



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

TRABAJO DE TITULACIÓN.

MODALIDAD ENSAYO O ARTÍCULO ACADÉMICO

FASE 1 PLANIFICACIÓN

TÍTULO:

EL LIDERAZGO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL
CANTÓN CHONE

AUTORES:

ANDRADE ZAMBRANO KAMILA JULIANA

MINAYA MALA YANARA NOHELIA

UNIDAD ACADEMICA:

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tutora:

LIC. ÁVILA ROSALES FRANCISCA MARGARITA

FACULTAD:

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CHONE-MANABÍ-ECUADOR

2025

Certificación.

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:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la modalidad Ensayo o Artículo Académico de la autoría de: Andrade Zambrano Kamila Juliana y Minaya Mala Yanara Nohelia, estudiantes legalmente matriculados en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 192 horas, y cuyo tema es "El liderazgo en la responsabilidad social empresarial en el cantón Chone".

El trabajo de investigación 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 se otorga la APROBACIÓN DE LA FASE 1.

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

Chone, 2025

Lo certifico,



Lic. Ávila Rosales Francisca Margarita.

Docente Tutor
Carrera de Administración de Empresas

Declaración de autoría.

Quienes suscriben la presente: Andrade Zambrano Kamila Juliana y Minaya Mala Yanara Nohelia estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, declaran bajo juramento que el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Ensayo o Artículo Académico, con el título: "El liderazgo en la responsabilidad social empresarial en el cantón Chone" previo a la obtención del Título de Grado de Licenciadas en Administración de Empresas, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultando las referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Finalmente, los autores están de acuerdo en ceder los derechos de uso de presente a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para que forme parte de sus patrimonio intelectual e investigación científica.

Chone, 2025



Andrade Zambrano Kamila Juliana

CI: 2350591463

AUTORA



Minaya Mala Yanara Nohelia

CI: 1313495853

AUTORA

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

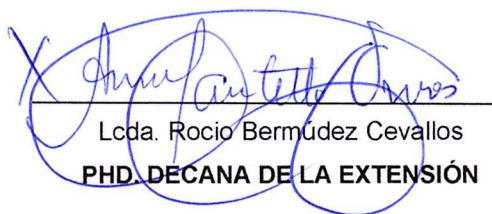
EXTENSION CHONE

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

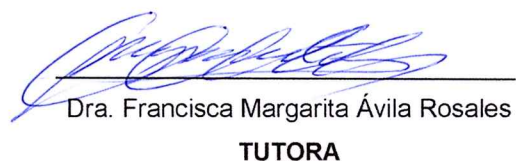
APROBACION DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integridad Curricular, modalidad ensayo o artículo académico con el título: "El liderazgo en la Responsabilidad Social Empresarial en el cantón Chone", elaborado por los egresados Kamila Juliana Andrade Zambrano y Yanara Nohelia Minaya Mala de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, septiembre 2025



Lcda. Rocio Bermúdez Cevallos
PHD. DECANA DE LA EXTENSIÓN



Dra. Francisca Margarita Ávila Rosales
TUTORA



MIEMBRO DEL TRIBUNAL



MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Lcda. Indira Zambrano Cedeño, Mgs
SECRETARIA

DEDICATORIA

Este trabajo no habría sido posible sin el apoyo de muchas personas que, de una u otra manera, contribuyeron a lo largo de este proceso.

Agradezco profundamente a mis padres Carlos y Juny por su amor, sacrificio y constante apoyo emocional y económico. Su ejemplo y dedicación han sido pilares fundamentales en mi formación.

A mis hermanas Ariana Y Antonella por siempre estar presente y brindarme su cariño, han sido un gran apoyo incondicional. Gracias por ser una fuente constante de fortaleza e inspiración.

A mi novio Axel por su compañía y cariño en esta etapa académica. Su constante apoyo, comprensión y aliento a lo largo de este proceso ha sido fundamental en la culminación de este logro académico.

Gracias de todo corazón.

Andrade Zambrano Kamila Juliana

DEDICATORIA.

Con profundo cariño y gratitud, le dedico este trabajo a Dios y a mis padres Seira y Fredys por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi esposo Victor quien me apoyo incondicionalmente en cada etapa de este camino, gracias a su comprensión y su fortaleza.

Y de manera muy especial a mi hija Keyla el motor mas importante de mi vida; ellos han sido siempre mi sustento absoluto los cuales me ayudaron a salir adelante en los momentos más difíciles acompañándome con su perseverancia e inspiración constante. Gracias por ofrecerme todas sus palabras de aliento y todo lo necesario que me sostuvieron para continuar y poder culminar con esta meta tan soñada.

Gracias infinitas.

Minaya Mala Yanara Nohelia

Índice.

1. Introducción.....	5
1.1. Revisión literaria.....	6
1.1.1. Liderazgo.....	6
1.1.2. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	10
2. Metodología.....	15
3. Resultados.....	17
4. Discusión.....	20
5. Conclusión.....	21
6. Bibliografía.....	22
7. Anexos.....	26

El liderazgo en la Responsabilidad Social Empresarial en el cantón Chone.

Andrade Zambrano Kamila Juliana

e2350591463@live.ulead.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-9670-8760>

Minaya Mala Yanara Nohelia

e1313495853@live.ulead.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-3815-7176>

Lic. Avila Rosales Francisca Margarita

francisca.avila@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-003-0055-018>

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Resumen.

El presente artículo analiza la influencia del liderazgo en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre comerciantes del mercado del cantón Chone donde se identificó como principal problemática la falta de conocimiento, por parte de los emprendedores sobre prácticas y estrategias de liderazgo con enfoque social lo que limita la adopción de modelos de gestión más éticos y sostenibles. El objetivo del estudio es fortalecer el liderazgo en torno a la Responsabilidad Social Empresarial, mediante el análisis del tipo de liderazgo existente y la propuesta de estrategias que promuevan una gestión empresarial responsable. La investigación adoptó un enfoque metodológico mixto, cuantitativo y cualitativo a través de encuestas aplicadas a 50 comerciantes y una entrevista realizada a un representante del GAD de Chone. Los resultados evidencian que la mayoría de los comerciantes no asocian el liderazgo con la productividad ni con la capacidad de adaptación al cambio, y un alto porcentaje desconoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Se concluye que es necesario implementar programas de capacitación y estrategias que integren liderazgo y la Responsabilidad Social Empresarial como herramientas clave para el desarrollo local.

Palabras Clave: Liderazgo, Responsabilidad, Emprendimiento, Desarrollo, Chone.

Abstrac.

This article analyzes the influence of leadership on the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) among market vendors in the Chone canton. The main problem identified was the lack of knowledge among entrepreneurs regarding socially focused leadership practices and strategies, which limits the adoption of more ethical and sustainable management models. The objective of this study is to strengthen leadership around Corporate Social Responsibility by analyzing existing leadership types and proposing strategies that promote responsible business management. The research adopted a mixed, quantitative, and qualitative methodological approach through surveys administered to 50 vendors and an interview with a representative of the Chone Regional Government (GAD). The results show that most vendors do not associate leadership with productivity or the ability to adapt to change, and a high percentage are unfamiliar with the concept of Corporate Social Responsibility. It is concluded that it is necessary to implement training programs and strategies that integrate leadership and Corporate Social Responsibility as key tools for local development.

Keywords: Leadership, Responsibility, Entrepreneurship, Development, Chone.

1. Introducción.

Indicando la importancia del liderazgo y basándonos en la responsabilidad social empresarial (RSE) este artículo evidencia la falta del liderazgo con responsabilidad social basado en las pequeñas empresas y emprendimientos del Cantón Chone. Debido a que la economía del Cantón Chone ha aumentado estos últimos años con diferentes perspectivas por los emprendedores y futuros empresarios de este, este artículo evidencia la importancia y muestra un liderazgo claro y consciente en cada proceso que se lleva a cabo para brindar un bien o servicio y así dejar claro que con un liderazgo desde esta perspectiva una empresa o emprendimiento sienta bases sólidas para un futuro y procesos óptimos. Un liderazgo comprometido en responsabilidad social empresarial asegura que las empresas inviertan en la comunidad, promoviendo empleo digno, el comercio justo y el crecimiento económico inclusivo.

Según lo que establece (Ruiz et al., 2020) "El adecuado manejo de conflictos entre la gerencia y los empleados es crucial para el éxito y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, siendo la confianza y el estilo de liderazgo factores mediadores importantes en ese proceso".

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en una práctica fundamental para el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida en muchas comunidades. En el cantón Chone, el liderazgo en Responsabilidad Social Empresarial implica que los emprendedores asuman un rol activo en las iniciativas que beneficien tanto a sus operaciones como a la sociedad y al medio ambiente. El liderazgo se manifiesta en la integración de prácticas éticas y sostenibles en sus estrategias empresariales, impulsando programas y proyectos que responden a las necesidades sociales y fomentan el desarrollo económico local.

Como considera (Parrales et al., 2021) "En la actualidad los mercados internacionales se suman a la creciente preocupación de los gobiernos y los consumidores por la responsabilidad ambiental y la reducción de problemáticas sociales. Esta situación ha provocado una mayor concienciación por parte de grandes empresas".

El problema que va a cubrir esta investigación es la falta de conocimiento por parte de los emprendedores para implementar prácticas y estrategias de liderazgo basadas en la Responsabilidad Social Empresarial permitiéndoles una toma de decisiones más informada, por muchos años los emprendedores han manejado sus negocios de manera empírica ignorando estrategias actuales que podrían dar una visión más objetiva para sus negocios.

Por esta razón el objetivo de la investigación es fortalecer el liderazgo en la responsabilidad social empresarial del cantón Chone, investigando y analizando el tipo de liderazgo que hay en los emprendimientos para poder implementar estrategias de liderazgo en la Responsabilidad Social Empresarial.

La investigación se justifica en la importancia del liderazgo que es el factor que impulsa y orienta las iniciativas hacia el impacto positivo en la comunidad y el ambiente. En los emprendedores del Cantón Chone, el liderazgo empresarial es clave para fomentar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y la responsabilidad social, un liderazgo efectivo implica que los líderes empresariales tengan una visión clara de cómo sus acciones afectan a la sociedad y busquen equilibrar el éxito con el compromiso social.

El campo de estudio de la investigación es administrativo por lo cual es necesario indagar en las prácticas de liderazgo que tienen los emprendedores en sus negocios tomando la falta de conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial como problemática. El objeto de la investigación es el liderazgo basado en la Responsabilidad Social Empresarial, para ello se plantea la siguiente hipótesis, de qué manera el liderazgo influye en la Responsabilidad Social Empresarial de los emprendedores del mercado del cantón Chone. Por lo tanto se investigaran las variable independiente que es el liderazgo y la variable dependiente que es la Responsabilidad Social Empresarial con las cuales se da forma a la investigación con las siguientes tareas, investigar y analizar el tipo de liderazgo que hay en los emprendedores del cantón Chone, determinar la responsabilidad social empresarial en el tipo de liderazgo que existe en los emprendimientos del cantón Chone e implementar estrategias de liderazgo en la responsabilidad social empresarial.

La encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone revelo que uno de los principales obstáculos es el miedo al cambio, lo que limita la adopción de nuevas estrategias como el liderazgo, los encuestados consideran que el liderazgo tiene poca influencia en la productividad ya que sugiere que muchos aun se basan en su experiencia personal y factores externos para gestionar sus negocios, por otro lado, tenemos a los comerciantes que reconocen que el liderazgo implementado en la Responsabilidad Social Empresarial lo que demuestra que si existe un grupo que conoce estos temas y el impacto positivo que puede tener si se implementan estas prácticas en sus negocios.

En resumen, los resultados muestran que el liderazgo en base a la Responsabilidad Social Empresarial no es aun una prioridad para la mayoría de los comerciantes del mercado del cantón Chone, lo que limita el desarrollo sostenible y ético del sector.

La investigación realizada en el mercado del cantón Chone permite concluir que existe una falta significativa del liderazgo estratégico y conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial entre los comerciantes locales, en este contexto resalta la necesidad de implementar programas de capacitación y acompañamiento para que los comerciantes puedan adoptar modelos de gestión más éticos, participativos y alineados con las practicas de la Responsabilidad Social Empresarial y un liderazgo que les ayude a impulsar sus negocios.

1.1. Revisión literaria.

1.1.1. Liderazgo.

El liderazgo es un proceso dinámico de influencia y dirección, orientado a movilizar a las personas hacia objetivos comunes. Autores como (Tapia y Antequera, 2020) señalan que "El liderazgo es un fenómeno en estudio, en constante revisión teórica, debido a la complejidad de su naturaleza, en el cual, se conjugan una multitud de variables que tratan de explicar su causalidad composición y efecto en las organizaciones".

Seguido con el texto anterior el liderazgo es un concepto dinámico y multifacético que sigue siendo objeto de análisis y reinterpretación en el ámbito teórico; su complejidad radica en la interacción de diversas variables que intentan desentrañar no solo su origen, sino también su estructura y el impacto que ejerce dentro de las organizaciones. Este enfoque evidencia que el liderazgo no puede ser reducido a una fórmula única, sino que exige una visión integral que contemple su carácter cambiante y su capacidad de influir en contextos organizacionales diversos.

Según (Mera y Loor, 2020) "El Liderazgo es el proceso de influir en las personas para que participen con disposición y entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo". Por ello, se puede determinar que el liderazgo se comprende como la capacidad motivar a las personas, incitándolas no solo a participar, sino a hacerlo con entusiasmo y compromiso hacia el cumplimiento de objetivos comunes. Esto también cultiva una conexión genuina con el grupo, promoviendo un ambiente de colaboración que trasciende el simple cumplimiento de tareas, transformándose en un esfuerzo compartido por alcanzar metas significativas.

En este sentido, podemos decir que el liderazgo no se limita a una posición jerárquica, sino que se manifiesta en la capacidad de generar confianza, motivación y alineación estratégica entre los miembros de una organización.

En Chone, esta visión del liderazgo tiene un gran potencial para transformar el desempeño de las empresas, muchas de las cuales carecen de estructuras formales y estrategias claras. Los líderes locales necesitan desarrollar habilidades que les permitan adaptarse a los desafíos y oportunidades de su entorno, promoviendo una cultura organizacional colaborativa y orientada a resultados.

Los resultados óptimos de las empresas dependen mucho de quien es el que toma las decisiones dentro de la misma, por lo consiguiente (Gómez y Macías, 2021) expresa que "El liderazgo es clave en toda organización, independientemente del tamaño o de la actividad a la que se dedique, un buen líder siempre será la base para dirigir a los colaboradores y trabajar mancomunadamente en la consecución de objetivos institucionales". Teniendo en cuenta esta opinión, el liderazgo es efectivamente un pilar fundamental en cualquier organización, ya que determina en gran medida su capacidad para alcanzar los objetivos propuestos y para construir un entorno de trabajo efectivo, motivador y alineado con la visión institucional.

De acuerdo con lo planteado cuando se habla de cómo dirigir una empresa es esencial una persona o líder que tenga capacidad para el manejo correcto de una organización y grupo de personas, dentro de este contexto tenemos la opinión de (Alcívar, 2021) señala que "El liderazgo es un tema complejo de explicar debido a la medición de las diferentes cualidades y personalidades que debe tener un buen líder, estos parámetros para medir los liderazgos son rasgos personales o tendencias que vienen desde el nacimiento y otras adquiridas a lo largo de la vida".

Considerando las opiniones de (Salinas et al., 2020) "Una de las problemáticas del liderazgo es encontrar el estilo adecuado que debería llevar un gerente. Uno de los puntos muy importantes a la hora de medir el desempeño laboral de los colaboradores, es conocer las habilidades del futuro líder".

Según lo expuesto uno de los mayores retos en el ámbito del liderazgo radica en identificar el estilo más apropiado que un gerente debe adoptar para dirigir con eficacia ya que este desafío se intensifica al considerar que el desempeño laboral de los equipos no solo depende de la dirección recibida, sino también de la capacidad del líder para anticipar y desarrollar las habilidades necesarias para enfrentar los retos futuros. De esta manera el liderazgo trasciende el presente y se convierte en un ejercicio de visión estratégica, donde el conocimiento profundo del potencial humano juega un papel crucial en el éxito organizacional.

De acuerdo con las opiniones de (Sumba et al., 2022) "Para que las empresas obtengan resultados óptimos debe haber integración y compromiso de todas las partes, dado esto, se mostrará

un panorama de cualidades o características de los líderes empresariales que actualmente se deben potenciar para generar impacto positivo”.

En este contexto, resulta clave identificar y potenciar las cualidades esenciales que deben caracterizar a los líderes empresariales en la actualidad. Estas características no solo deben alinearse con los objetivos organizacionales, sino también con las demandas de un entorno en constante cambio, buscando generar un impacto positivo tanto en el desempeño interno como en el entorno en el que operan.

Autores como (Pupo et al., 2021) indican que “Liderazgo y gestión de la calidad han sido temas que han coexistido desde hace mucho tiempo, sin embargo, aún no se logra en la práctica su óptima interrelación. La propia evolución de las estrategias utilizadas por el hombre para alcanzarlas”. De acuerdo con lo planteado este desafío refleja, en gran medida, las limitaciones y complejidades inherentes a las estrategias que el ser humano ha diseñado y perfeccionado con el tiempo para abordarlos. Si bien la evolución de estas estrategias ha generado avances significativos, también ha evidenciado que la relación entre liderazgo y calidad no puede ser reducida a simples fórmulas, ya que requiere un enfoque dinámico, adaptable y contextualizado.

Como menciona (Hernández, 2021) aporta que “El liderazgo proceso complejo en el que intervienen múltiples elementos, comúnmente definido como un conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o un grupo de personas determinado”. Conforme a lo explicado este carácter complejo también conlleva retos importantes, ya que influir en las personas no es un acto mecánico, sino un ejercicio continuo de comunicación, empatía y negociación, en el que el líder debe enfrentar y superar conflictos, motivar a otros en situaciones adversas y mantenerse flexible ante las demandas de un entorno en constante cambio. Por consiguiente, el liderazgo no puede ser entendido únicamente como un rol jerárquico, sino como un ejercicio de responsabilidad compartida y un puente entre las capacidades humanas y los objetivos colectivos.

En el contexto actual, las empresas interactúan en un medio donde la sostenibilidad está determinada por su capacidad de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado con la diversificación de los servicios o productos y la plena satisfacción de los clientes y demás partes interesadas como factores de éxito. Tal como lo afirma (Salcedo et al., 2020).” En este sentido la identificación de procesos, adopción de estrategias, análisis y gestión de riesgos y oportunidades para la toma de decisiones, son herramientas fundamentales que deberán conducir a una correcta gestión organizacional que conlleve al cumplimiento de los objetivos empresariales trazados con la plena satisfacción de las partes interesadas”.

Las empresas deben de adaptarse a las distintas clases de cambios que existe y crecer en un entorno competitivo y realista. Los líderes empresariales deben estar preparados para garantizar la supervivencia y el crecimiento, proporcionando herramientas necesarias para comprender los factores que impulsan a los cambios y ajustar las operaciones en la organización e implementando nuevas técnicas o estrategias para explorar situaciones emergentes lo que implica aprender a comunicarse de manera clara y transparente con el equipo de trabajo enfatizando la importancia de la resiliencia y la capacidad de recuperarse ligeramente de los contrata tiempos y poder adaptarse a nuevas

circunstancias.

Acertando con la opinión de (Guarin, 2020) "Dentro de los actores claves de la sociedad, los empresarios han tenido siempre un lugar destacado y sobre ellos también recaen valoraciones y grandes expectativas sociales."

Por esta razón en la actualidad las empresa están inmersas a los cambios de mercados y a la alta competencia y desafíos diarios como: inseguridad, crisis energética el cual son factores de suma importancia en el cual se debe de desarrollar nuevas estrategias y brindar a los líderes herramientas para fomentar la innovación e implementar procesos eficientes en el desarrollo de los productos y explorando nuevas oportunidades de mercado para así estar al pendiente de los cambios que se realiza en la sociedad y que como líderes debemos de estar presto para promover un cambio positivo.

Como indica (Espinoza y Elgoibar, 2023) "Los líderes y gerentes de pymes en Ecuador deberían prestar mayor atención a la construcción de un ambiente de trabajo de confianza y aplicar estrategias de liderazgo adecuadas según las situaciones que enfrenten". De manera que la confianza y el liderazgo son pilares fundamentales para el éxito de cualquier organización, estas cualidades están extremadamente conectadas ya que un buen líder depende de la capacidad de mantener la confianza de sus partidarios el cual se construye a través de acciones sólidas, comunicación transparente y decisiones consientes comprendiendo las necesidades y preocupaciones de los demás enfocándose en inspirar a los seguidores a superar sus propios límites, priorizando el bienestar y el desarrollo de los partidarios fortaleciendo la confianza y el compromiso en la organización o grupos de trabajos.

(Ruiz y Córdova, 2024) destacaron que "En el actual entorno digital global, la comunicación ha evolucionado de manera significativa, transformando no solo las dinámicas de interacción social, sino también los estilos de liderazgo en distintos contextos, incluido el de Ecuador". Considerando que este fenómeno actual destaca la necesidad de integrar habilidades digitales y un enfoque de procesos automatizados donde se integren diferentes y actuales modelos de liderazgo.

El liderazgo está integrado en todas las áreas administrativas de instituciones y empresas como lo consideran (Rodríguez et al., 2022) "Los líderes gubernamentales, los líderes de los centros de salud, los líderes empresariales, los líderes militares y los líderes académicos generalmente transmiten a sus respectivas organizaciones las características comunes de visión, profundidad y creatividad". De tal manera el liderazgo es fundamental en todas las áreas ya sea administrativas como en instituciones pues esta es el motor que impulsa el crecimiento, innovación y la toma de decisiones informadas que benefician a la organización.

Para (Yaulilahua y Amenaba, 2022) "Entender cómo el liderazgo y la cultura organizacional influyen en la productividad permitirá a los gerentes y líderes empresariales implementar estrategias más efectivas para mejorar el rendimiento de sus organizaciones". De manera que un liderazgo efectivo fomenta una cultura organizacional que sea coherente con la misión y los valores de la organización o empresa.

Dentro del contexto de (Chacón et al., 2022) "El liderazgo compartido en los equipos directivos es un tema que ha ido adquiriendo cada vez mayor relevancia en la literatura sobre liderazgo, gestión y organizaciones". Por lo tanto, compartir la responsabilidad de líder con un quipo que se maneja dentro de un ámbito empresarial representa un enfoque innovador ya que este tipo de liderazgo contrasta el

tradicional que por mucho tiempo se a centrado como una figura única, en beneficio del liderazgo compartido es que este distribuye responsabilidades y la toma de decisiones en conjunto.

En un mundo revolucionario donde utilizamos cada vez más la tecnología para procesos de cualquier tipo podemos destacar las opiniones de (Flores et al., 2021) indican que “Las organizaciones y empresas se encuentran cada vez más en la necesidad de asumir efectivamente estas nuevas tecnologías para garantizar su competitividad en el mercado cada vez más cambiante y demandante”.

De modo que cuando nos referimos a guiar a un grupo de personas que realicen de manera efectiva su trabajo tenemos en cuenta quien es la cabeza principal de ellos ya que de esto parten las decisiones que se tomen, tal como indican, (Angarita et al., 2021) “Según el tipo de liderazgo que exista en la organización se ejerce una influencia en el bienestar y la efectividad de los seguidores dando como resultado positivo o negativo la productividad de las organizaciones”.

Autores como (Chinchay y Chávarry 2021) indican que “es válido analizar el valor de la figura del líder en la administración pública, revisar su evolución, tipología, su contexto y los factores que limitan el impacto de liderazgo sobre el éxito de las entidades públicas”.

Considerando que el liderazgo en las empresas públicas juega un papel importante ya que se caracteriza por enfrentar desafíos únicos debido a su naturaleza no lucrativa, la presión de la rendición de cuentas y la necesidad de equilibrar intereses políticos, sociales y económicos.

(López y Martínez, 2020) destacan que “los programas de formación deben ser prácticos y contextualmente relevantes, combinando teoría con actividades interactivas como talleres, simulaciones y mentorías, la creación de redes empresariales puede facilitar el intercambio de experiencias y mejores prácticas”, por lo cual el liderazgo debe estar adaptado al contexto local y centrarse en actividades prácticas. En Chone, esta estrategia podría empoderar a los emprendedores, permitiéndoles liderar con mayor efectividad.

1.1.2. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para (Ormaza et al., 2020) “La responsabilidad social es un modelo aplicable a todo tipo de organización, en cualquier actividad o país, para valorar y comparar su contribución al desarrollo sostenible”.

De acuerdo con lo exteriorizado la responsabilidad social se presenta como un modelo universal que puede y debe ser adoptado por cualquier tipo de organización, sin importar su naturaleza, actividad económica o el país en el que opere. Este enfoque no solo busca promover prácticas éticas y sostenibles, sino que también sirve como un marco de referencia para evaluar el impacto real que estas instituciones tienen en el desarrollo sostenible a nivel global. Más que un conjunto de acciones aisladas, la responsabilidad social se configura como una filosofía integral que requiere un compromiso constante con los valores de transparencia, equidad y respeto por el entorno.

La perspectiva en el mundo es de interés estudiar la Responsabilidad Social Empresarial en sus múltiples dimensiones, ella incide en los resultados empresariales, en la generación de ventajas competitivas, el mejoramiento de la imagen corporativa y en un mayor nivel de vinculación con los grupos de interés y la necesidad de incorporar la Responsabilidad Social como una estrategia permanente de gestión empresarial para desarrollar ventajas competitivas que permitan propiciar un mayor nivel de vinculación con los grupos de interés atendiendo a una visión ética de la

corresponsabilidad empresa-sociedad. (Andrade, 2021).

De acuerdo con lo aportado la responsabilidad social empresarial busca generar un valor en los emprendedores del mercado del Cantón Chone, que vaya más allá del ámbito económico, integrando también el impacto social y el beneficio para la comunidad y el alrededor del mercado. Procurando que su actividad contribuya al desarrollo social, no solo mediante la generación de empleo y riqueza, sino también mediante acciones directas que mejoren la calidad de vida de las personas y fortalezcan el tejido social con la comunidad.

Tomando las opiniones de (Valencia y Esquivel, 2022) "Diversas empresas se vieron en la necesidad de renovar sus modelos de intervención, con la finalidad de poder garantizar continuidad en el mercado. Se abre la posibilidad de implementar la Responsabilidad Social Empresarial como un instrumento innovador de gestión institucional".

De modo que la implementación de la responsabilidad social empresarial no solo busca mejorar la reputación corporativa, sino también redefinir el propósito empresarial al integrar valores que generen un impacto positivo tanto dentro como fuera de la organización. Este modelo permite a las empresas abordar desafíos contemporáneos como el cambio climático, la equidad social y el desarrollo económico inclusivo, mientras fortalecen su capacidad de respuesta frente a las expectativas de consumidores, empleados y otros actores clave. Sin embargo, este cambio requiere un compromiso genuino por parte de los emprendedores del mercado que trascienda el cumplimiento superficial de estándares, demandando un liderazgo visionario capaz de alinear objetivos comerciales con un propósito social significativo.

La situación mundial actual, caracterizada por problemáticas de tipo social, medio ambiental y económico, plantea la necesidad de nuevas formas de organización. Existen algunos temas que podrían ayudar al respecto, como la responsabilidad social empresarial. Los hallazgos señalan que la responsabilidad social empresarial tiene una relación positiva con temas relevantes como la reputación corporativa, la intención de compra, el voluntarismo, el compromiso, la sostenibilidad y el desempeño organizacional, entre otros. Por ende, es necesario continuar con el desarrollo teórico y práctico de la responsabilidad social por parte del sector empresarial, respectivamente. (Jaimes et al., 2021).

En este contexto, la responsabilidad social empresarial (RSE) se presenta como una herramienta valiosa. Más allá de ser una obligación, se convierte en una oportunidad para que las empresas que operan en el mercado de Chone contribuyan activamente al desarrollo sostenible de la comunidad. La RSE no solo mejora la reputación de las organizaciones, sino que también influye positivamente en la intención de compra de los consumidores, genera vínculos más sólidos con los ciudadanos, impulsa el compromiso de los trabajadores y promueve prácticas responsables a largo plazo.

Como menciona (Pitre et al., 2020) "la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser una herramienta de utilidad para la construcción de una nueva forma de gestión empresarial, facilitadora de la creación de valor y mecanismo para fomentar relaciones redituables en lo económico, social y ambiental".

De manera que en el cantón Chone, donde el dinamismo económico local se apoya principalmente en el esfuerzo de comerciantes, pequeños empresarios y productores, la necesidad de

una gestión empresarial más consciente se vuelve cada vez más urgente. Enfrentar desafíos sociales, ambientales y económicos no puede seguir siendo solo responsabilidad de las autoridades; también es momento de que el sector empresarial asuma un rol más activo y comprometido.

En este escenario, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aparece como una valiosa herramienta de transformación. No se trata únicamente de donar o hacer obras benéficas, sino de incorporar principios éticos y sostenibles en cada aspecto de la actividad empresarial. La RSE puede ayudar a construir una nueva manera de gestionar los negocios en Chone, donde se priorice no solo la rentabilidad, sino también el bienestar de la comunidad y la protección del entorno natural.

Desde el punto de vista de (Ramos et al., 2021) "La Responsabilidad Social Corporativa y el emprendimiento son temas de gran amplitud e importancia teórica y práctica, los cuales, han sido abordados desde diversas perspectivas y aplicables en diferentes escenarios."

De igual modo en el cantón Chone, una tierra con un fuerte espíritu emprendedor y un arraigado sentido de comunidad, los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y emprendimiento cobran una relevancia especial. Ambos temas, de gran importancia tanto en el plano teórico como en el práctico, representan herramientas claves para transformar la realidad económica y social del territorio.

La RSC no se limita a las grandes corporaciones; también es aplicable y necesaria en el contexto de los pequeños y medianos emprendimientos que florecen día a día en Chone. Desde el productor agrícola que busca prácticas más sostenibles, hasta la comerciante que decide apoyar causas comunitarias con sus ingresos, cada actor del ecosistema empresarial local puede adoptar esta visión más consciente y responsable de hacer negocios.

Con respecto a (Renfingo y Sánchez, 2022) "La responsabilidad social se acepta como parte de la filosofía social, de la ética aplicada, que tiene incidencia sobre los actos humanos, de donde se sigue que ser responsable es ser consciente de los daños que nuestras acciones pueden causar a determinados colectivos sociales y ambientales."

En definitiva la Responsabilidad Social es tener el potencial de entender y dar respuestas positivas a la sociedad o al medio en el que nos encontramos asegurando nuestro futuro con responsabilidad adaptándose a diferentes realidades; es decir comprometiéndonos de manera ética y transparente ante impactos o actividades que causamos a la sociedad o al medio ambiente, contribuyendo al bienestar de la comunidad local y general evitando daños en la naturaleza, beneficiando a las futuras generaciones destacando el cumplimiento y acciones que protejan los intereses de la comunidad y sociedad en conjunto en este contexto es lo que se desea brindar a los comerciantes del Cantón Chone.

Tal como lo mencionan los autores (Muñoz et al., 2020) "Las organizaciones se han visto obligadas a incluir en su estrategia, actividades que benefician a la sociedad a partir de la relación que tienen con su entorno y grupos de interés. Además de responder a políticas locales y mundiales por los impactos sociales, ambientales y económicos, que se desprenden de su quehacer."

A su vez la Responsabilidad Social Empresarial puede mejorar la percepción de cualquier tipo de empresa de tal modo que los clientes se van a sentir más conectados con una compañía que demuestra su compromiso con la sociedad y el medio ambiente mejorando la eficiencia, contribuyendo

al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades en las que ejecutan sus tareas diarias. Demostrando que con los valores éticos se obtiene una buena mejora de la calidad de vida apoyando a la educación, la salud, y el cuidado ambiental, enfrentando los desafíos de la sociedad y las expectativas de los clientes.

Con relación a lo que menciona (Espinoza, 2024) "La Responsabilidad Social (RS) es un concepto que se refiere al compromiso y obligación de las empresas y organizaciones de contribuir al desarrollo sostenible, teniendo en cuenta las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus grupos de interés." (p.4).

Considerando que en el cantón Chone, un lugar con una rica identidad cultural, agrícola y comercial, el concepto de Responsabilidad Social (RSE) adquiere un valor significativo en el camino hacia un desarrollo más equilibrado y humano. La RS se entiende como el compromiso voluntario que asumen las empresas y organizaciones para contribuir activamente al desarrollo sostenible, respondiendo no solo a sus propios intereses económicos, sino también a las necesidades sociales y ambientales del entorno donde operan.

Este principio resulta especialmente relevante en un contexto como el de Chone, donde gran parte de la economía se sostiene sobre pequeñas y medianas empresas, emprendedores locales, productores rurales y comerciantes que interactúan a diario con la comunidad. Implementar prácticas de RS en estos espacios no significa solamente "hacer el bien", sino actuar con responsabilidad frente a los retos y oportunidades que plantea el crecimiento económico en armonía con el bienestar social y el cuidado ambiental.

Según como lo indican (Parrales et al., 2021) "En la actualidad, se ha incrementado una dimensión más, la cual se refiere a cuidado medioambiental el cual busca concientizar a las grandes y pequeñas empresas, en los últimos años se le ha prestado mayor importancia por la alta contaminación que se generan en las grandes ciudades" (p.95).

Con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado significativamente, adaptándose a cambios convirtiéndose en pilar fundamental para las empresas enfocándose en mitigar su impacto ambiental. La crisis climática que estamos atravesando los últimos años es lo que ha impulsado a las sociedades a desarrollar estrategias éticas demostrando el compromiso y responsabilidad que tienen ante la sociedad, el consumo responsable ha ganado terreno y los consumidores son más exigentes y necesitan estar más informados sobre el impacto de los productos que consumen, siendo este un factor clave para las organizaciones teniendo una ventaja competitiva y fuerte en el mercado.

Conforme a (Sánchez y Georgette, 2020) "Se conoce que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) genera beneficios en las grandes empresas, logrando así que sea considerada como un factor que favorece la competitividad; sin embargo, es menor la proporción de estudios realizados con respecto a su aplicación en las pequeñas y medianas empresas" (p.4).

Una empresa que adopte estrategias de responsabilidad social empresarial fortalece su marca y posición en el mercado además de reducir los costos operativos demostrando la obligación con las causas sociales y ambientales fomentando la igualdad, la inclusión y un entorno de trabajo más saludable lo que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas impulsando a actividades

sostenibles que generen nuevas oportunidades de empleos disminuyendo el uso de recursos naturales, las emisiones de carbono y los residuos promoviendo negocios sostenibles y éticos formando una sociedad más consiente con el medio.

Las empresas y organizaciones en Chone que adoptan la RSE tienen la oportunidad de mejorar su reputación, fortalecer la confianza de sus clientes y generar un impacto positivo en la vida de sus empleados, proveedores, consumidores y vecinos. Por ejemplo, una empresa que reduce su impacto ambiental, apoya a productores locales, promueve el empleo digno o invierte en programas comunitarios, no solo mejora su funcionamiento interno, sino que también construye una relación más sólida y respetuosa con la sociedad chonense.

(Díaz, 2023) Afirma que "El liderazgo hoy más que nunca está presente en el entorno desde el núcleo familiar hasta una organización global; tal es así que entre una de las nuevas tendencias que propone el futuro de la humanidad está la responsabilidad social en el contexto organizacional." (p.181).

Conforme a lo planteado el liderazgo está presente en la humanidad ya que se necesita para el progreso y la convivencia en cualquier grupo u organización el cual depende para tomar decisiones y superar cualquier tipo de desafío; los líderes ayudan a coordinar y desarrollar habilidades para maximizar los resultados entrando la responsabilidad social empresarial como estrategias que inspiren a las personas hacia transformaciones significativas fomentando la creatividad impulsando al cambio político, social y económico. La humanidad avanza gracias a los líderes que desafían límites y suscitan nuevas ideas, el origen fundamental para la evolución y el bienestar humano, cada vez el mundo continúa creciendo y desarrollándose en un entorno cambiante.

(Ávila, 2020) Refiere que "La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una estrategia que permite el desarrollo humano sostenible y sustentable, promoviendo compromiso y seguridad a las partes de interés, basado en 3 ejes: protección ambiental, apoyo social y mejorar las condiciones laborales de los trabajadores.

Desde mi punto de vista la responsabilidad social empresarial es considerada como estrategia por el simple hecho de integrar un visión y misión para generar valor tanto externo como interno, contribuyendo siempre a alcanzar metas, mejorar la competitividad dentro de un mercado que esta continuamente cambiando buscando tener el equilibrio en la sociedad, el medio ambiente y economía contribuyendo a la imagen de la marca de manera positiva, mejorando siempre la confianza con los clientes , socios y el medio en el que nos encontramos desarrollando nuestras labores.

Con respecto a lo que menciona (Rojas et al., 2020) "Las empresas van más allá de obtener utilidades, bajo este contexto, la supervivencia de las organizaciones depende del apoyo y respeto obtenido de la comunidad donde se desenvuelve, de allí la necesidad de ser socialmente responsables" (P.222)

Las empresas que son comprometidas y éticas tienen un impacto positivo en la sociedad, al asumir sus responsabilidades no solo contribuyen al bienestar único, sino que también aseguran la sostenibilidad a largo plazo mejorando la calidad de vida de la comunidad garantizando la conservación de los recursos naturales, generando confianza en los colaboradores clientes y la asociación en general, posicionando a las empresas como líder en su sector.

En definitiva, la Responsabilidad Social Empresarial no es solo una estrategia empresarial, sino

una forma más humana y solidaria de hacer empresa. En un lugar con tanto potencial como Chone, adoptarla puede marcar la diferencia y sentar las bases de un crecimiento verdaderamente sostenible.

Como lo indica (Camargo y Inmaculada, 2021) "Las empresas, deben comprometerse más en la sostenibilidad del planeta. Para lograrlo, se debe entender a la RSE, como una forma de hacer negocios donde exista un compromiso con la evaluación de sus alternativas en la toma de decisiones y los impactos que estos puedan ocasionar." (p.143)

Esto significa que en la circunstancia que estamos pasando las empresas deben comprometerse con el medio ambiente y la sociedad que los rodea porque la sostenibilidad depende de la gestión responsable de los recursos naturales minimizando el impacto ecológico, tratándose de que es una herramienta estratégica clave y ética para conservarse en el mercado, ya que al adoptar esta practicas cada vez concientizamos más a los consumidores permitiendo reducir costos, innovando productos, fortaleciendo sus procesos y garantizando su posición a largo plazo.

(Náhuat et al., 2021) "La RSE es una fuente de innovación y desempeño lo que llevado a la ventaja competitiva y creación de valor. Así mismo se puede entender que la innovación es un catalizador que puede maximizar el efecto de la RSE sobre el desempeño." (p.13).

De esta manera las empresas que adoptan la Responsabilidad Social Empresarial ganan más relevancia dentro de un mercado que está en constante transformación creando un círculo moral éticamente responsable mejorando la productividad y generando clientes más conscientes, cumpliendo con estándares de valores, siendo resistentes ante cualquier emergencia en un entorno dinámico y cambiante.

Permite a las organizaciones alinearse con las expectativas actuales de los ciudadanos, que cada vez valoran más a las marcas y negocios comprometidos con causas sociales, con la protección del medio ambiente y con la transparencia. En Chone, esto podría traducirse en mayor apoyo al comercio local, preferencia por productos responsables, y colaboración entre el sector empresarial y las autoridades para abordar desafíos como el desempleo juvenil, el acceso a servicios básicos o la conservación del entorno natural.

En cuanto a (Martínez, 2023) "La sociedad tiene una gran responsabilidad para su futuro con valores y principios, donde se tenga una convivencia sana, de una responsabilidad social donde pueda ser comprendida, conociendo y asimilando lo que cada persona aporta para el progreso de esta".

Esto permite comprender que la sociedad hoy en día es la responsable de cuidar los recursos naturales para el futuro de las nuevas generaciones promoviendo los valores y principios, creando así una convivencia armoniosa.

2. Metodología.

2.1 Enfoque

El enfoque utilizado en esta investigación es mixto (cuantitativo y cualitativo). El enfoque cuantitativo utilizado es la encuesta, la cual sirvió para recaudar información de los emprendedores del mercado del cantón Chone, sobre el conocimiento y herramientas que manejan como líderes dentro de sus negocios integrado a la responsabilidad social empresarial; de igual manera se manejó el enfoque cualitativo centrada únicamente en una entrevista elaborada a un representante del GAD del cantón Chone para obtener información de como se manejan los comerciantes dentro del mismo.

2.2 Población

La población de 100 emprendedores del mercado del cantón Chone y 1 representante del GAD del cantón Chone y la muestra de 50 emprendedores de manera aleatoria donde se incluyen comerciantes de mariscos, verduras, frutas y carnes y un representante del GAD del cantón Chone, escogimos a este grupo ya que evidenciamos que debido al crecimiento económico que han tenido estos últimos años es importante brindarles conocimientos sobre temas que les ayuden a crecer y estar a la vanguardia del mercado local y actual.

Cómo nos indica (Ortega, 2023) "es una forma de averiguar la calidad de una inversión o un activo mediante el uso de números y estadísticas. Consiste en utilizar modelos matemáticos y estadísticos para analizar datos y tomar decisiones sobre inversiones u operaciones empresariales".

2.3 Muestra

Para determinar la muestra se aplicó la fórmula de muestreo para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población (100)

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad de ocurrencia (0.5)

q= probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e= margen de error permitida (0.05)

Al aplicar la respectiva fórmula, se obtuvo un tamaño de muestra aproximadamente de 51 personas. Dentro de la muestra se incluye 50 comerciantes del mercado entre vendedores de legumbres, frutas, cárnicos y pescado del cantón Chone y un representante del GAD Chone mediante el muestreo simple y aleatorio garantiza la respectiva población del estudio.

2.4 Métodos

2.4.1. Método Bibliográfico

El método que se utilizó es el bibliográfico ya que se recaudó información de repositorios digitales los cuales ayudaron en los temas de nuestra investigación, así como menciona (García, 2023) "técnica descriptiva más antigua y, por esto mismo, aquella que más ha evolucionado, más se ha divulgado (cualquier estudioso o científico aporta en sus publicaciones bibliografías especializadas del tema que le ocupa)".

2.4.2. Método de Campo

Como sugiere (Escárcega, 2021) "es una metodología de investigación que implica la recopilación directa y la observación de datos en el lugar donde ocurre el fenómeno de estudio" donde se podrá recolectar la información de manera eficaz y cercana, utilizamos este método ya que a través de la encuesta podemos acercarnos de una manera que entendamos estas necesidades que tienen

los comerciantes del mercado del cantón Chone.

2.4.3. Técnicas

Las técnicas que se utilizó en la investigación es la encuesta y entrevista mismos que menciona (Ortega, 2021) que “la recolección de datos es un paso importante en el proceso de investigación. El instrumento que se elija para recolectar los datos dependerá de los tipos de datos que pienses recolectar (cualitativos o cuantitativos) y de cómo se recolectan.”

El alcance y diseño de la investigación se basa en los pequeños negocios que existen dentro del mercado del cantón Chone con el objetivo de dar a conocer la importancia de un liderazgo integrado en la Responsabilidad Social Empresarial y de qué manera este puede ayudarlos a tomar decisiones informadas y de manera profesional en sus negocios, las técnicas que se utilizó es la encuesta dirigida a emprendedores del mercado y entrevista a un representante del GAD del cantón Chone, todas estas herramientas fueron de vital importancia para obtener la información más relevante al momento de realizar la investigación.

3. Resultados.

Los resultados obtenidos del instrumento de la encuesta son los siguientes.

Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone

Tabla 1. ¿Cuánto cree usted que afecta el liderazgo en la productividad general de un equipo?

Categoría.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Mucho	12	24%
Poco	32	64%
Nada	6	12%
Total:	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone.

Elaborado por: Kamila Andrade, Yanara Minaya.

Podemos iniciar donde la mayoría de los encuestados el 64% considera que el liderazgo afecta poco la productividad general del equipo y como resultado tenemos que una parte significativa de los comerciantes no perciben una relación fuerte entre el liderazgo y la productividad.

Continuando con el 24% de los comerciantes estos consideran que el liderazgo afecta mucho la productividad del equipo debido a esto reconocen una relación directa y significativa entre el rol del líder y el desempeño grupal.

Por último, tenemos que el 12% de los encuestados afirma que el liderazgo no afecta en absoluto la productividad del equipo. Este porcentaje, aunque minoritario, es relevante porque refleja una percepción de independencia del equipo frente al liderazgo.

Tabla 2. Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone ¿Qué tan significativo considera usted que es el liderazgo en la capacidad de una organización para adaptarse a los cambios del mercado?

Categoría.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Muy significativo	14	28%
Poco significativo	32	64%
Nada significativo	4	8%
Total:	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone.

Elaborado por: Kamila Andrade, Yanara Minaya.

La mayoría de los comerciantes encuestados 64% considera que el liderazgo tiene un impacto poco significativo en la capacidad de adaptación de una organización a los cambios del mercado debido a los resultados obtenidos por la encuesta nos sugiere que, en su contexto, las decisiones y adaptaciones podrían estar más influenciadas por factores externos tales como los cambios en los precios mayoristas y los factores económicos generales.

Teniendo en cuenta al 28% de los comerciantes considera que el liderazgo es muy significativo para adaptarse a los cambios del mercado. Este grupo reconoce que un liderazgo efectivo puede guiar procesos de innovación.

Solo un 8% de los encuestados considera que el liderazgo no es significativo en absoluto. Aunque es una minoría, su opinión puede reflejar asuntos como desconfianza en la gestión o en figuras de autoridad dando como resultado experiencias con líderes ineficaces o ausentes.

Tabla.3 Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone ¿Tiene conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

Categoría.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Si	16	32%
No	34	68%
Total:	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone.

Elaborado por: Kamila Andrade, Yanara Minaya.

Tenemos que el 68% de los comerciantes encuestados indicaron no tener conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial este resultado muestra que más de dos tercios de los comerciantes no están familiarizados con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual es significativo, especialmente si se desea promover prácticas comerciales sostenibles, éticas y con impacto social positivo en este sector.

Con un resultado del 32% de los comerciantes respondió afirmativamente, indicando tener algún nivel de conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial, este grupo podría estar compuesto por comerciantes con mayor nivel educativo o experiencia formal previa.

Tabla.4 Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone ¿Qué área de la Responsabilidad Social Empresarial le gustaría desarrollar más en tu emprendimiento?

Categoría.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Sostenibilidad ambiental	17	34%
Impacto Social	26	52%
Ética Empresarial	7	14%
Total:	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone.

Elaborado por: Kamila Andrade, Yanara Minaya.

Más de la mitad del 52% de los comerciantes expresaron interés en fortalecer el impacto social de sus negocios esto refleja una conexión directa con su comunidad esta respuesta nos indica que aunque muchos comerciantes no tengan formación formal en la Responsabilidad Social Empresarial como vimos en la pregunta anterior, sí tienen un fuerte sentido de responsabilidad comunitaria, y están dispuestos a contribuir al bienestar colectivo si se les brinda orientación.

Continuando con el 34% de los encuestados manifestó interés en desarrollar más la sostenibilidad ambiental de esta manera este resultado es especialmente relevante en el sector de frutas y verduras, donde el volumen de residuos orgánicos puede ser alto.

Con solo el 14% de los comerciantes eligió la ética empresarial como el área que más le gustaría desarrollar. Aunque es un porcentaje bajo, no debe interpretarse como falta de ética, sino más bien como desconocimiento del concepto formal de ética empresarial.

Entrevista dirigida a un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Chone.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Chone, manifiesta que el liderazgo es clave para motivar a cada comerciante del mercado y poder enfatizar con la ciudadanía en general, la institución propone impulsar cambios positivos que respondan siempre a las necesidades de la comunidad, tomando decisiones claras para lograr cambios reales adaptándose al estilo de cada persona permitiéndoles sentirse valoradas y sobre todo escuchadas. El GAD del cantón Chone juega un rol de empatía fundamental permitiendo comprender las verdaderas necesidades de los ciudadanos, como representante el estilo de liderazgo que se utiliza habitualmente en los comerciantes, es el liderazgo transformacional y asignando responsabilidades con autonomía manteniendo una comunicación abierta transparente con cada emprendedor y la comunidad en general.

La responsabilidad social empresarial (RSE) en el ámbito público como lo es el GAD del cantón Chone comprometido con el progreso sostenible, el respeto al entorno y la mejora de la calidad de vida comunidad local y como líder tengo la responsabilidad de alinear cada acción dentro del mercado adaptado a estos principios, como institución queremos que la responsabilidad social empresarial (RSE) sea parte estructural de cada plan propuesto, fortaleciendo alianzas con organizaciones

comunitarias y mejorando proyectos para las madres trabajadoras siendo ellas el pilar fundamental de su hogar desarrollando áreas educativas y de juegos. Nos enfocamos en el progreso económico y social priorizando la participación de la comunidad.

Uno de los principales desafíos ha sido la resistencia al cambio en ciertos comerciantes, no obstante a esto se implementado campañas de comunicación y mostrando resultados generando confianza y apoyo usando las redes sociales e institucionales y reuniones con lo emprendedores, generando la rendición de cuentas públicas con la participación de la comunidad local y que la ciudadanía vea que las acciones tienen un gran impacto en el entorno ejerciendo una visión participativa y transformadora trabajando de manera contante la formación y capacitación de los emprendedores y para ello busca el desarrollo equitativo e inclusivo en habitantes del cantón así mismo consolidando una imagen institucional comprometida y transparente ante la ciudadanía.

4. Discusión.

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el liderazgo de los comerciantes del mercado del cantón Chone nos a significado una tarea importante para la investigación ya que, gracias a los resultados obtenidos a través de la encuesta a los comerciantes, podemos determinar que existe un bajo conocimiento sobre la importancia que tiene un buen liderazgo basado en la Responsabilidad Social Empresarial.

Uno de los principales factores asociados a esto es el miedo al cambio, mismo que no permite que los comerciantes puedan estar actualizados en temas que generan ganancias para sus negocios como nos indica (Tovar, 2024) "el mundo está experimentando cambios a un ritmo exponencial, lo cual impacta tanto en nuestras esferas personal como laboral y profesional"

Según los resultados de la encuesta el hecho de que una mayoría 64% "gráfica 1" percibe una influencia baja del liderazgo sobre la productividad sugiere que, en este entorno, las dinámicas de trabajo están más marcadas por la autonomía individual, la experiencia personal y factores externos como la demanda del mercado, que por la presencia o calidad del liderazgo.

Con el 24 % "gráfica 1" reconocen un impacto significativo del liderazgo representando un segmento que ha experimentado entornos donde el rol del líder mejora la coordinación, la motivación o la eficiencia, lo cual evidencia que un liderazgo efectivo puede tener un papel importante, aunque no sea ampliamente reconocido aún por la mayoría.

Cómo indica la encuesta la falta de conocimiento es otro factor relevante que existe en los comerciantes ya que ellos no cuentan con una orientación que les indique o les haga llegar estos temas actuales que son tan importantes para estos negocios, citando la investigación de Solari (2023) "necesidad de que los gobiernos de la región conozcan de estos obstáculos faciliten la adopción de políticas que fomenten la adopción de prácticas sustentables por parte del sector privado, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)" es importante que las instituciones públicas puedan brindar esta ayuda a través de las investigaciones, convirtiendo esta necesidad en oportunidades para los comerciantes del mercado del cantón Chone.

Los resultados señalan que el 68% "gráfica 4" de los comerciantes encuestados no tienen conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial lo que pone en evidencia una gran brecha de información y formación en este sector. Este dato es preocupante, especialmente si se busca

fomentar un comercio más sostenible y ético.

Por otro lado, el 32% “gráfica 4” de comerciantes que sí manifestaron tener algún conocimiento sobre la RSE representa un segmento importante con potencial para convertirse en agentes de cambio lo que nos sugiere que este grupo probablemente tiene un mayor nivel educativo o ha tenido experiencias formativas previas, este dato puede ser útil para diseñar estrategias de intervención: por ejemplo, capacitar a estos comerciantes para que actúen como multiplicadores dentro de sus comunidades.

5. Conclusión.

En la investigación se analiza la falta de liderazgo con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial en los comerciantes del mercado del cantón Chone, a pesar del crecimiento económico que esta zona ha experimentado en los últimos años gracias a la actividad emprendedora podemos destacar que es esencial el liderazgo y la Responsabilidad Social Empresarial como nos indican los autores que se citaron en la investigación, ya que estos dos temas implementados en el entorno comercial nos brindan bases sólidas asegurando procesos eficientes y promoviendo el bienestar comunitario a través de prácticas empresariales éticas y sostenibles.

En las indagaciones de la investigación se resalta que muchos emprendedores en Chone operan sus negocios de manera empírica, sin aplicar estrategias de liderazgo modernas y sostenibles. La investigación propone fortalecer el liderazgo en la Responsabilidad Social Empresarial analizando las prácticas actuales presentes en los comercios locales para diseñar estrategias que alineen el éxito empresarial con el compromiso social.

Los resultados obtenidos a través de una encuesta aplicada a los comerciantes del mercado del cantón Chone evidencian en su mayoría una notable falta de conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial y una subestimación de la importancia del liderazgo estratégico en sus negocios. Esta realidad refleja una brecha significativa entre las prácticas empresariales actuales y las tendencias globales orientadas al desarrollo de un liderazgo basado en ética y sostenibilidad, también implementamos una entrevista a la encargada del mercado la cual nos manifestó que estos temas son de vital importancia para los comerciantes y una gran ayuda para que puedan crecer en el mercado local del cantón.

Podemos concluir que dentro de la investigación realizada observamos que existe un aumento progresivo de conciencia sobre el liderazgo en cada local de comerciantes del cantón Chone, como eje fundamental para poder fortalecer el crecimiento de los negocios con ayuda del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Chone demostrando una disposición al bienestar social, promoviendo iniciativas y principios que integren el compromiso local, implementando prácticas de Responsabilidad Social Empresarial contribuyendo a mejorar la relación entre comerciantes y consumidores fomentando una cultura sólida impulsando confianza a la ciudadanía del cantón Chone, promoviendo un entorno justo y equitativo comprometiendo con el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario.

En definitiva, en el mercado del cantón Chone el liderazgo juega un papel fundamental para fomentar la Responsabilidad Social Empresarial como un componente clave para el progreso local, integrando prácticas sostenibles y éticas mejorando la imagen de cada uno de los comercios pertenecientes al mercado, favoreciendo el bienestar de la comunidad, la implementación efectiva de

la Responsabilidad Social Empresarial junto al liderazgo promoviendo el compromiso participativo, justo y sostenible equilibrando al desarrollo económico beneficiando a la población enfocadas al bienestar de los comerciantes alienándose con los principios éticos dentro del entorno empresarial.

6. Bibliografía

- Alcívar, E. (2021). La influencia del liderazgo en el clima organizacional de los docentes universitarios: un estudio exploratorio. *Journal of Economic and Social Science Research*, Vol 1(4).
<https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/40>
- Andrade, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial una breve revisión teórica para el caso ecuatoriano. *Revista Sapientiae*, Vol 7(1).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8080710>
- Angarita, E., Jiménez, L., & Manzano, O. (2021). El papel del liderazgo en la configuración del clima organizacional, elemento de desarrollo en el sector solidario. *Dictamen Libre* 28, 73.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/7294>
- Briceño, R. C. (2023). Innovacion y Liderazgo. *Economía & Negocios*, 2-15, Vol 5(2).
<https://revistas.unibg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/1731>
- Bustos, P., & Moreno, K. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y sus Efectos en la imagen de marca: un estudio revision sistematica. *RECITIUTM*, 44-68, Vol 7(1).
<http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/172>
- Camargo, B., & Inmaculada, Y. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestion empresarial. *Ciencias Sociales*, 131-146, Vol 27(2).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927655>
- Cedeño, M., Almeida, P., & Salazar, J. (2012). Relacion de liderazgo con la productividad empresarial. *Publicando* ISSN, 15-25, Vol 8(31).
<https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2228>
- Chacón, J., López, E., & Pérez, J. (2022). Liderazgo compartido en equipos directivos y desempeño organizacional: el rol mediador del capital social. *Estudios Gerenciales*, 33, Vol 38(162).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232022000100032&script=sci_arttext
- Chinchay, W., & Chávarry, P. (2021). Liderazgo en el sector público. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 651, Vol 12(3).
<https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA162115508&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=13158597&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon~fce91d4f&aty=open-web-entry>
- Díaz, S. (2023). LA IMPORTANCIA DEL LIDERAZGO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. *YACHAQ*, 175-186, Vol 7(1). <https://revista.uct.edu.pe/index.php/YACHAQ/article/view/539>
- Escárcega, J. (2023). Investigación de campo: ¿Qué es y por qué hacerla? Berumen.com.
- Espinoza, B. (2024). Responsabilidad social en el ambito de la administracion y direccion de empresas . *UUniversidad de Valladolid*, 1-41. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/71503>
- Espinoza, E., & Elgoibar, P. (2023). Confianza, estilo de liderazgo y gestión de conflictos en pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. *Revista de ciencias sociales*, 391, Vol 29(8).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9219715>

- Flores, J., Manrique, M., Serna, G., & Aybar, I. (2021). Liderazgo en tiempos de 4ta revolución. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 1096, Vol 12(3).
<https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA162115508&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=13158597&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon~99d47922&aty=open-web-entry>
- Garcia, M. (julio de 2023). *Revista Internacional de Ciencias Humanas y Crítica de Libros*. Obtenido de Revista Internacional de Ciencias Humanas y Crítica de Libros:
<https://revistarecension.com/2023/08/02/el-metodo-bibliografico-1-las-tecnicas-bibliograficas-y-su-evolucion-historica/>
- Gómez, N., & Macías, N. (2021). LIDERAZGO ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD EDUCATIVA GENERAL ELOY ALFARO AÑO 2021. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 2. <https://www.editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/283>
- Gonzales, Y., Omaira, M., & Torres, M. (2021). Liderazgo: una práctica sistémica en el futuro empresarial. *Profundidad Construyendo Futuro.*, 64-72., Vol 14(14).
<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/view/3161>
- Guarin, S. (2020). Liderazgo empresarial en tiempos de crisis. *FUNDACIÓN IDEAS PARA LA PAZ (FIP)*, 3.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64575196/Liderazgo_empresarial_en_tiempos_de_crisis-libre.pdf?1601576032=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLiderazgo_empresarial_en_tiempos_de_cris.pdf&Expires=1757555182&Signature=cORgnDzXxfqWzhAwuamzGfWL5y98S-99x2MUycoiFNNVXTzSxFez-16KuoVuyrPlkPYIo9nfd3~APWgkvSS6zAKgGPiSX7GbtSmZq-A2xoVq46rNIX8vii-tmf5x-JEOeK8zJIEsis7xWUpU0yISzkDX29jWchtq9dEcFVYytalU3OvHPe4SKbHOKfISBDYYJCRQp aA00ToGtY7sKKbLH8XgYKYX2FxHGSy3ASIIaQf-MlhPb-Cpd-krUhvcziUHcBpXhPwZ4nCLn71joLb~pmHGAM4Te9IK7T5o4uQf~3q~PKhZVhteQQOgeuV3T-H4qef4FitkUduJlbp6otJw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Hernández, G. (2021). Emprendedurismo y liderazgo empresarial en las organizaciones del siglo XXI. *Fidelitas*, 34, Vol 2(1). https://revistas.ufidelitas.ac.cr/index.php/revista_fidelitas/article/view/31
- Jaimes, M., Jacobo, C., & Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revision literaria. *Tiempo y economia*, 202, Vol 8(2).
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/21651>
- Malavé, J. (2022). Liderazgo responsable: Un enfoque integrador. *Debates IESA*, 27(1), 27-31.
<https://www.debatesiesa.com/liderazgo-responsable-un-enfoque-integrador>
- López, G., & Martínez, R. (2020). Innovación y liderazgo en el contexto emprendedor. *Revista Iberoamericana de Estudios Empresariales*, 22-35.
- Martinez, G. (2023). EMPRESA Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA UN DESARROLLO

- ECONÓMICO SOSTENIBLE. *Revista Internacional de Humanidades* , 1-7, Vol 17(3).
https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Aqcd%3A4%3A6622308/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3AAscholar&id=ebsco%3Aqcd%3A171298660&crl=c&link_origin=scholar.google.com
- Mera, K., & Loor, H. (2021). Liderazgo y su relación con el clima organizacional en Hurona Market, Provincia Manabí. *Polo del conocimiento*, 701. Vol6 (11).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219380>
- Muñoz, N., Ruiz, L., & Camargo, D. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *ENCUENTROS*, 129.
<file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-RelacionEntreResponsabilidadSocialEmpresarialYRent-7772902.pdf>
- Nahuat, B., Rodriguez, M., & Gomez, M. d. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *Redalyc*, 1-17. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000200001&script=sci_arttext
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 176. Vol 26(3).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>
- Ortega, C. (14 de mayo de 2021). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/instrumentos-para-recopilar-informacion/>
- Ortega, C. (18 de marzo de 2023). *QuestionPro*. . Obtenido de QuestionPro. :
<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-cuantitativo/>
- Parrales, C., Trelles, G., & Gonzales, M. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. *Yachana Revista Científica*, 92, Vol 10(2). <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/670>
- Pitre, R., Hernandez, H., & Orozco, B. (2020). Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de gestion empresarial. *Universidad Libre* , 35.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/6269>
- Pupo, B., Cruz, Y., & Robert, M. (2021). Formación y mejora del liderazgo para perfeccionar el sistema de gestión de la calidad en empresa cubana. *SciELO Analytics*.Vol 8(2).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000100033&script=sci_arttext
- Ramos, V., Duque, P., & Viera, J. (2021). Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolucion y tendencias de investigacion. *Desarrollo Gerencial*, 1.Vol 13(1).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9670654>
- Renfingo, C., & Sanchez, S. (2022). "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE: Reflexiones desde la Etica Áplicada. *Facultad de Negocios*, 5.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30899>
- Rodriguez, C., Nájera, A., Karina, V., & Varas, A. (2022). LIDERAZGO Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL ECUADOR. *Ciencia y Educacion*, 42. Vol 3(3).
<https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/123>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas . *Información Tecnológica* ,

- 221-232. Vol 31(4). https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400221&script=sci_arttext
- Ruiz, L., Camargo, D., & Muñoz, N. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura . *Encuentros* , 129. Vol 18(2). <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/2406>
- Ruiz, N., & Cordova, C. (2024). Comunicación digital, contenidos y expresión: nuevos estilos de liderazgo en Ecuador Digital communication, content and expression: New leadership styles in Ecuador. *Sinergia academica* , 706. Vol 7(5). <https://sinergiaacademica.com/index.php/sa/article/view/295>
- Salcedo, Y., Moreno, M., & Pupo, B. (2020). La gestión integrada de calidad, ambiente y seguridad y salud en el trabajo con enfoque de liderazgo. *Dialnet*, 282. Vol 4(2). <https://apye.esceg.cu/index.php/apye/article/view/138>
- Salinas, J., Hernández, A., Cojal, K., & Pérez, A. (2020). Conducta del liderazgo empresarial . *Pisteme*, 294. Vol 7(3). <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/1646>
- Sanchez, E., & Georgette, S. (2020). Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de su aplicación en Pequeñas y Medianas empresas peruanas . *Pontificia Universidad Catolica del Perú. Facultad de Gestión y Alta Dirección* , 1-59. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/4f3585cd-a5c2-410f-8cef-8ee38d8b0ddf>
- Solari, E. S. (2023). Barreras en la implementación de prácticas sustentables en las PYMEs del Gran La Plata. In *XIX Simposio Regional de Investigación Contable*. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/162176>
- Suárez, C. A. (2021). "LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL: CASO GOBIERNO AUTONOMO Y DESENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON 24 DE MAYO. UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR , 1-104. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3466>
- Sumba, R., Chóez, S., & Yeritza, P. (2022). Liderazgo Empresarial como factor de desarrollo de las Pymes. *Dominio de las ciencias*, 263. Vol 8(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383376>
- Tapia, Z., & Antequera, J. (2020). El liderazgo transformacional y su incidencia en la toma de decisiones gerenciales en las empresas . *AD-GNOSIS*, 119. Vol 9(9). https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Aqcd%3A4%3A17531860/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3AAscholar&id=ebsco%3Aqcd%3A155446149&crl=c&link_origin=scholar.google.com
- Tovar, R. A. (2024). Cambio organizacional sostenible: Con metodologías ágiles y pensamiento Lean. *Ecoe Ediciones.*, Cap1. [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=adsBEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR21&dq=To var,+R.+A.+\(2024\).+Cambio+organizacional+sostenible:+Con+metodologías+ágiles+y+pensa miento+Lean.+Ecoe+Ediciones.,+Cap1.&ots=VSAQVFrthP&sig=1YCdBnQYGW76pdebKI4H1oWFCz0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=adsBEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR21&dq=To var,+R.+A.+(2024).+Cambio+organizacional+sostenible:+Con+metodologías+ágiles+y+pensa miento+Lean.+Ecoe+Ediciones.,+Cap1.&ots=VSAQVFrthP&sig=1YCdBnQYGW76pdebKI4H1oWFCz0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Valencia, W., & Esquivel, M. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. *Ciencia latina revista multidisciplinar*, 415. Vol 6(1). <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1507>

Yaulilahua, R., & Almenaba, Y. (2022). Liderazgo y Cultura Organizacional: Influencias en la Productividad en Ecuador. *Zambos*, 31. Vol 1(3).
<https://revistaczambos.utelvtsd.edu.ec/index.php/home/article/view/31>

7. Anexos.

7.1. Encuesta.

Dirigida a los emprendedores del mercado del cantón Chone.

Investigar el tipo de liderazgo y prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Chone.

1. ¿Cuánto cree usted que afecta el liderazgo en la productividad general de un equipo?

- ☐ Mucho
- ☐ Poco
- ☐ Nada

2. ¿Qué tan significativo considera usted que es el liderazgo en la capacidad de una organización para adaptarse a los cambios del mercado?

- ☐ Muy significativo
- ☐ Poco significativo
- ☐ Nada significativo

3. ¿Cuál es el impacto del liderazgo en la calidad de la toma de decisiones dentro de un equipo?

- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☐ Bajo
- ☐ Nada

4. ¿Qué tan importante considera usted la comunicación en tu rol como líder?

- ☐ Muy importante
- ☐ Algo importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Nada importante

5. ¿Qué aspecto del liderazgo le gustaría mejorar para fortalecer tu emprendimiento?

- ☐ Comunicación efectiva
- ☐ Gestión de conflictos
- ☐ Toma de decisiones
- ☐ Motivación del equipo

6. ¿Tiene conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

- ☐ Si
- ☐ No



7. ¿En qué medida cree usted que la Responsabilidad Social Empresarial es importante para la reputación de una empresa?
- ☐ Muy importante
 - ☐ Poco importante
 - ☐ Nada importante
8. ¿Qué tan bien crees que tu empresa comunica sus iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial a los empleados y a la comunidad?
- ☐ Muy mal
 - ☐ Mal
 - ☐ Moderadamente
 - ☐ Bien
 - ☐ Muy bien
9. ¿Cuál es el principal desafío que enfrenta usted al implementar Responsabilidad Social Empresarial en tu emprendimiento?
- ☐ Falta de recursos financieros
 - ☐ Falta de conocimiento o capacitación
 - ☐ Prioridades enfocadas en el crecimiento del negocio
 - ☐ Poco interés de los clientes en Responsabilidad Social Empresarial
10. ¿Qué área de la Responsabilidad Social Empresarial le gustaría desarrollar más en tu emprendimiento?
- ☐ Sostenibilidad ambiental
 - ☐ Impacto social
 - ☐ Ética empresarial

7.2. Entrevista:

Dirigida a un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Chone.

Analizar el tipo de liderazgo y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro del Gad del cantón Chone.

1. **¿Cómo define el liderazgo en el contexto de la institución?**
2. **¿Cómo define usted el estilo de liderazgo y qué te llevó a adoptarlo?**
3. **¿Qué cualidades cree usted que son esenciales en un líder de emprendimiento y cómo las cultiva en usted mismo?**
4. **¿Qué rol juegan la empatía y la inteligencia emocional en su enfoque de liderazgo?**
5. **¿Qué técnicas utiliza para inspirar y motivar a tu equipo?**
6. **¿Cómo define usted la Responsabilidad Social Empresarial y cuál es su importancia como líder?**
7. **¿Cuál es el futuro de la Responsabilidad Social Empresarial en la institución y qué planes tienes para evolucionar o expandir sus iniciativas en los próximos años?**
8. **¿Cuáles son las principales áreas de enfoque para las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial de la institución? ¿Cómo selecciona estas áreas?**
9. **¿Qué desafíos ha encontrado usted al implementar políticas de Responsabilidad Social Empresarial y cómo ha abordado estos desafíos?**
10. **¿Cómo comunicaría sus esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial a los trabajadores del Gobierno Autónomo Descentralizado y ciudadanos del cantón Chone?**

