



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO DE MANABÍ"

TRABAJO DE TITULACION

MODALIDAD ENSAYO O ARTÍCULO ACADÉMICO

TITULO:

Responsabilidad Social Corporativa y su Impacto en la Rentabilidad Financiera en las
Empresas del Cantón Chone

AUTORES:

Moreira Sevillano Margarita Isabel

Sanchez Cedeño Jandry Yoel

UNIDAD ACADEMICA:

Extensión Chone

CARRERA:

Administración de Empresas

TUTORA:

DRA. ÁVILA ROSALES FRANCISCA MARGARITA

CHONE – MANABÍ - ECUADOR

SEPTIEMBRE DEL 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: Moreira Sevillano Margarita Isabel y Sánchez Cedeño Jandry Yoel, estudiantes legalmente matriculados en la carrera de Administración de Empresas, periodo académico 2025-1, cumpliendo un total de 384 horas, y cuyo tema del proyecto es "Responsabilidad Social Corporativa y su Impacto en la Rentabilidad Financiera en las empresas del 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 2.

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

Chone, septiembre 2025.

Lo certifico,



Dra. Francisca Margarita Ávila Rosales.

Docente Tutor(a).

Carrera de Administración de Empresas.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

Quienes suscriben la presente: *Moreira Sevillano Margarita Isabel y Sánchez Cedeño Jandry Yoel*, 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: "Responsabilidad Social Corporativa y su Impacto en la Rentabilidad Financiera en las empresas del Cantón Chone", previo a la obtención del Título de Grado de Licenciados 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 del presente a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para que forme parte de su patrimonio intelectual e investigación científica.

Chone, septiembre 2025

Margarita Moreira.

Moreira Sevillano Margarita Isabel.

CI: 1313779181

AUTORA

JandrySanc.

Sanchez Cedeño Jandry Yoel.

CI: 1316795077

AUTOR



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 Integridad Curricular, modalidad ensayo o artículo académico con el título: “Responsabilidad Social Corporativa y su Impacto en la Rentabilidad Financiera en las empresas del Cantón Chone”, elaborado por los egresados Margarita Isabel Moreira Sevillano y Jandry Yoel Sánchez Cedeño 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

*Oficina
negro.*

DEDICATORIA.

Este trabajo lo dedico, en primer lugar, a Dios, por darme la vida, la salud y la fortaleza necesaria para superar los desafíos que encontré en el camino y llegar hasta aquí. A mi familia, que ha sido mi mayor fuente de inspiración y mi pilar en los momentos de dificultad. A mis padres, Maritza Sevillano y Hermogenes Moreira, por su amor incondicional, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia. A mis hermanos, por acompañarme con alegría, apoyo y comprensión, recordándome siempre que los logros compartidos tienen un significado aún más profundo.

Extiendo esta dedicatoria a mis amigos, quienes con palabras de aliento, paciencia y compañía han sabido estar presentes, aun en la distancia, y quienes me motivaron a no rendirme en los momentos de cansancio.

Dedico también este trabajo a mis docentes y mentores, quienes han guiado mi formación con sabiduría, paciencia y exigencia, contribuyendo no solo a mi crecimiento académico, sino también personal. Cada enseñanza recibida se refleja en este esfuerzo y se convierte en la base para mis futuras metas.

Finalmente, esta dedicatoria es también para todas aquellas personas que, de una u otra forma, han aportado con gestos, consejos, apoyo o inspiración, y que han dejado huella en este camino. A cada uno de ellos, mi más profundo agradecimiento, pues este logro no me pertenece solo a mí, sino también a quienes han creído en mí y me han acompañado en este proceso.

Gracias infinitas.

Margarita Isabel Moreira Sevillano

DEDICATORIA.

Con mi corazón lleno de alegría y emoción dedico este logro a todas las personas importantes de mi vida que estuvieron en cada momento de mi vida.

Dedico este trabajo a quienes, con su apoyo incondicional, paciencia y cariño, fueron mi impulso en los momentos de duda y mi motivación en los días de esfuerzo. A mi familia, por enseñarme que los sueños se alcanzan con disciplina y amor. En especial se lo dedico a mis padres Teresa Isabel Cedeño Zambrano y Pedro Aurelio Sánchez Bazurto, que me enseñó a luchar con el corazón en alto y los pies firmes en la tierra. Gracias por la paciencia, por no rendirse nunca, ni siquiera cuando las circunstancias eran difíciles. Su fortaleza y entrega me inspiraron cada día de mi vida. Gracias por siempre ser mi guía en todo momento y en toda mi vida. Esto es por ustedes y para ustedes.

Gracias a mi novia Melannie Fernanda Macias Párraga porque me apoyo desde el primer momento que me conoció creyó en mí, en la etapa de mi vida universitaria y en todos los momentos compartidos, por su apoyo, por su paciencia, por sus días que me dedica por cada una de las cosas que él hace y ha hecho por mí. Con este trabajo concluye no solo una etapa académica, sino también un camino lleno de aprendizajes, retos y satisfacciones.

Gracias infinitas.

Jandry Yoel Sánchez Cedeño

RECONOCIMIENTO

A Dios por brindarnos sabiduría, fortaleza, resiliencia e inteligencia a lo largo de todo este proceso, sus planes perfectos y su amor han guiado nuestro camino

A nuestros padres y familiares por su apoyo incondicional por cada palabra de aliento con mucho amor para poder continuar en esta investigación.

A nuestra tutora la Dr. Francisca Margarita Ávila Rosales, por compartir sus conocimientos orientarnos con paciencia y dedicación guiándonos a lo largo de este trabajo de titulación.

A los docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone por sus enseñanzas y por compartir sus conocimientos, cada clase y consejo han contribuido en nuestra formación profesional y a los emprendedores y representante del GAD Chone por el tiempo brindado durante la ejecución de este trabajo.

Finalmente, a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron a la culminación de este artículo científico.

Margarita Moreira y Jandry Sánchez

Índice

1. Introducción.....	11
1.1. Revisión Literaria:	12
1.1.1. La Responsabilidad Social Corporativa	12
1.1.2. Evolución de la Responsabilidad Social	13
1.1.3. Rentabilidad Financiera.....	18
1.1.4. La rentabilidad Financiera como Economía.....	19
2. Metodología	23
2.1. Enfoque.....	23
2.2. Población.....	23
2.3. Muestra	24
2.4. Métodos.....	24
2.4.1. Método Bibliográfico.....	24
2.4.2. Método De campo.....	25
2.4.3. Técnicas	25
3. Resultados.....	25
3.1. Encuesta realizada a los emprendedores del mercado del Cantón Chone.....	25
3.2. Entrevista dirigida al representante del GAD del cantón Chone que coordina actividades en el mercado municipal.....	28
4. Discusión.....	29
5. Conclusiones.....	31
6. Recomendaciones y limitaciones.....	32
7. Bibliografía	33
8. Anexos	37

Responsabilidad social corporativa y su impacto en la rentabilidad financiera en las empresas del Cantón Chone

Moreira Sevillano Margarita Isabel

e1313779181@live.ulearn.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0002-9988-2842>

Sanchez Cedeño Jandry Yoel

e1316795077@live.ulearn.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-5156-9063>

Autores

Dra. Ávila Rosales Francisca Margarita

Francisca.avila@ulearn.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0055-018>

Docente de la Universidad Laica "Eloy Alfaro de Manabí" Extensión Chone

Resumen.

Este proyecto tiene como objetivo principal analizar la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la rentabilidad financiera en las empresas del Cantón Chone. Por lo tanto, se examinarán casos concretos de organizaciones que han adoptado políticas responsables, con el fin de identificar si estas han generado un incremento en sus ingresos, una reducción de costos y una mejora en su reputación dentro del mercado.

Para ello, se empleó una metodología con enfoque cualitativo y cuantitativo, aplicando encuestas a 40 emprendedores y una entrevista a un representante del GAD municipal. Los resultados indican que un alto porcentaje de emprendedores reconoce la importancia de la RSC, especialmente en la relación con la fidelización del cliente, la imagen corporativa y la eficiencia operativa. Sin embargo, se identificaron barreras significativas como la resistencia al cambio, la falta de capacitación y la escasez de recursos financieros.

Finalmente, se concluye que incorporar la RSC en la gestión empresarial puede contribuir de manera directa a mejorar los márgenes de rentabilidad, así como a promover el desarrollo sostenible del entorno. Se recomienda fomentar espacios de capacitación, estrategias de acompañamiento institucional y estrategias adaptadas a la realidad local para lograr una integración efectiva de la responsabilidad social en las empresas del cantón Chone.

Palabra claves: eficiencia corporativa, emprendimientos, planificación financiera rentabilidad financiera, resistencia al cambio, recursos financieros, sostenibilidad.

Abstract.

The main objective of this project is to analyze the relationship between Corporate Social Responsibility and financial profitability in companies in the Chone Canton. Therefore, specific cases of organizations that have adopted responsible policies will be examined to determine whether these have led to increased revenue, reduced costs, and improved market reputation.

To achieve this, a methodology with both qualitative and quantitative approaches was employed, applying surveys to 40 entrepreneurs and conducting an interview with a representative from the municipal GAD. The results indicate that a high percentage of entrepreneurs recognize the importance of CSR, particularly in relation to customer loyalty, corporate image, and operational efficiency. However, significant barriers were identified, such as resistance to change, lack of training, and scarcity of financial resources.

Finally, it is concluded that incorporating CSR into business management can directly contribute to improving profitability margins, as well as promoting the sustainable development of the local environment. It is recommended to promote training spaces, institutional support strategies, and strategies adapted to the local context to achieve effective integration of social responsibility in companies in the canton of Chone.

Keywords: corporate efficiency, entrepreneurship, financial planning, financial profitability, resistance to change, financial resources, sustainability.

1. Introducción.

La responsabilidad social corporativa (RSC) se ha convertido en un pilar esencial para el desarrollo de las empresas modernas, pues no solo responde a principios de ética y compromiso social, sino que también tiene un impacto directo en la rentabilidad financiera y la competitividad empresarial. En el caso del Cantón Chone, cuya economía se fundamenta principalmente en la agricultura, el comercio y la industria, la aplicación de prácticas responsables representa una oportunidad estratégica para fortalecer la sostenibilidad económica y social de la región.

En un entorno donde los consumidores y la sociedad demandan cada vez más transparencia y responsabilidad, la RSC se configura como un factor decisivo en la construcción de una buena reputación corporativa y en la generación de ventajas competitivas. Las empresas que adoptan políticas responsables no solo mejoran su imagen frente a la comunidad, sino que también logran beneficios económicos tangibles, como la reducción de costos operativos, el incremento de la eficiencia y la fidelización de los clientes.

El propósito central de esta investigación es analizar cómo la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa influye en los resultados financieros de las empresas del Cantón Chone. Para ello, se busca identificar las prácticas que actualmente se aplican o se omiten, así como evaluar su efecto en indicadores clave como ingresos, costos, productividad y posicionamiento en el mercado. De manera complementaria, el estudio pretende fomentar una mayor conciencia entre los emprendedores locales sobre la importancia de integrar estrategias de responsabilidad social en la gestión empresarial.

Asimismo, esta indagación procura ofrecer una visión integral de la RSC como motor de desarrollo sostenible, evidenciando su capacidad para generar beneficios tanto a nivel económico como social. El análisis abarca micro empresas, pequeñas y medianas empresas (pymes) de diferentes sectores económicos del cantón, con el fin de establecer propuestas y estrategias que impulsen la adopción de prácticas responsables.

En este sentido, la investigación se orienta a demostrar que la responsabilidad social corporativa no solo es una obligación ética, sino también una herramienta estratégica capaz de fortalecer la rentabilidad financiera y contribuir al bienestar de la comunidad en general.

El objetivo principal de esta investigación es analizar la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la rentabilidad financiera en las empresas del Cantón Chone. Para ello, se examinarán casos concretos de organizaciones que han adoptado políticas responsables, con el fin de identificar si estas han generado un incremento en sus ingresos, una reducción de costos y una mejora en su reputación dentro del mercado.

La problemática que se aborda en este estudio es la falta de responsabilidad social corporativa en las empresas del Cantón Chone, lo que limita su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

Las tareas u objetivos específicos son investigar la responsabilidad social en los emprendedores; identificar la responsabilidad social corporativa en los emprendedores; establecer el impacto de la rentabilidad financiera en las empresas del Cantón Chone; elaborar estrategias para mejorar la responsabilidad social corporativa en las empresas del Cantón Chone.

1.1. Revisión Literaria:

1.1.1. La Responsabilidad Social Corporativa

RSC (Responsabilidad Social Corporativa) es un concepto que va más allá de lo estrictamente obligatorio, ya que es un concepto voluntario, y su integración en la empresa aporta un inmenso valor a la misma (Ballesteros Remesal, 2024).

Por lo tanto, la responsabilidad social corporativa, al ser un enfoque voluntario, permite a las empresas adoptar valores y prácticas que no solo benefician sus operaciones, sino también a la comunidad y al medio ambiente.

La responsabilidad social corporativa promueve actividades en el ámbito económico, social y ambiental que no solo aporten resultados beneficiosos para la empresa y la sociedad, sino que también respondan a medidas de gestión ambiental sostenible (España- Merchan, 2023).

Es relevante manifestar que la responsabilidad social corporativa es fundamental en el contexto actual, donde las empresas no solo son evaluadas por su rentabilidad económica, sino también por su impacto social y ambiental. Las empresas que adoptan practicas responsables suelen disfrutar de una mejor reputación, lo que puede traducirse en mayor lealtad de los clientes y, en consecuencia, un aumento en las ventas.

La responsabilidad social de genero aborda la desigualdad existente en las estructuras y la cultura empresarial y promueve la igualdad desde la contratación hasta la toma de decisiones. Además, puede impulsar la innovación y el desempeño organizacional (Gomez Santa Olallas, 2024).

Por ende, la responsabilidad social corporativa de género es un componente crucial que complementan la responsabilidad social corporativa, y su creciente necesidad de abordar las desigualdades de género en el ámbito empresarial por otro lado genera beneficios significativos tanto para las empresas como la sociedad en general.

1.1.2. Evolución de la Responsabilidad Social

La responsabilidad social corporativa afecta al compromiso, la satisfacción y la fidelización del cliente. Los cambios en las expectativas sociales y la creciente conciencia ambiental han impulsado la responsabilidad social no solo para mejorar la imagen de una empresa, sino también para fortalecer las conexiones emocionales con los consumidores, creando un mayor compromiso (Gómez et al., 2024).

Es necesario mencionar que la responsabilidad social corporativa ha evolucionado más allá de ser una simple estrategia de marketing; se ha convertido en un componente esencial para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Cuando las empresas adoptan prácticas de responsabilidad social corporativa, crean vínculos emocionales con sus consumidores, la gente tiende a sentirse más conectada con marcas que comparten sus valores y preocupaciones.

La responsabilidad social corporativa en la industria hotelera con esencial enfoque en Hoteles Marriott. Al analizar los informes anuales y de sostenibilidad de Marriott, se examina como las

iniciativas de responsabilidad social corporativa impacta el desempeño financiero de la empresa (Echabi Lakzabri, 2024).

Es importante mencionar que la responsabilidad social corporativa ha evolucionado significativamente, pasando de ser una actividad secundaria a convertirse en un pilar estratégico para muchas empresas del sector hotelero. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no solo es una cuestión ética, sino una estrategia integral que impacta directamente en su rentabilidad económica.

Diversos estudios evidencian que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no solo genera beneficios sociales y ambientales, sino que también impacta positivamente en la rentabilidad financiera. Las empresas socialmente responsables logran reducir costos operativos mediante la eficiencia energética y la gestión sostenible de recursos, acceden a nuevas fuentes de financiamiento gracias a su reputación ética y atraen consumidores que valoran la sostenibilidad, lo cual se traduce en mayor ventas (Salas Vargas, 2024). En este sentido, la RSC debe ser vista como una inversión estratégica que mejora el desempeño financiero a mediano y largo plazo.

La responsabilidad social corporativa ha pasado de ser un esfuerzo altruista a convertirse en una parte integral de la estrategia de una empresa. Estas empresas comprenden que el éxito depende no solo de los aspectos económicos, sino también de su impacto social y ambiental (Altamirano Córdova et al., 2024).

Es importante mencionar que la evolución de la responsabilidad social corporativa hacia un componente estratégico en las empresas es un cambio muy positivo y necesario en el mundo actual. Las empresas que implementan prácticas de Responsabilidad Social suelen descubrir que su éxito financiero está íntimamente ligado a su impacto social y ambiental. Un enfoque responsable puede atraer a clientes que valoren la sostenibilidad, lo que se traduce en una ventaja competitiva.

La evidencia científica muestra la necesidad de implementar eficazmente modelos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ya que son canales de incentivos, confianza y legitimidad,

y pueden mejorar la imagen de una empresa y sus relaciones con las comunidades locales (Fonseca, 2022).

Por lo tanto, la implementación efectiva de modelos de responsabilidad social corporativa en el ámbito deportivo es fundamental y tiene múltiples beneficios que van más allá de la simple imagen corporativa. Cuando las organizaciones deportivas adoptan prácticas de Responsabilidad Social, generan un sentido de confianza entre los deportistas, aficionados y otros grupos de interés. Esta confianza es crucial, ya que los seguidores quieren sentirse parte de la comunidad que comparte valores éticos y sociales. Al demostrar un compromiso genuino con causas sociales, las organizaciones pueden legitimar su posición y fortalecer su vínculo con la comunidad.

El impacto de los eventos deportivos está relacionado con aspectos sociales, económicos, ambientales y políticos que afectan el desarrollo de las comunidades locales a través de la integración social (Fonseca et al., 2022).

Sin embargo, el impacto de los eventos deportivos es realmente amplio y puede influir en diversas áreas que van más allá del mero entretenimiento. Las organizaciones de eventos deportivos pueden estimular la economía local mediante la creación de empleo y el impulso al turismo. Las inversiones en infraestructura, como estadios y transporte, no solo benefician al evento en sí, sino que también pueden tener un efecto positivo a largo plazo en la comunidad. Sin embargo, es crucial que estas iniciativas se alineen con principios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para asegurar que los beneficios sean sostenibles y equitativos.

La responsabilidad social corporativa es actualmente objeto de constantes discusión y análisis, ya que se intenta posicionar el concepto desde diferentes ángulos, no solo como un mecanismo empresarial, sino también como una estrategia de crecimiento empresarial a mediano y largo plazo (Vásquez-Giler et al., 2020).

Es importante mencionar que la Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado de ser vista simplemente como una forma de “hacer el bien” o de mejorar la imagen de la empresa a

convertirse en una estrategia fundamental para el crecimiento sostenible y la competitividad en el mercado. Las empresas que integran Responsabilidad Social Corporativa en su modelo de negocio suelen ver beneficios a largo plazo. Al alinear sus objetivos comerciales con las expectativas sociales y ambientales, pueden crear valor compartido que no solo beneficia a la empresa, sino también a la comunidad y al medio ambiente.

La educación socialmente responsable de nuestros futuros profesionales ha cobrado gran importancia en los últimos años. Los líderes deben comprender el estatus de sus organizaciones como agentes de desarrollo social (Nieto & Rodríguez, 2020).

Es relevante mencionar que la RSC es crucial para preparar a los futuros profesionales y gestores. Los gestores del mañana deben comprender que las organizaciones no operan en un vacío. Tienen un impacto directo en la sociedad y el medio ambiente. La RSC abarca diversas áreas, desde la ética empresarial hasta el desarrollo comunitario y la sostenibilidad ambiental. La formación en estas áreas prepara a los profesionales para abordar problemas complejos desde múltiples perspectivas, fomentando una visión integral que es esencial en el entorno empresarial actual.

El crecimiento económico impulsado por el turismo lleva a los gobiernos a promover políticas públicas hacia el desarrollo local, por esta razón se debe incluir un abordaje vigente sobre perspectiva basada en la triple responsabilidad, que incluye el ámbito económico, social y ambiental (Nolivos et al., 2020).

Por lo tanto, la triple responsabilidad es un enfoque fundamental para garantizar que el crecimiento económico a través del turismo sea sostenible y beneficioso para todas las partes involucradas. Adoptando una perspectiva basada en la triple responsabilidad al desarrollar políticas relacionadas con el turismo no solo es necesaria, sino también esencial para garantizar un crecimiento sostenible y equitativo.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el Compromiso Organizacional (CO) son dos pilares importantes en la industria hotelera, ya que las prácticas éticas, sociales y ambientales de una

empresa pueden crear determinantes que median en las relaciones entre empleados y empleadores, así como entre empleados y organizaciones (Reyes Rendón et al., 2024).

En relación con lo anterior, la responsabilidad social corporativa y el compromiso organizacional son fundamentales en el sector hotelero, donde la interacción entre empleados y empleadores puede influir significativamente en la experiencia del cliente y en la reputación de la empresa. Las prácticas de RSC fomentan un ambiente laboral saludable, donde los empleados se sienten valorados y respetados. Esto no solo mejora la satisfacción laboral, sino que también reduce la rotación de personal, un problema común en la industria hotelera.

Estas empresas socialmente responsables, que se relacionan con la innovación, los consumidores y empleados y la sociedad en general, son consideradas entidades estables y con una imagen confiable, lo que significa un aumento de su participación de mercado y competitividad e la industria (del Pino, 2021).

Por ende, las empresas que adoptan un enfoque de responsabilidad social no solo se ven beneficiadas por su compromiso ético, sino que también cosechan frutos tangibles en términos de innovación, lealtad del consumidor y competitividad. Las empresas responsables suelen estar más abiertas a la innovación, ya que buscan constantemente formas de mejorar sus prácticas y productos. Este enfoque puede llevar al desarrollo de soluciones más sostenibles y eficientes que no solo benefician al medio ambiente, sino que también pueden resultar en una ventaja competitiva.

La pandemia del Covid-19 tiene graves consecuencias económicas, sociales y medioambientales. En todo el mundo, muchas empresas se están dando cuenta de que necesitan actualizar sus modelos de intervención para garantizar su continuidad en el mercado. En consecuencia, existe una oportunidad para introducir la responsabilidad social corporativa como una herramienta innovadora de gestión institucional (Valencia & Esquivel, 2022).

Es necesario mencionar que la pandemia del COVID-19 actuó como un catalizador que obligo a muchas empresas a reevaluar sus estrategias y prácticas. La crisis no solo expuso vulnerabilidad

en los modelos de negocio, sino que también resaltó la importancia de la RSC como una herramienta clave para la resiliencia y sostenibilidad. La pandemia obligo a las empresas a ser más ágiles y adaptativas. Aquellas que incorporaron la RSC en su modelo de negocio pudieron responder más efectivamente a las necesidades cambiantes de sus empleados, clientes y comunidades.

1.1.3. Rentabilidad Financiera

La liquidez constituye un factor determinante en los resultados de inversión y en la rentabilidad financiera de las empresas, especialmente en lo referente al nivel de apalancamiento (Huamán & Guardamino, 2020). Por ello, la liquidez no solo refleja la salud financiera a corto plazo, sino que también incide directamente en la estrategia de inversión y en la sostenibilidad de la rentabilidad en el tiempo. El análisis de estas relaciones mediante métodos cuantitativos permite a las organizaciones tomar decisiones estratégicas mas acertadas, promoviendo un crecimiento estable y rentable.

En este contexto, las empresas suelen utilizar presupuestos de capital y de utilidades para planificar sus finanzas a largo plazo. Así mismo, el calculo de márgenes de beneficio y de índices de rotación de activos permite evaluar el rendimiento económico y financiero de manera integral (Pitre et al., 2020). La combinación de estos indicadores facilitan la medición de la eficiencia operativa y guía la toma de decisiones orientadas al crecimiento sostenible.

El uso transparente de los sistemas de control en las distintas áreas organizacionales fortalece la gestión de recursos y favorece la mejora continua, lo cual impacta en una mayor rentabilidad y en la eficiencia en la toma de decisiones (Caruajulca Diaz, 2019). En este proceso, la auditoria interna resulta esencial, ya que permite evaluar de forma objetiva los sistemas de gestión, identificar desviaciones y prevenir pérdidas significativas derivadas de ineficiencias o fraudes.

Diversos estudios demuestran que el desempeño financiero varia entre regiones. Por ejemplo, en la provincia de guayas se observa un mayor promedio de endeudamiento y liquidez corriente; sin embargo, la rentabilidad financiera promedio es mas alta en otras provincias, lo que evidencia que un alto nivel de liquidez no siempre garantiza una gestión eficiente de los recursos (Zambrano-Farías et al., 2021).

En consecuencia, una liquidez elevada puede ser positiva para afrontar obligaciones a corto plazo, pero si no se gestiona estratégicamente puede reflejar recursos ociosos que no contribuyen a generar valor financiero. Por ello, la clave para la sostenibilidad de las empresas radica en equilibrar el financiamiento externo con una adecuada gestión de liquidez, de manera que el apalancamiento se traduzca en crecimiento y no en riesgos financieros excesivos.

1.1.4. La rentabilidad Financiera como Economía

La rentabilidad económica se relaciona con los beneficios obtenidos a través de ciertos recursos durante un periodo de tiempo. Resultados obtenidos durante este periodo las inversiones se pueden calcular utilizando las fórmulas de ingreso neto con activos propios de estado de la red (Cotera Quispe, 2020).

Es importante mencionar que la rentabilidad financiera es un indicador crucial para evaluar el desempeño de una empresa, ya que muestra cómo se están utilizando los fondos propios para generar beneficios. La rentabilidad financiera no solo mide la eficiencia en el uso de los recursos propios, sino que también es un indicador atractivo para los inversionistas. Un retorno alto puede atraer más inversiones, lo que a su vez puede impulsar el crecimiento de la empresa. También es fundamental para la sostenibilidad a largo plazo de cualquier negocio; si una empresa no es capaz de generar beneficios suficientes en relación a sus fondos propios, podrían enfrentar dificultades financieras en el futuro.

El mercado se internacionalizó hace más de medio siglo y desde entonces. Luego, los países y las empresas compiten para lograr rentabilidad, así existe un mercado muy competitivo y global. Las micro y pequeñas empresas (mypes) se adaptan por su menor tamaño a cambios en la economía, adopción de nuevas tecnologías e innovación de procesos (Zúñiga Abregú, 2022).

En relación a lo anterior, las mypes suelen ser más ágiles debido a su tamaño, esta agilidad les permite responder rápidamente a cambios en la demanda o a nuevas oportunidades de mercado, lo que puede ser una ventaja competitiva significativa frente a empresas más grandes y burocráticas. Las mypes tienden a ser más innovadoras, ya que tienen menos capas de gestión que pueden

ralentizar el proceso de toma de decisiones. Esto les permite experimentar con nuevas ideas, productos y servicios sin las restricciones que enfrentan las grandes corporaciones.

Una economía social que priorice a las personas por encima del retorno financiero, donde las cooperativas sean la columna vertebral de la región y contribuyan al desarrollo local (Ilhuicatzí & Conde, 2022).

Por ende, la economía social se centra en el bienestar de las personas y las comunidades, en lugar de enfocarse únicamente en maximizar beneficios económicos. Este enfoque permite que las cooperativas promuevan la inclusión social y el empoderamiento de sus miembros, lo que puede tener un impacto positivo en la calidad de vida de los individuos y en la cohesión social. El enfoque de la economía social y el papel vertebrador de las cooperativas son fundamentales para construir sociedades más justas y sostenibles. Al priorizar a las personas sobre los rendimientos económicos, estas iniciativas pueden generar un impacto duradero en sus comunidades y contribuir al desarrollo local de manera integral.

La rentabilidad financiera de una empresa muestra signos de deterioro, lo que genera preocupación entre accionistas, directivos y empleados. Esta caída puede tener graves consecuencias, como dificultades para cumplir con las obligaciones financieras y operativas, falta de inversión en proyectos de crecimiento y pérdida de competitividad frente a otras empresas del sector (Herrera López, 2024).

Es necesario mencionar que la disminución de la rentabilidad financiera genera incertidumbre entre los accionistas, directivos y empleados. La confianza es crucial para el funcionamiento de cualquier organización, y si los accionistas pierden la fe en la gestión de la empresa, pueden decidir desinvertir, lo que podría agravar aún más la situación. El deterioro en la rentabilidad financiera es un signo alarmante que requiere atención inmediata y acciones estratégicas para revertir la tendencia. La clave está en identificar las causas del problema y actuar con rapidez para asegurar un futuro sostenible para la empresa.

El segmento económico, político, social, ambiental, cultural y tecnológico tuvieron cambios significativos y terminaron influyendo en la rentabilidad y sostenibilidad de las organizaciones ocasionando cambios de paradigmas con modificaciones en los modelos de negocios (Ore Quiroz, 2022).

Por lo tanto, la decisión de realizar una investigación aplicada sugiere que se busca no solo entender el fenómeno, sino también ofrecer soluciones prácticas que puedan ser implementadas en la empresa. Esto es especialmente útil para los productores y comerciantes asociados, ya que pueden beneficiarse directamente de los hallazgos. Un alcance explicativo es valioso porque busca no solo describir la relación entre las variables, sino también explicar por qué y como ocurre esa influencia.

Se pueden analizar indicadores financieros, lo que permite comparar los resultados, así como una nueva comprensión de las mermas como un tema de actualidad para la empresa, que puede considerarse un medio de control fundamental, costos, asesoramiento y orientación en caso de emergencia (Marcos & Ricardo, 2021).

Por lo tanto, considerar las mermas como un medio de control fundamental implica implementar medidas para monitorear y reducir pérdidas. Esto no solo mejora la rentabilidad, sino que también optimiza el uso de recursos, lo cual es vital para la sostenibilidad del negocio. Generar nuevas propuestas estratégicas basadas en el análisis de mermas es una excelente forma de responder a las contingencias. Estas estrategias pueden incluir desde mejoras en la cadena de suministro hasta capacitación del personal para minimizar pérdidas.

La rentabilidad financiera disminuyó debido a problemas externos en el país. Analizando los valores promedio de los indicadores de rentabilidad y deuda y se encontró que hubo una relación positiva entre 2016 y 2020, lo que indica que el desempeño financiero de la empresa se beneficia del financiamiento de proveedores y del financiamiento financiero (Guangasi Gómez, 2023).

En relación a lo anterior, la disminución de la rentabilidad financiera debido a problemas externos en el país es una situación que muchas empresas enfrentan en momentos de crisis

económica o inestabilidad. Es comprensible que factores externos, como cambios en la economía, políticas gubernamentales o crisis sociales, afecten directamente la rentabilidad.

Empresas sin fines de lucro son aquellas que tienen objetivos diferentes a los de las empresas con fines de lucro cuyo objetivo principal es ayudar a una comunidad en particular, por lo que su rentabilidad se centra en como las tarifas otorgadas ayudan a gestionar el desempeño (Santamaría Ramírez, 2021).

Es necesario mencionar que las empresas sin fines de lucro juegan un papel fundamental en la sociedad, y un enfoque en el bienestar comunitario en lugar de la generación de ganancias las distingue claramente de las empresas comerciales. La rentabilidad mide el impacto social que generan y como los recursos se utilizan para cumplir con su misión. Esto implica una gestión eficiente de los recursos y la capacidad de demostrar resultados tangibles a sus donantes y beneficiarios.

Internamente, la falta de sistemas de facturación eficientes, los altos costos operativos y la falta de capacitación de los empleados generaron ineficiencias y redujeron los márgenes de ganancias. En el exterior, la situación se ve agravada por la competencia en el mercado, las condiciones climáticas adversas y el aumento de los costes de las materias primas (Moran Navarro, 2024).

En relación a lo anterior, se indica que un sistema de facturación ineficiente puede causar retrasos en la cobranza, errores en las transacciones y una falta de visibilidad sobre el flujo de caja. Esto puede llevar a un problema de liquidez que dificulten el funcionamiento diario.

Las instituciones educativas carecen de rentabilidad, los jefes asociados con una mala toma de decisiones, lo que a menudo es centrarse en la supervivencia, no en la resistencia para estas decisiones. De acuerdo a los requerimientos del departamento de educación, la misión es promover educación utilizando los medios didácticos necesarios (Sanchez Parihuaman, 2023).

Es importante mencionar que la falta de rentabilidad en las instituciones de educación superior es un tema complejo que refleja no solo problemas internos, sino también desafíos externos que

afectan su sostenibilidad. La clave para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de las instituciones de educación superior radica en un enfoque provocativo y estratégico. Esto implica tomar decisiones informadas que prioricen no solo la supervivencia inmediata, sino también el crecimiento y desarrollo a largo plazo.

La rentabilidad juega un papel importante en la vida económica de una empresa, básicamente porque determina la eficiencia en el uso de las unidades de producción, es decir, si encontramos que la organización es rentable, se insita a no desperdiciar recursos y comprenda que cada departamento empresarial gasta recursos financieros para el beneficio económico general (Edemir, 2023).

Es relevante mencionar que la rentabilidad es un concepto clave en la vida económica de cualquier empresa, y su importancia no puede subestimarse. La rentabilidad refleja la capacidad de una empresa para utilizar sus recursos de manera eficiente. Cuando una organización es rentable, significa que está generando más ingresos de los que se gasta, lo que indica un manejo adecuado de los recursos financieros, humanos y materiales.

2. Metodología

2.1. Enfoque

La investigación adoptó un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). El enfoque cuantitativo permitió analizar estadísticamente la información obtenida de los emprendedores a través de encuestas, mientras que el cualitativo se centro en la entrevista al representante del GAD Chone, con el fin de profundizar en la percepción institucional y en la interpretación de los resultados.

2.2. Población

La población corresponde al conjunto de personas con características similares relacionadas con la actividad emprendedora en el cantón Chone. Esta conformada por 80 emprendedores activos y 1 representante del Gad Chone, Alcanzando un total de 81 personas. La definición de población se sustenta en que abarca a todos los individuos que cumplen con los criterios establecidos para el estudio (Narváez, 2023).

2.3. Muestra

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

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

Donde:

- n= tamaño de la muestra
- N= tamaño de la población (81)
- Z= nivel de confianza (1.96 para 95%)
- p= probabilidad de ocurrencia (0.5)
- q= probabilidad d no ocurrencia (0.5)
- e= margen de error permitido (0.05).

Al sustituir los valores, se obtuvo un tamaño de muestra aproximada de 41 personas. Por lo tanto, se seleccionaron 40 emprendedores y 1 representante del GAD Chone mediante muestreo aleatorio simple, garantizando la representatividad de la población en el estudio.

2.4. Métodos

2.4.1. Método Bibliográfico

La reconstrucción bibliográfica es un juego de intersubjetividades que emerge esencialmente de la persona y de su testimonio, ya sea oral u escrito. Memoria, identidad y sociabilidad son igualmente dispositivos desde los cuales hay que entender las potencialidades y limitaciones de los documentos orales y materiales de vida, fuentes sobre las que se fundamenta la investigación biográfica. El trabajo muestra, de un modo práctico o didáctico, cómo orientarse en este proceso (Sanz Hernández, 2005).

2.4.2. Método De campo

Este tipo de investigación es esencial para realizar otras como la exploratoria, la correlacional o la mixta. De hecho, en el método hipotético-deductivo (el utilizado en economía) suele ser el paso posterior al establecimiento de las hipótesis. Una vez sabemos qué buscamos, debemos recabar datos y para eso se realiza un trabajo de campo (Enrique Rua Arias, 2020).

2.4.3. Técnicas

Las técnicas a utilizar en esta investigación son:

La encuesta estructurada dirigida a los emprendedores, con el objetivo de recopilar información cuantitativa sobre sus características socioeconómicas y la gestión de sus negocios.

La entrevista semiestructurada al representante del GAD Chone, orientada a recabar información cualitativa acerca de las políticas locales y el apoyo institucional al emprendimiento.

3. Resultados.

3.1. Encuesta realizada a los emprendedores del mercado del Cantón Chone

Tabla 1. ¿que la responsabilidad social corporativa es un factor importante para los consumidores al momento de elegir un producto o servicio?

Alternativa.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Importante	33	83%
Poco importante	7	17%
Nada importante	0	0%
TOTAL:	40	100%

Elaborado por: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, Margarita Moreira, Jandry Sanchez.

La mayoría de los emprendedores encuestados (83%) consideran que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un factor importante en la decisión de compra de los consumidores. En contraste, un 17% opinó que la RSC es poco importante. Aunque este grupo es minoritario, no debe pasarse por alto, pues podría representar a consumidores que priorizan otros factores como el precio, la calidad o la disponibilidad por encima del compromiso social de la empresa.

Tabla 2. ¿Qué amenazas enfrenta su emprendimiento si no implementa iniciativas de responsabilidad social corporativa?

Alternativa.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Falta de recursos financieros	9	23%
Falta de conocimiento o capacitación	12	30%
Resistencia interna al cambio	19	47%
Dificultades para medir el impacto	0	0%
Otras/ Cuales	0	0%
TOTAL:	40	100%

Elaborado por: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, Margarita Moreira, Jandry Sanchez.

El 47% de los encuestados señalaron que la resistencia interna al cambio es la amenaza más significativa. Este resultado refleja una barrera cultural y organizacional, donde colaboradores, socios o directivos muestran resistencia a modificar prácticas tradicionales o adoptar nuevas formas de gestión orientadas a la sostenibilidad.

En segundo lugar, con un 30%, se identificó la falta de conocimiento o capacitación como un obstáculo relevante, lo que evidencia la necesidad de fortalecer competencias en RSC. Finalmente, un 23% indicó que la falta de recursos financieros es un factor limitante, pues muchos emprendimientos deben priorizar actividades operativas o de supervivencia antes que acciones sociales responsables.

Tabla 3. ¿Qué tan importante considera usted la planificación financiera para la rentabilidad de su empresa?

Alternativa.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Importante	40	100%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL:	40	100%

Elaborado por: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, Margarita Moreira, Jandry Sanchez.

El 100% de los emprendedores reconocen que la planificación financiera es clave para la rentabilidad de sus negocios. Este dato es sumamente positivo para el entorno económico y educativo, pues refleja una actitud proactiva frente al manejo financiero e los negocios. Sin embargo, seria valioso complementar este dato con información cualitativa o e seguimiento, para determinar cómo se lleva a cabo dicha planificación y que impacto real tiene en los resultados empresariales.

Tabla 4. ¿Su empresa realiza balances sobre la rentabilidad financiera y sus resultados?

Alternativa.	Frecuencia.	Porcentaje %.
Si	37	93%
No	0	0%
A veces	3	7%
TOTAL:	40	100%

Elaborado por: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, Margarita Moreira, Jandry Sanchez.

El 93% de respuestas de parte de los empresarios indican que realizan balances sobre su rentabilidad financiera y estos resultados reflejan una fuerte orientación hacia la gestión estratégica y el control económico. Esto permite a las organizaciones actuar de forma proactiva y mantener su sostenibilidad en el tiempo. Sin embargo, el 7% de empresas solo realizan su balance ocasionalmente por lo cual debe ser considerado como una ale o área de mejora, ya que la falta de análisis financiero constante puede comprender su competitividad y crecimiento futuro.

3.2. Entrevista dirigida al representante del GAD del cantón Chone que coordina actividades en el mercado municipal

En este caso nuestros comerciantes, como son comerciantes minoristas tratamos como líderes responsables, tratamos de integrar o motivar cada una de sus actividades, nosotros en el estado financiero actualmente conocemos como está la economía, la principal barrera que enfrentan actualmente es la inseguridad que tenemos, pese que es un mercado tratamos de dar rondas, no hemos tenido un impacto bajo que sea un tema de distorsión, igual se maneja un tema de deudas por que el nivel económico de nuestros comerciantes más minoristas es un nivel bajo, entonces igual ellos tienen una deuda, a veces tienen que vender o no tienen que vender por inversión o responsabilidades de cada uno de ellos.

En esta administración se realizó una actividad como tal, que fue una resolución de una rendición de deudas, porque existen comerciantes que mantienen deudas desde el 2012, entonces se realizaron rendiciones de deudas bajo una resolución donde podíamos de una u otra manera a cada uno de los comerciantes revisarles el estado de cuenta que sea un valor elevado y se les daba un alivio financiero que fue una de las estrategias que se ha utilizado en esta administración para así poder de una u otra manera tener un poco de solvencia en el tema económico.

En este caso como Chonense, realmente lo que necesitamos y teniendo la experiencia como líder de gestión del mercado, realmente necesitamos un espacio más amplio y adecuado para nuestros comerciantes, en este caso la innovación sería muy importante, como se a observado que

nuestros comerciantes tienen un espacio muy reducido, no tienen un área donde ellos poder limpiar sus productos, tienen que hacer la actividad en ese espacio reducido, sería innovar en el tema del mercado con un espacio más amplio para ellos.

Nosotros estamos bajo una regularización e nuevas ordenanzas, pese de que dentro del mantenimiento el responsable en si es el GAD municipal como tal, pero nosotros hacemos autogestiones que consiste en realizar mingas, o actividades, ahí tiene una actividad de manera general en el mercado, por decir hacen la festividad del señor de la Buena Esperanza, donde todos se unen, las tercenas, las frutas, las verduras, ellos hacen una actividad y eso también hace una motivación más para los comerciantes.

Se practica mucho la empatía, también es un recurso que me ha ayudado mucho como líder, en este caso entender las actitudes también, tener una salud mental, la experiencia que he tenido como responsable del mercado, me ha ayudado mucho a entender a los comerciantes en este caso, entonces ese ha sido una de las iniciativas que se na tenido.

En el tema financiero, se ha hecho lo de la rendición de deudas, cuando tuvimos lo de la pandemia se hizo una baja de remisiones, que son las remisiones son la cano de arrendamiento porque nuestros arrendatarios pagan un arriendo, entonces se le hizo lo de la remisión de deudas que eran bajas de deudas como tales desde 2016 al 2019 y también se hicieron bajas de cano de arrendamiento por la pandemia que fueron 7 meses que no se les cobro el arriendo.

4. Discusión

La creciente conciencia social y ambiental en los consumidores ha impulsado la preferencia por productos y servicios que no solo satisfacen sus necesidades, sino que también reflejan sus valores personales. En este sentido, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se considera un signo de la integridad y ética empresarial, capaz de fomentar la confianza y la lealtad de los clientes, en contraste con lo planteado por Gómez et al., (2024). La RSC impacta de manera directa en el compromiso, la satisfacción y la fidelización del cliente. Así, los cambios en las expectativas sociales

y la conciencia ambiental creciente han llevado a que la RSC no se limite únicamente a mejorar la imagen corporativa, sino también para fortalecer las conexiones emocionales con los consumidores, generando un mayor nivel de compromiso.

Un aspecto relevante identificado en los resultados es que la resistencia al cambio se percibe como uno de los obstáculos mas significativos. Esta resistencia puede manifestarse en diferentes formas, desde la falta de apoyo de la alta dirección hasta el desinterés de los trabajadores hacia nuevas iniciativas. Este factor cultural limita la capacidad de las organizaciones para innovar y adaptarse a las nuevas demandas de los clientes, quienes valoran cada vez mas las practicas éticas y sostenibles. Esto se contrapone a lo señalado por Altamirano Córdova et al., (2024), quienes sostienen que la RSC facilita la participación activa de las empresas en las comunidades donde operan. No obstante, es innegable que la RSC contribuye a mejorar la calidad de vida local, fortalecer la percepción de la marca e influye positivamente en la cultura organizacional, al fomentar un sentido de propósito entre los empleados y generar un ambiente laboral mas favorable.

Asi mismo, se observa que la RSC ha dejado de concebirse como un esfuerzo altruista para convertirse en un elemento central de la estrategia empresarial. Esto se debe a que las empresas comprenden que su éxito depende no solo de los resultados económicos, sino también de su impacto social y ambiental.

En cuanto a la planificación financiera, se destaca que esta permite a las organizaciones definir metas especificas, optimizar la distribución de recursos y anticipar posibles obstáculos. Sin embargo, aunque su relevancia es reconocida, aun es necesario profundizar en como se ejecuta en la practica. La carencia de información cualitativa acerca de los métodos y estrategias empleadas limita la comprensión de su verdadero efecto en los resultados empresariaes. De acuerdo con Edemir (2023), la rentabilidad es un factor clave en la vida económica de las organizaciones, ya que determina la efidcncia en el uso de los recursos de produccion. En este sentido, una empresa rentable evita el desperdicio, asigna recursos de manera eficiente y promueve el beneficio económico general.

Finalmente, los resultados de esta investigación confirman que la creciente conciencia social está motivando a los emprendedores a alinear sus negocios con principios éticos, sociales y ambientales. Esta tendencia hacia un consumo responsable no solo responde a las demandas del mercado, sino que también representa una oportunidad de diferenciación competitiva, en concordancia con lo expuesto por España-Merchán (2023). La RSC, en este contexto, fomenta actividades en los ámbitos económicos, social y ambiental que aportan beneficios tanto para la empresa como para la sociedad, y que contribuye a una gestión ambiental sostenible.

5. Conclusiones

La responsabilidad social es reconocida por los emprendedores como un aspecto relevante en sus actividades, ya que vinculan su aplicación con el compromiso hacia la comunidad y el entorno. Esta valoración demuestra que existe una disposición favorable hacia prácticas que trascienden el interés económico individual.

Aunque se reconoce la importancia de la responsabilidad social corporativa, su aplicación enfrenta limitaciones internas como la falta de preparación y la resistencia a modificar estructuras tradicionales. Esta situación refleja que el conocimiento sobre RSC aún requiere fortalecimiento para convertirse en una práctica sistemática dentro de los emprendedores.

La gestión financiera se encuentra bien posicionada entre los emprendedores como un eje clave para sostener sus negocios. Existe conciencia sobre la importancia de planificar y evaluar la rentabilidad, lo cual permite tomar decisiones mayormente acertadas y asegurar la estabilidad económica de sus actividades.

Las acciones para fortalecer la responsabilidad social deben enfocarse en fomentar la formación continua, adaptar los procesos a las capacidades reales de los emprendedores y promover espacios colaborativos. Estas estrategias permitirán una integración más efectiva de la responsabilidad social en la gestión empresarial local.

6. Recomendaciones y limitaciones

Implementar programas de capacitación accesibles para emprendedores sobre prácticas responsables, sostenibilidad, ética empresarial y compromiso comunitario, ya que muchos emprendedores no cuentan con la formación necesaria sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa de forma efectiva.

Adaptar los modelos de Responsabilidad Social Corporativa a las capacidades reales de los emprendedores y brindar acompañamiento técnico para su integración gradual, a pesar que la resistencia a modificar estructuras tradicionales y la escasa formación, dificultan la incorporación efectiva de estas prácticas.

Integrar la Responsabilidad Social Corporativa dentro de la planificación financiera, mostrando cómo puede contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo, aunque el enfoque en la rentabilidad a corto plazo puede limitar la inversión en acciones responsables, al no percibirse beneficios inmediatos.

Crear redes de colaboración y aprendizaje entre emprendedores, instituciones y expertos para compartir buenas prácticas y experiencias exitosas en Responsabilidad Social Corporativa, pero la falta de recursos y estructuras de apoyo local puede limitar el acceso a estos espacios, dificultando la colaboración efectiva.

7. Bibliografía

Altamirano Cordova, R. A., Martinez Saldaña, P., Odicio Rojas, F.H., Quintana Castro, M. M., & Zevallos Berrospi, J. J. . (2024). El impacto de la responsabilidad social corporativa en la lealtad del consumidor de los millennials como clientes del Banco de Credito del Peru en zona oeste de Lima Metropolitana. [https://doi.org/https://repositorio.esan.edu.pe/items/d71135d4-82f8-4cb3-9c77-](https://doi.org/https://repositorio.esan.edu.pe/items/d71135d4-82f8-4cb3-9c77-912b10eeda0a)

[912b10eeda0a](https://doi.org/https://repositorio.esan.edu.pe/items/d71135d4-82f8-4cb3-9c77-912b10eeda0a)

Ballesteros Remesal M. (2024). ANALISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR BANCARIO: LOS CASOS DE CAIXABANK, BANKINTER Y SABADELL. <https://doi.org/https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/38073>

Caruajulca Diaz, C. A. . (2019). Auditoría interna y su incidencia en la rentabilidad financiera de las empresas industriales de San Juan de Lurigancho 2018. <https://doi.org/https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53697>

Cotera Quispe, R. . (2020). SISTEMA DE DETRACCIÓN Y LA RENTABILIDAD FINANCIERA EN LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DEL DISTRITO DE HUANCAYO-2018. <https://doi.org/https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/1844>

del Pino, C. A. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. <https://doi.org/https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/462>

Echabi Lakzabri, F. . (2024). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA RENTABILIDAD ECONOMICA EL CASO DE MARRIOTT HOTELS. <https://doi.org/https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/34323>

Edemir, G. Y. J. . (2023). "Toma de decisiones financieras y su influencia en la rentabilidad financiera de la empresa Servicentro Cruz de Chalpon EIRL Huamanga – Ayacucho 2021". <https://doi.org/https://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/901>

Enrique Rua Arias. (2020). Investigacion de campo. España-Merchan, A. Y. (2023). Responsabilidad Social Empresarial hacia la implementacion de practicas ambientales en Ecuador. Amazonica de Ciencias Economicas.
<https://doi.org/https://revistas.unsm.edu.pe/index.php/race/article/view/475>

Fonseca, I. (2022). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8106407>

Fonseca, I., Bernate, J., & Tuay, D. (2022). La responsabilidad social corporativa y los eventos deportivos. Una revisión sistemática de la producción científica.
<https://doi.org/https://revistas.um.es/sportk/article/view/470131>

Gomez Santa Olallas, M. (2024). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, UN ENFOQUE SOBRE LA DESIGUALDAD DE GENERO: CASO IBERDROLA.
<https://doi.org/https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/37705>

Gomez, E. N. S., Cedeño, F. A. V., & Bonisoli, L. . (2024). Responsabilidad Social Corporativa y Lealtad a la Marca: Un analisis empirico.
https://doi.org/https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/bussines_science/article/view/463

Guangasi Gómez, E. M. . (2023). El endeudamiento y la rentabilidad financiera del sector automotriz de Tungurahua.
<https://doi.org/https://repositorio.uta.edu.ec:8443/handle/123456789/39380>

Herrera López, M. D. C. . (2024). Rentabilidad financiera de la Empresa Huaconsza S.A. de la ciudad de Babahoyo, periodo 2021 - 2022.
<https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/15741>

Huamán, S. Y. R., & Guardamino, I. M. M. . (2020). Influencia de la liquidez en la rentabilidad financiera: Caso de la Compañía Goodyear S.A.
<https://doi.org/https://rivc.upeu.edu.pe/index.php/rivc/article/view/1397>

Ilhuicatzí, U. F., & Conde, A. L. M. . (2022). Estudio de caso de dos cooperativas de Teruel (España), a partir del cumplimiento de los principios cooperativistas y de su rentabilidad financiera.

<https://doi.org/https://baidc.revistas.deusto.es/article/view/2169>

Marcos, T., & Ricardo, E. . (2021). Control de las mermas en el combustible y su efecto en la rentabilidad financiera en el grifo Servicentro Marco Antonio S.R.Ltda Lima, 2019.

https://doi.org/https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/URPU_c25ba0c6fe02b0441922aaa3e18ebcc8

Moran Navarro, L. P. . (2024). Rentabilidad financiera del Comercial Coloma en el cantón Vines durante los periodos 2022-2023. <https://doi.org/http://190.15.129.146/handle/49000/17226>

Nieto, M. T. G., & Rodríguez, J. M. G. . (2020). La Responsabilidad Social Corporativa en los estudios universitarios de comunicación.

<https://doi.org/https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/825>

Nolivos, S. P., Romero, A. V., & Ortega, R. A. S. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible.

<https://doi.org/https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/340>

Ore Quiroz, H. P. J. . (2022). Modelo de planeamiento estratégico en la rentabilidad financiera de la empresa de productores y comerciantes asociados de Chimbote, 2021.

<https://doi.org/https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80580>

Pitre, R. D. G., Cardoso, E. P., & Villalobos, L. G. B. . (2020). Planeación y rentabilidad financiera en empresas prestadoras de servicios de bombeo electrosumergible en PDVSA, Venezuela. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7964716>

Reyes Rendón, J., Vargas Martínez, E. E., & Hernández Sánchez, A. R. . (2024). Responsabilidad social corporativa y compromiso organizacional en la hotelería. Una revisión sistemática y bibliométrica. <https://doi.org/https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/139871>

Salas Vargas, N. (2024). CULTIVAMOS LO BUENO: UN PROYECTO DE ALCAMPO INTEGRADO EN EL MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .
<https://doi.org/https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/33830>

Sanchez Parihuaman, A. (2023). Liquidez y rentabilidad financiera de la escuela de Educación Superior Pedagógica pública Monseñor Francisco Gonzales Burga en Lambayeque, 2022.
<https://doi.org/https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/119241>

Santamaría Ramírez, E. A. (2021). Análisis de rentabilidad financiera en la Unidad de Hemodiálisis Dial-Ríos, de la ciudad de Babahoyo, año 2020.
<https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10775>

Sanz Hernández, A. . (2005). El método biográfico en investigación social: potencialidades y limitaciones de las fuentes orales y los documentos personales. asclepio.

Valencia, W. S., & Esquivel, M. J. . (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia.
<https://doi.org/https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1507>

Vásquez-Giler, M., Zambrano-Vera, T., & Muñoz-Menéndez, M. B. (2020). RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.
<https://doi.org/http://www.editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/1>

Zambrano-Farías, F. J., Sánchez-Pacheco, M. E., & Correa-Soto, S. R. . (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador.
https://doi.org/http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000200235

Zúñiga Abregú, R. R. . (2022). Planeamiento estratégico y competitividad en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021.
<https://doi.org/https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85653>

8. Anexos



Encuesta dirigida a Emprendedores del mercado municipal del cantón Chone

Objetivos: Determinar la Responsabilidad Social Corporativa y su impacto en la Rentabilidad Financiera en las empresas del Cantón Chone

Instrucción: Esta encuesta tiene finalidad llevar a cabo ciertas preguntas que nos ayude a solventar nuestras dudas sobre nuestra investigación. Subraye o encierre en un círculo la respuesta correcta de acuerdo a su punto de vista.

¿Aplica Ud. estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en su emprendimiento?

Sí

No

A veces

¿Considera Ud. ¿Que la Responsabilidad Social Corporativa es un factor importante para los consumidores al momento de elegir productos o servicios?

Importante

Poco importante

Nada importante

¿Qué áreas de responsabilidad social considera más relevantes para su emprendimiento?

Medio ambiente

Educación

Salud

Desarrollo comunitario

Ética empresarial

Otros / Cuales

¿Ha notado Ud. Impacto en la Rentabilidad Financiera de su emprendimiento tras implementar iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?

Favorable

Poco favorable

Nada favorable

¿Cuáles son los principales beneficios que ha recibido su emprendimiento al implementar prácticas de Responsabilidad Social Corporativa?

Mejora en la imagen de la empresa

Aumento en la satisfacción del cliente

Lealtad del cliente

Atracción y retención de talento

Incremento en las ventas

Solvencia económica

Otras / Cuales

¿Qué amenazas enfrenta su emprendimiento si no implementar iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?

Falta de recursos financieros

Falta de conocimiento o capacitación

Resistencia interna al cambio

Dificultades para medir el impacto

Otros / Cuales

¿Qué desafíos enfrenta su emprendimiento al implementar iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa?

Impacto social amplio

Crecimiento sostenible

Recursos humanos calificados

Legalizada por organismos competentes

Otras / Cuales

¿Qué tipo de recursos cree Ud. que podrían ayudar a mejorar las prácticas de RSC en su empresa?

Capacitación y formación

Asesoría externa especializada

Recursos financieros adicionales

Redes de colaboración con otras empresas o ONGs

Otros / Cuales

¿Su empresa realiza balances sobre la Rentabilidad Financiera y sus resultados?

Sí

No

A veces

¿Qué porcentaje del presupuesto anual se destina a actividades de Responsabilidad Social Corporativa?

Menos del 1%

1% al 5%

6% al 10%

Más del 10%

¿Con que frecuencia se evalúan los procesos contables en la empresa para conocer los rendimientos financieros?

Diariamente.

Mensualmente

Trimestralmente

Anualmente

Nunca

¿Qué tan importante considera Ud. que la planificación financiera para la rentabilidad de su empresa?

Importante

Poco importante

Nada importante



Entrevista dirigida al representante del GAD del cantón Chone que coordina actividades en el mercado municipal

Objetivo: Determinar la Responsabilidad Social Corporativa y su impacto en la Rentabilidad Financiera en las empresas del Cantón Chone.

Indicaciones: Esta entrevista tiene finalidad llevar a cabo ciertas preguntas que nos ayude a solventar nuestras dudas sobre nuestra investigación.

¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los emprendedores del mercado del cantón Chone al implementar prácticas de responsabilidad social?

¿Cómo cree usted que se puede superar estas barreras sobre la responsabilidad social?

¿Qué oportunidades ve usted para fortalecer la responsabilidad social en el mercado del cantón Chone y hacerla más atractiva para los emprendedores?

¿Qué aspectos de la responsabilidad social considera más relevantes para los emprendedores del mercado del cantón Chone?

¿De qué manera cree que los emprendimientos del mercado pueden contribuir a la responsabilidad social?

¿Cómo involucra usted a sus emprendedores y a comunidad en la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social?

¿Qué estrategia ha implementado para mejorar la rentabilidad financiera de los emprendedores del mercado de Chone?

¿Cómo evalúa el impacto de las condiciones económicas actuales de los emprendedores el mercado del cantón Chone?

¿Cómo apoya usted a los emprendedores a desarrollar una rentabilidad financiera de manera eficiente?

¿Qué estrategia recomienda para que los emprendedores del mercado de Chone puedan crecer de manera eficaz?

¿Qué tipo de apoyo adicional cree usted que necesitarían los emprendedores del mercado de Chone para superar los desafíos actuales y alcanzar sus objetivos fin?