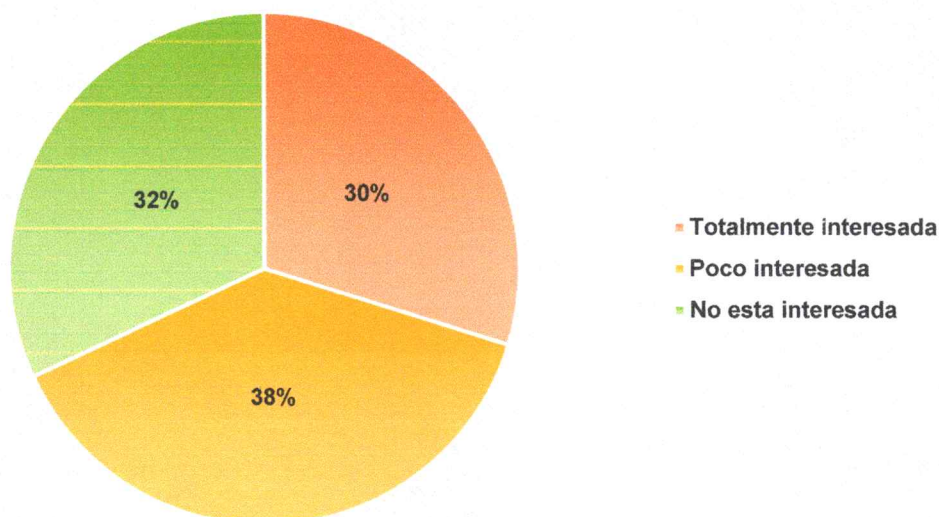
De las 94 personas encuestadas, el 28 % considera que está totalmente de acuerdo que la responsabilidad social empresarial contribuye a fortalecer la competitividad de su empresa; el 40 % se mantiene en un punto neutral sobre esta incógnita; mientras que el 32 % expresa que está en desacuerdo acerca de esta aseveración. Esta división refleja diferentes percepciones sobre el valor de la RSE, sugiriendo que, aunque algunos empresarios ven una ventaja clara en su implementación, otros no lo consideran así.

Pregunta 8. ¿Está su empresa interesada en colaborar con otras empresas, proveedores o entidades locales para ampliar sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 16. Interés en colaborar con otros para ampliar sus prácticas.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
<i>Totalmente interesada</i>	28	30 %
<i>Poco interesada</i>	36	38 %
<i>No está interesada</i>	30	32 %
<i>Total</i>	94	100 %

Gráfico 16. Interés en colaborar con otros para ampliar sus prácticas.



Fuente: Encuesta dirigida a integrantes de las MiPymes del Cantón Chone
Elaborado por: Karina Lisbeth Tena Zambrano.

Análisis e interpretación de resultados.

De las 94 personas encuestadas, el 30 % está totalmente interesada en colaborar con otras empresas, proveedores o entidades locales para ampliar sus prácticas de responsabilidad social empresarial, el 38 % está un poco interesada en hacerlo; sin embargo, el 32 % no está interesada para nada, pero todo esto muestra que es por el desconocimiento sobre estas prácticas que impulsan el desarrollo de las MiPymes principalmente en la productividad del cantón.

2.4. Comprobación de hipótesis

Para comprobar la hipótesis "Las prácticas de responsabilidad social empresarial inciden favorablemente en las MiPymes distribuidoras de alimentos, generando el desarrollo sostenible y bienestar de la comunidad", se van a analizar los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los productores y a los compradores para evaluar si los datos respaldan la relación entre las prácticas de RSE y los beneficios tanto para las MiPymes distribuidoras de alimentos como para la comunidad chonense, en lo que a términos de desarrollo sostenible y bienestar se refiere en esta investigación.

Las respuestas obtenidas en ambas encuestas (dirigidas a compradores y a productores) proporcionan una visión valiosa sobre la percepción y aplicación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone, y su impacto en el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad. A continuación, se realiza un análisis de las respuestas de la encuesta realizada y se extraen conclusiones sobre cómo las prácticas de RSE inciden en estas empresas.

De la encuesta a Compradores se obtiene que sobre:

Conocimiento sobre las prácticas de RSE:

El 32 % de los encuestados está totalmente al tanto de las prácticas de RSE, mientras que el 52 % se encuentra en un punto neutral. Esto sugiere que hay un conocimiento moderado o bajo entre los compradores sobre las iniciativas de RSE, lo cual indica que las distribuidoras de alimentos pueden no estar comunicando claramente sus esfuerzos de responsabilidad social.

Importancia de la RSE:

El 34 % considera que la RSE es muy importante, pero un 16 % piensa que no es relevante para nada. Esto refleja una división de opiniones, lo que sugiere que la RSE no siempre se percibe como un factor determinante para elegir un distribuidor, aunque para muchos sí es un factor importante.

Iniciativas a favor del medio ambiente y la comunidad:

El 38 % de los encuestados considera que nunca se promueven estas iniciativas. Este dato refleja una falta de visibilidad de las acciones de RSE en las distribuidoras de alimentos de Chone, lo cual podría contribuir a una percepción negativa de estas empresas en cuanto a su impacto en la comunidad y el medio ambiente.

Influencia de la RSE en la decisión de compra:

Un 49 % menciona que la RSE influye poco en su decisión de compra, mientras que un 23 % indica que no influye en absoluto. Aunque hay cierto interés, la Responsabilidad Social Empresarial no es un factor decisivo para la mayoría de los compradores en Chone.

Impacto en el desarrollo del cantón:

Aunque el 45 % considera que las prácticas de RSE contribuyen positivamente al desarrollo, un 38 % cree que no contribuyen en nada. Esto refleja una falta de evidencia clara de que las acciones de RSE estén generando un impacto tangible en el desarrollo local.

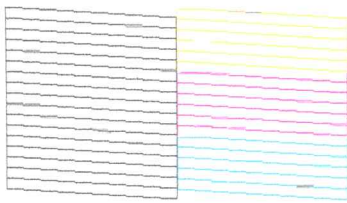
De la encuesta a Productores se obtiene sobre:

Implementación de prácticas de RSE:

Un 45 % de los productores no implementa ninguna práctica de RSE, y un 36 % lo hace de forma ocasional. Esto sugiere que muchas empresas distribuidoras de alimentos no están priorizando la RSE como una estrategia clave para el éxito empresarial.

Importancia de la RSE para el éxito empresarial:

El 32 % considera que la RSE es muy importante para el éxito de su empresa, mientras que un 15 % cree que no es relevante. Esto refleja que, aunque algunos productores entienden la importancia de la RSE, para otros no tiene un impacto directo en la sostenibilidad de su negocio.



Mejora de la relación con los clientes:

El 45 % de los productores cree que la RSE mejora la relación con los clientes, mientras que un 38 % opina que no tiene ningún efecto. Esto indica que los beneficios de la RSE para la relación con los clientes aún son percibidos de manera incierta por los productores.

Borderless	0
Color Pages	0
B/W Pages	0
With Border	0
Color Pages	10710
B/W Pages	31
Blank Pages	53112
Total Pages	2023/09/14
First Time Printing	

Impacto en la productividad y reputación:

Aunque el 21 % de los productores observa un impacto extremadamente positivo de la RSE en la productividad y la reputación, un 34 % considera que el impacto es mínimo. Esto refleja que, aunque algunos ven resultados positivos, la mayoría no percibe un efecto significativo de la Responsabilidad Social Empresarial en el rendimiento empresarial.

Comunicación de la RSE:

El 41 % de los productores no comunica sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que podría contribuir a la falta de conocimiento de los consumidores sobre estas acciones. Las empresas que sí comunican lo hacen principalmente a través de redes sociales (38 %).

Fortalecimiento de la competitividad:

Un 40 % de los productores está en un punto neutral sobre si la Responsabilidad Social Empresarial, fortalece su competitividad, lo que sugiere que aún no hay consenso claro sobre el impacto directo de la RSE en la competitividad de las empresas.

Colaboración para ampliar las prácticas de RSE:

Un 38 % de los productores está un poco interesado en colaborar con otras empresas o entidades locales para ampliar las prácticas de RSE. Esto demuestra que, aunque hay interés en mejorar las prácticas de RSE, aún existe cierto desconocimiento o falta de motivación para colaborar con otros actores locales.

De estas respuestas de ambas encuestas revelan que, aunque hay un reconocimiento general de la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial, su implementación y visibilidad son limitadas. Si bien algunos compradores valoran la RSE, no es un factor determinante en su decisión de compra. Por otro lado, muchos productores no implementan prácticas de RSE de manera sistemática, y aquellos que lo hacen no siempre ven un impacto claro en la productividad o la competitividad.

Sin embargo, existe un potencial significativo para que la RSE contribuya al desarrollo sostenible de Chone. Si las distribuidoras de alimentos mejoraran la comunicación de sus prácticas de RSE y ampliaran su enfoque en áreas clave como el bienestar de los empleados, el medio ambiente y las comunidades locales, podrían fortalecer tanto su reputación como su competitividad. Además, una mayor colaboración con otras empresas y entidades locales podría ampliar los beneficios de la RSE, generando un impacto más amplio en la comunidad y en la sostenibilidad del cantón.

En síntesis, se puede decir que las prácticas de RSE tienen el potencial de incidir favorablemente en las MiPymes distribuidoras de alimentos, pero es necesario un mayor compromiso y visibilidad de estas iniciativas para generar un impacto real y duradero en el desarrollo económico y social de Chone.



CAPITULO III

PROPUESTA

Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone.

Introducción.

La propuesta que se presenta se enfoca en mejorar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dentro de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) distribuidoras de alimentos del Cantón Chone, a partir del levantamiento de información obtenido a través de un estudio de campo. El mismo que permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que enfrentan estas empresas debido a la falta o a la inadecuada aplicación de las prácticas de RSE; este análisis proporcionó una base sólida para reconocer las áreas de mejora y, por lo tanto, determinar pautas clave que permitirán la implementación de acciones correctivas y proactivas.

Alcance.

Abordar directamente los aspectos identificados, con el fin de optimizar la responsabilidad social empresarial en las MiPymes distribuidoras de alimentos del cantón Chone; donde las áreas de intervención incluirán la promoción de prácticas más sostenibles, el fortalecimiento de las relaciones laborales, el impacto positivo en la comunidad local y la mejora en la gestión ambiental, todo esto contribuirá al crecimiento de las MiPymes y al bienestar social y económico de la población chonense.

Objetivo de la propuesta

Proporcionar a las empresas distribuidoras de alimentos del cantón Chone, una ventaja competitiva en el mercado mediante la mejora de su imagen y reputación. A su vez, se espera que estas acciones fomenten una cultura empresarial más responsable y consciente, alineada con el desarrollo sostenible de la región y el bienestar tanto de compradores como de productores.

Estrategias para mejorar las prácticas de responsabilidad social empresarial en las MiPymes distribuidoras de alimentos.

Capacitación y Sensibilización sobre RSE: Dado el bajo nivel de conocimiento de las prácticas de RSE entre los encuestados, se propone desarrollar un programa de capacitación como talleres, seminarios y encuentros con expertos en RSE, que se enfoquen en los beneficios que aportan tanto a las empresas como a la comunidad.

Fortalecimiento de la Comunicación sobre RSE: Se propone crear una estrategia de comunicación que permita visibilizar las iniciativas que ya se están llevando a cabo, y fomentar una mayor transparencia. Las MiPymes pueden utilizar sus canales de comunicación, como redes sociales, páginas web y relaciones con los medios locales, para compartir sus acciones y logros en el ámbito de la RSE, lo que también mejorará su imagen corporativa y generará confianza en la comunidad de este cantón manabita.

Priorizar Áreas Clave de RSE: Se propone que las empresas se enfoquen en adoptar prácticas que promuevan la sostenibilidad ambiental, como la reducción de residuos, el ahorro de energía y la gestión adecuada de recursos; por ello, se debe fomentar la mejora de las condiciones laborales, mediante políticas que favorezcan el bienestar de los empleados, como la creación de un ambiente de trabajo seguro y justo.

Evaluación y Mejora Continua: Para que las prácticas de RSE sean efectivas y contribuyan realmente al desarrollo sostenible, es necesario establecer mecanismos de evaluación periódica que permitan medir el impacto de las acciones implementadas. Se recomienda que las MiPymes realicen auditorías internas y encuestas de satisfacción entre los empleados y la comunidad, para evaluar la efectividad de las iniciativas de RSE. Además, deben estar dispuestas a ajustar sus estrategias según los resultados obtenidos, con el objetivo de mejorar continuamente el bienestar de la comunidad y la sostenibilidad de la empresa.

Conclusión de la propuesta.

A partir de los resultados de las encuestas a compradores y productores, y considerando el contexto de las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone, se generan varias propuestas para mejorar la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en estas empresas, así como su impacto en la comunidad y su sostenibilidad, como que:

Las distribuidoras de alimentos deben hacer un esfuerzo consciente por comunicar sus prácticas de RSE a través de canales accesibles y visibles, como redes sociales, páginas web, y medios locales. Esto ayudará a aumentar la conciencia tanto entre los compradores como entre los productores sobre las acciones positivas que están llevando a cabo.

Los productores de alimentos deben incorporar las prácticas de RSE como un pilar estratégico de su modelo de negocio, no solo como una acción aislada. Esto podría incluir la mejora en la calidad del empleo, la implementación de políticas ecológicas y el apoyo a la comunidad local.

Según las encuestas, las áreas más prioritarias son el bienestar de los empleados, la reducción de desperdicios y el apoyo a la comunidad. Las empresas deben adoptar prácticas más activas en estas áreas, como la implementación de programas de reciclaje y reducción de desperdicios de alimentos, ofrecer mejores condiciones laborales y promover la participación en actividades comunitarias.

Fomentar la cooperación entre las MiPymes distribuidoras de alimentos y otras entidades locales para llevar a cabo proyectos conjuntos de RSE, como campañas de concienciación sobre sostenibilidad o programas de apoyo social.

Desarrollar programas de capacitación y sensibilización para los productores sobre la importancia de la RSE, cómo implementarla eficazmente y qué beneficios tiene para sus negocios. Esto incluiría talleres y seminarios sobre prácticas sostenibles, derechos laborales, y el impacto de la RSE en la competitividad.

Por lo tanto, para que las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone contribuyan al desarrollo sostenible y generen un impacto positivo en la comunidad, es esencial que adopten un enfoque más estratégico y visible en sus prácticas de RSE. Las propuestas clave incluyen mejorar la comunicación de las acciones de RSE, priorizar áreas como el bienestar de los empleados, el medio ambiente y la comunidad, fomentar la colaboración local, y capacitar a los productores sobre los beneficios de la RSE. Estas acciones no solo fortalecerán la competitividad de las empresas, sino que también impulsarán el bienestar social y económico del cantón Chone.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

✓ Las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) inciden en las MiPymes distribuidoras de alimentos, aunque tienen un impacto limitado no deja de ser potencialmente positivo para el Cantón Chone; y, aunque muchas empresas han comenzado a implementar algunas prácticas de RSE, su visibilidad, integración y aplicación estratégica son todavía incipientes, sin dejar ver que estas prácticas de RSE contribuyen al bienestar de la comunidad y al desarrollo empresarial, siendo que su limitación se debe a la falta de conciencia y a la escasa integración dentro de la cultura empresarial local.

✓ La mayoría de las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone implementan prácticas de RSE de manera ocasional, en gran parte se enfocan en las condiciones laborales de sus empleados, solo un pequeño porcentaje las ha integrado como un pilar estratégico dentro de su modelo de negocio.

✓ El Cantón Chone alberga una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que desempeñan un papel crucial en la economía local, la mayoría de estas tienen una estructura limitada, lo que puede dificultar la implementación de prácticas de RSE más elaboradas.

✓ La relación entre las prácticas de RSE y las MiPymes distribuidoras de alimentos en Chone es aún inaugural, porque si bien algunos productores reconocen que las prácticas de RSE pueden mejorar la relación con los clientes y la competitividad, muchos no las implementan de manera consistente ni las perciben como una herramienta clave para el éxito empresarial.

✓ Para lograr un desarrollo sostenible en las MiPymes distribuidoras de alimentos del Cantón Chone, es crucial proponer y fomentar la adopción de prácticas de RSE que aborden tanto la sostenibilidad empresarial como el bienestar de la comunidad.

Recomendaciones.

❖ Es importante aumentar la conciencia sobre los beneficios de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las MiPymes del Cantón Chone. Para ello, se debe invertir en programas de capacitación y sensibilización que resalten cómo la integración de estas prácticas puede contribuir tanto al bienestar social como al desarrollo empresarial.

❖ Las empresas deberían integrar las prácticas de RSE en su modelo de negocio de manera estratégica. Esto implica no solo mejorar las condiciones laborales, sino también incluir iniciativas de sostenibilidad ambiental y compromiso social que puedan generar un impacto más amplio.

❖ Dado que muchas de estas empresas tienen estructuras limitadas, sería beneficioso proporcionar apoyo financiero y técnico que facilite la implementación de estrategias de RSE más desarrolladas. Esto podría incluir incentivos fiscales o acceso a consultorías especializadas.

❖ Establecer redes de colaboración entre las MiPymes de Chone podría mejorar la implementación de RSE, ya que las empresas podrían compartir buenas prácticas, recursos y conocimientos sobre cómo integrar la RSE de manera más efectiva; ya que es fundamental crear mecanismos que permitan evaluar de manera continua el impacto de las prácticas de RSE, para que las empresas puedan ajustar sus enfoques y maximizar los beneficios tanto para su competitividad como para el bienestar comunitario.

❖ Las autoridades locales deben crear políticas públicas que fomenten la adopción de la RSE entre las MiPymes, asegurando que se reconozca y valore el impacto positivo que estas prácticas pueden tener en la competitividad y en el desarrollo local sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, M., González, E., & Ube, W. (2019). Oportunidad de la Contabilidad de Gestión en las PYMES en Ecuador. *EIDEA, Journal of Business Sciences*, 18-26.
- Blog de Empresas Ecuador. (2023). La clasificación de las Pymes en Ecuador: una mirada detallada a su categorización y características. *Empresas Ecuador. com*.
- Condori Ojeda, P. (2020). *Universo, población y muestra*.
- Diario El Universo. (2021). *Estas son las 50 empresas en Ecuador que más ventas generaron en el 2020*. Guayaquil: Diario El Universo.
- Grupo Usieto, S. (2021). ¿Conoces lo que es una distribuidora comercial de alimentos? *Grupo Usieto*, 16.
- Hernández, H., Pitre, R., & Orozco, B. (2020). Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial. *Dialnet*, 35-43. doi:10.18041/2619-4244/dl.27.6269
- Lara, A., & Sánchez, J. (2022). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *SciELO*. doi:<https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Lazovska, D. (6 de Agosto de 2019). *Expok. Comunicación de sustentabilidad y RSE*. Obtenido de Las 7 mejores prácticas de responsabilidad social: <https://www.expoknews.com/7-mejores-practicas-de-responsabilidad-social/>
- López Falcon, A. (2021). *ACERCA DE LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA*. Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.
- Méndez, D. (2024). Definición de Distribuidor. *Economía simple.net*.

- Miñan, M. (2024). *Ejemplos Verdes*. Obtenido de Definición de Población en Investigación Según autores: https://labes-unizar.es/poblacion-estadistica-definicion-y-metodos-de-analisis/?expand_article=1
- Muñoz Razo, C. (2022). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Universidad del Valle de México.
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 1-20.
- Rangel, I., & Toscano, A. (2022). ¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas? *Ciencia Latina* , 8-24.
- Rodriguez, R., & Áviles, V. (1 de Julio de 2020). *Digital Publisher*. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Román, B., Rodríguez, M., & Gómez de la Fuente, C. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *SciELO*.
- Tfur Puente, R. (2020). *Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de Maestría en Educación*. San Miguel-Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vallaes, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *SciELO*.
- Yauri, M., Erazo, C., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). Plan de responsabilidad social empresarial para el sector inmobiliario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10). doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.700>

ANEXOS.

Anexo N°. 1. Formato de encuesta



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Extensión Chone

Carrera: Administración de Empresas

Instrumento: Encuesta dirigida a Compradores como parte de las MiPymes distribuidoras de alimentos Cantón Chone.

Objetivo: Determinar cómo inciden las prácticas de responsabilidad empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos Cantón Chone.

Instrucción: Agradezco su colaboración y tiempo, los datos recolectados serán confidenciales, responda con sinceridad.

1. ¿Está usted al tanto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que aplican las distribuidoras de alimentos de Chone?

- Totalmente al tanto ()
- Neutral ()
- No, no estoy al tanto ()

1. ¿Qué tan importante considera usted que es la Responsabilidad Social Empresarial en las distribuidoras de alimentos de su comunidad?

- Muy importante ()
- Importante ()
- Poco importante ()
- Nada importante ()

2. ¿Ha notado alguna vez que las distribuidoras de alimentos de Chone promuevan iniciativas que beneficien al medio ambiente, la comunidad o los empleados?

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

3. ¿En qué medida le influye la responsabilidad social empresarial al momento de elegir qué distribuidor de alimentos comprar?

- En gran medida ()
- En poca medida ()
- En nada ()

4. ¿Cree usted que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por las distribuidoras de alimentos contribuyen positivamente al desarrollo del cantón Chone?

- Totalmente de acuerdo ()
- Neutral ()
- En desacuerdo ()

5. En su opinión, ¿cuáles de estas áreas deberían ser priorizadas por las distribuidoras de alimentos de Chone en términos de Responsabilidad Social Empresarial?

- Medio ambiente ()
- Derechos laborales ()
- Apoyo a la comunidad ()
- Todas las anteriores ()

6. ¿Considera usted que las distribuidoras de alimentos deberían promover más la visibilidad de sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- De acuerdo ()
- Neutral ()
- En desacuerdo ()

7. ¿Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por productos de empresas distribuidoras de alimentos que demuestren un compromiso claro con la Responsabilidad Social Empresarial?

- Totalmente de acuerdo ()
- Neutral ()
- En desacuerdo ()



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Extensión Chone

Carrera: Administración de Empresas

Instrumento: Encuesta dirigida a Productores como parte de las MiPymes distribuidoras de alimentos Cantón Chone.

Objetivo: Determinar cómo inciden las prácticas de responsabilidad empresarial aplicadas en las MiPymes distribuidoras de alimentos Cantón Chone.

Instrucción: Agradezco su colaboración y tiempo, los datos recolectados serán confidenciales, responda con sinceridad.

1. ¿Está su empresa implementando actualmente prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

- Implementamos RSE de forma ocasional ()
- La RSE es un pilar estratégico en nuestra empresa ()
- No implementamos RSE en absoluto ()

2. ¿Qué tan importante considera usted que es la Responsabilidad Social Empresarial para el éxito y la sostenibilidad de su empresa distribuidora de alimentos?

- Muy importante ()
- Importante ()
- Poco importante ()
- Nada importante ()

3. ¿Cree usted que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su empresa mejoran la relación con sus clientes?

- Totalmente de acuerdo ()
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()

4. ¿Cuál de estas áreas considera que su empresa necesita más atención en términos de Responsabilidad Social Empresarial?

- Reducción del desperdicio de alimentos ()
- Apoyo a las comunidades locales ()
- Bienestar y desarrollo de los empleados ()
- Innovación y desarrollo de los productos ()

5. ¿Ha notado algún impacto positivo en la productividad o en la reputación de su empresa debido a las prácticas de RSE implementadas?

- Extremadamente positivo ()
- Moderadamente positivo ()
- Poco positivo ()

6. ¿Cómo comunica su empresa sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial a los clientes y la comunidad?

- A través de redes sociales ()
- Publicidad en medios locales ()
- No lo comunica ()

7. ¿Cree usted que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye a fortalecer la competitividad de su empresa distribuidora de alimentos frente a otras en Chone?

- Totalmente de acuerdo ()
- Neutral ()
- En desacuerdo ()

8. ¿Está su empresa interesada en colaborar con otras empresas, proveedores o entidades locales para ampliar sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- Totalmente interesada ()
- Poco interesada ()
- No está interesada ()

Anexo N°. 2. Evidencia fotográfica

Realizando la encuesta a compradores y productores del Cantón Chone

