



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“La Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja”.

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Administración de
Empresas.

AUTORA:

Karen Ivonne Vasquez Paltin

DIRECTOR:

Ing. Juan Román Encalada Orozco PhD.

Loja – Ecuador

2025



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **ENCALADA OROZCO JUAN ROMAN**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE LOJA**", perteneciente al estudiante **KAREN IVONNE VASQUEZ PALTIN**, con cédula de identidad N° **1105090326**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 1 de Agosto de 2024



JUAN ROMAN ESCALADA
OROZCO

F) _____

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001594

1/1
Educamos para Transformar

Autoría

Yo, **Karen Ivonne Vasquez Paltin**, declaro ser autor/a del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**KAREN IVONNE
VASQUEZ PALTIN**

Cédula de identidad: 1105090326

Fecha: 13 de febrero del 2025

Correo electrónico: karen.i.vasquez@unl.edu.ec

Teléfono: 0989567317

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación.

Yo, **Karen Ivonne Vasquez Paltin**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **La Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los trece días del mes de febrero del dos mil veinticinco.

Firma:



Autor/a: Karen Ivonne Vasquez Paltin

Cédula de identidad: 1105090326

Dirección: Loja, calle Aristóteles

Correo electrónico: karen.i.vasquez@unl.edu.ec

Teléfono: 0989567317

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Juan Román Encalada Orozco PhD.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación como primero a Dios por brindarme fortaleza y ser mi guía para poder cumplir un objetivo más en mi vida académica. A mis padres Francito Vasquez y Carmen Paltin por su apoyo incondicional y ser un pilar fundamental en mi desarrollo profesional, esta nueva meta alcanzada es de ustedes padres, quienes hicieron lo posible por ayudarme en mi formación tanto personal como profesional.

A mis hermanos Carolina y Edison Vasquez y sobrina Samara Villamagua por ser una fuente de inspiración y motivación para cumplir con mis objetivos. A mi mascota Neo por ser mi fiel compañero, por cuidarme y estar a mi lado en cada noche de desvelo.

A mis abuelitos y amigo en el cielo Ismael Vasquez, Luz Mejia, Esthela Lanche y Pablo Gordillo por ser un ejemplo de vida, aunque ya no estén físicamente, su recuerdo y enseñanzas están presentes en mi corazón y en cada meta alcanzada.

A cada uno de mis amigos por estar pendientes y apoyarme en cada cosa que necesite, gracias por ser una parte fundamental de mi día a día, su presencia permitió que este proceso no sea complejo.

Karen Ivonne Vasquez Paltin

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la vida, salud y fortaleza para superar cada desafío a lo largo de mi vida académica. A la Universidad Nacional de Loja y a la Carrera de Administración de empresas por brindarme la oportunidad de formar parte de su alumnado.

A mis padres por ser un ejemplo de perseverancia y superación, gracias por confiar y brindarme su apoyo constantemente. A mis hermanos por apoyarme y aportar en el desarrollo de mi vida. A mi sobrina por llegar en esta última etapa y hacer que los días de estrés se conviertan en momentos de motivación e inspiración. A mi mascota por acompañarme y no dejarme sola. A mis seres queridos en el cielo por haber dejado una huella en mi corazón llena de enseñanzas y fortaleza, gracias por haberme dejado formar parte de su vida. Gracias aquel amigo que durante el desarrollo de este trabajo me apoyo, escucho y brindó palabras de aliento.

A mi director Ing. Juan Encalada quien con su experiencia fue una guía y contribuyó al cumplimiento del presente trabajo.

Agradezco por brindarme unos minutos de su tiempo a cada una de las personas que contribuyeron al desarrollo del presente trabajo.

Karen Ivonne Vasquez Paltin

Índice de contenidos

Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	x
Índice de figuras.....	xii
Índice de anexos.....	xiii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Fundamento Referencial.....	6
4.2 Fundamento Teórico.....	9
4.2.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	9
4.2.1.1 Antecedentes.....	9
4.2.1.1.1 Aparición de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica.....	9
4.2.1.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador.....	9
4.2.1.2 Definición.....	10
4.2.1.3 Importancia.....	11
4.2.1.4 Beneficios de implementar Responsabilidad Social Empresarial.....	11
4.2.1.5 Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI].....	12
4.2.1.5.1 Dimensión Integral de la Responsabilidad Social Empresarial.....	12

4.2.1.6 Líneas Estratégicas	13
<i>Ética Empresarial</i>	13
<i>Calidad de Vida en la Empresa</i>	14
<i>Vinculación y Compromiso con la Comunidad y su Desarrollo</i>	15
<i>Cuidado y Preservación del Medioambiente</i>	16
4.2.1.7 Principios Básicos de la Responsabilidad Social Empresarial	17
<i>Transparencia</i>	18
<i>Materialidad</i>	18
<i>Verificabilidad</i>	18
<i>Visión amplia</i>	18
<i>Mejora continua</i>	18
<i>Naturaleza Social de la Organización</i>	18
4.2.1.8 Tipos de Responsabilidades Sociales	18
<i>Responsabilidades primarias</i>	19
<i>Responsabilidades secundarias</i>	19
<i>Responsabilidades terciarias</i>	20
4.2.1.9 Grupos de Interés	20
4.2.1.10 Actores Involucrados en la RSE	21
<i>PYMES, grandes empresas y agrupaciones empresariales.</i>	21
<i>Responsabilidad Social Empresarial y Pymes</i>	21
4.2.2 Empresa	22
4.2.2.1 Definición	22
4.2.2.2 Microempresa	23
4.2.2.2.1 Actividad económica	24
Comerciales	24
De Servicios	24
Productiva	25

4.3 Fundamento Legal	25
Constitución de la República del Ecuador (2008)	25
5. Metodología	27
5.1 Área de estudio	27
5.2 Procedimiento	27
5.2.1 Materiales	27
5.2.2 Enfoque de la investigación	27
5.2.3 Método de Investigación	28
5.2.4 Tipo de Investigación	28
5.2.5 Diseño de Investigación	28
5.2.6 Técnicas e instrumentos	29
5.2.7 Población y muestra	29
5.3 Desarrollo de los objetivos	31
6. Resultados	33
7. Discusión	51
8. Conclusiones	69
9. Recomendaciones	70
10. Referencias Bibliográficas	71
11. Anexos	77

Índice de tablas

<i>Tabla 1</i> Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022.....	6
<i>Tabla 2</i> Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito.....	6
<i>Tabla 3</i> Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador.....	7
<i>Tabla 4</i> RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE PUEBLA, MEXICO	7
<i>Tabla 5</i> Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: Caso México..	8
<i>Tabla 6</i> Microempresas del cantón Loja	30
<i>Tabla 7</i> Número de encuestas por sector.....	31
<i>Tabla 8</i> Actividad de la empresa	33
<i>Tabla 9</i> Tiempo en el mercado	34
<i>Tabla 10</i> Número de trabajadores.....	35
<i>Tabla 11</i> Conoce sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	36
<i>Tabla 12</i> Concepto o idea de lo que es RSE	37
<i>Tabla 13</i> Directrices o líneas estratégicas.....	38
<i>Tabla 14</i> La ética es fundamental para el éxito de la empresa.....	39
<i>Tabla 15</i> Prácticas para promover la ética empresarial.....	39
<i>Tabla 16</i> Desafíos que enfrenta al aplicar prácticas éticas	40
<i>Tabla 17</i> Importancia de la calidad de vida de los trabajadores para el éxito de la empresa	41
<i>Tabla 18</i> Acciones para mejorar la calidad de vida laboral de los empleados.....	42
<i>Tabla 19</i> Desafíos al garantizar una buena calidad de vida laboral.....	43
<i>Tabla 20</i> Actividades para relacionarse con la comunidad	45
<i>Tabla 21</i> Frecuencia de participación en actividades de responsabilidad social	46
<i>Tabla 22</i> Desafíos al participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad	47
<i>Tabla 23</i> Acciones para preservar el medio ambiente	48
<i>Tabla 24</i> Las microempresas de Loja son responsables ambientalmente	49
<i>Tabla 25</i> Desafíos que enfrenta en el cuidado y preservación del medioambiente	50
<i>Tabla 26</i> Escala de calificación	54

Tabla 27 <i>Prácticas de responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja.....</i>	55
Tabla 28 <i>Desafíos que enfrentan las microempresas en la implementación de RSE.....</i>	58
Tabla 29 <i>Plan de acción de la dimensión Ética Empresarial.....</i>	64
Tabla 30 <i>Plan de acción de la dimensión Calidad de vida en la empresa</i>	65
Tabla 31 <i>Plan de acción de la dimensión Vinculación con la comunidad.....</i>	66
Tabla 32 <i>Plan de acción de la dimensión Preservación del medioambiente.....</i>	67

Índice de figuras

<i>Figura 1</i> Ética empresarial e indicadores	14
<i>Figura 2</i> Calidad de vida en la empresa e indicadores.....	15
<i>Figura 3</i> Vinculación y compromiso con la Comunidad y su Desarrollo e indicadores	16
<i>Figura 4</i> Cuidado y Preservación del Medioambiente e indicadores.....	17
<i>Figura 5</i> Micro localización de la ciudad de Loja.....	27
<i>Figura 6</i> Actividad de la empresa	33
<i>Figura 7</i> Tiempo en el mercado	34
<i>Figura 8</i> Número de trabajadores.....	35
<i>Figura 9</i> Conoce sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	36
<i>Figura 10</i> Concepto o idea de lo que es RSE.....	37
<i>Figura 11</i> La ética es fundamental para el éxito de la empresa.....	39
<i>Figura 12</i> Prácticas para promover la ética empresarial.....	40
<i>Figura 13</i> Desafíos que enfrenta al aplicar prácticas éticas.....	41
<i>Figura 14</i> Importancia de la calidad de vida de los trabajadores para el éxito de la empresa	42
<i>Figura 15</i> Acciones para mejorar la calidad de vida laboral de los empleados.....	43
<i>Figura 16</i> Desafíos al garantizar una buena calidad de vida laboral.....	44
<i>Figura 17</i> Actividades para relacionarse con la comunidad	45
<i>Figura 18</i> Frecuencia de participación en actividades de responsabilidad social	46
<i>Figura 19</i> Desafíos al participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad	47
<i>Figura 20</i> Acciones para preservar el medio ambiente	48
<i>Figura 21</i> Las microempresas de Loja son responsables ambientalmente	49
<i>Figura 22</i> Desafíos que enfrenta en el cuidado y preservación del medioambiente	50

Índice de anexos

<i>Anexo 1 Encuesta a propietarios de microempresas</i>	<i>77</i>
<i>Anexo 2 Aplicación de encuestas</i>	<i>80</i>
<i>Anexo 3 Entrega de guía a microempresarios.....</i>	<i>82</i>
<i>Anexo 4 Certificado de traducción de resumen</i>	<i>83</i>

1. Título

La Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja.

2. Resumen

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las microempresas es un tema relevante, dado que permite integrar de manera voluntaria aspectos del ámbito económico, social y ambiental. La presente investigación tiene por objetivo, realizar un estudio sobre la responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja, mediante un diagnóstico a través de las directrices propuestas por la CEMEFI para identificar prácticas de RSE, dificultades al implementar las actividades y proponer una guía. La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo de carácter exploratorio-descriptivo, con la participación de 377 microempresas distribuidas en el sector comercial, de servicios y manufacturero, como técnica de recolección de información se utilizó una encuesta para los propietarios de las microempresas. Los resultados indican que las microempresas en Loja se enfocan más en desarrollar prácticas en ética empresarial con un 100%, calidad de vida en la empresa 81,4% y preservación del medio ambiente 96,6%, mientras que la dimensión de vinculación con la comunidad no está siendo aplicada de manera adecuada porque el 48,5% no lleva a cabo prácticas que le permiten relacionarse con la sociedad. Además, al momento de poner en práctica actividades dentro de la empresa se les presentan dificultades que les impide la implementación de RS donde, en ética empresarial el 40,6% de los propietarios indica que la dificultad significativa es el desconocimiento en desarrollar reglamentos internos, el 18,8% en calidad de vida existe la resistencia al cambio por parte de los trabajadores, 55,7% no dispone de tiempo para realizar actividades de vinculación con la comunidad y el 22,3% posee limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible, por tanto, se presenta a los microempresarios la guía de RSE que contiene estrategias y actividades de responsabilidad social que deben llevar a cabo para ser reconocidas como organizaciones socialmente responsables.

Palabras clave: *Microempresa, Responsabilidad Social Empresarial, dimensiones, guía, prácticas, y dificultades.*

2.1 Abstract

Currently, Corporate Social Responsibility (CSR) in microenterprises is a relevant topic, since it allows the voluntary integration of economic, social and environmental aspects. The objective of this research is to conduct a study on corporate social responsibility in microbusinesses in the city of Loja, through a diagnosis using the guidelines proposed by CEMEFI to identify CSR practices and the difficulties in implementing activities, in order to propose a guide. The research has a qualitative-quantitative approach of an exploratory-descriptive nature, with the participation of 377 microenterprises distributed in the commercial, service and manufacturing sectors. Additionally, as a technique for collecting information, a survey was applied to the owners of these micro-businesses. The results indicate that 100% of microenterprises in Loja focus on developing business ethics, 81.4% concentrate also on the quality of life in the company and 96.6% of them emphasize the preservation of the environment, too. On the other hand, the dimension of linking with the community is not being applied adequately because 48.5% of these companies do not carry out practices that allow them to relate to society. In addition, when implementing activities within the company, there are difficulties that prevent the implementation of SR; regarding business ethics, 40.6% of the owners mention that the significant difficulty is the lack of knowledge of the company and the lack of knowledge about how to implement SR; 18.8% in quality of life, there is resistance to change on the part of the workers, 55.7% do not have time to develop community outreach activities and 22.3% have limited resources to support actions and adopt sustainable technology.

Keywords: Microenterprises, Corporate Social Responsibility, dimensions, guide, practices, difficulties.

3. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso que tienen las empresas mediante la contribución activa y voluntaria para mejorar los ámbitos económico, social y ambiental donde opera la organización.

A nivel mundial las únicas empresas que han incorporado adecuadamente la RSE, son las compañías líderes, que han visto la responsabilidad social empresarial como una estrategia de negocio que les permite diferenciarse y tener ventaja ante su competencia. En la actualidad, la RSE, se está centrando en la búsqueda de empresarios que se encuentren conscientes de sus actos y habilidades, los mismos que deben generar un impacto positivo a la sociedad mediante el compromiso de aplicar RSE.

La responsabilidad social empresarial está en su auge, debido a que se está considerando como una manera de crear negocios socialmente responsables. En el Ecuador este tema aun es nuevo, sobre todo para las pequeñas empresas que aún no están aplicando totalmente RSE, esto se debe a que no todas las empresas en el país cuentan con los requisitos necesarios para la implementación de RSE en sus operaciones, dado que pueden existir una variedad de limitaciones que impidan la aplicación y sobre todo que el concepto de responsabilidad social aún no se integra completamente en la sociedad, lo que no les permite a las organizaciones tener un compromiso adecuado consigo mismas y con la comunidad en general. Por esta razón, en la ciudad de Loja las microempresas no pueden quedarse sin aplicar responsabilidad social en sus operaciones, por consiguiente, se plantea identificar que están haciendo las microempresas en función de la responsabilidad social empresarial dado que al implementarla les permite a las organizaciones mejorar su imagen, ser más competitivas y comprometerse con el desarrollo sostenible.

La investigación tiene relación con varios trabajos los mismos que se describen en el marco teórico donde se cita 5 investigaciones de los autores: Tatiana Merejildo; Natalia Camacho; Andrea Ávila y María Cedeño; Rafaela Martínez, María Vera y José Vera; y Alejandra López.

Para el desarrollo de la investigación se planteó el siguiente objetivo general: realizar un estudio de la implementación de responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja, acompañado de los objetivos específicos que se detallan a continuación: realizar un diagnóstico para identificar las prácticas de responsabilidad social empresarial en

las microempresas a través de las directrices CEMEFI, identificar los desafíos o barreras que enfrentan las microempresas en la implementación de la responsabilidad social y proponer una guía de responsabilidad social empresarial para los microempresarios de la ciudad de Loja. Con base a los resultados se ha elaborado un informe que contiene la siguiente estructura:

El **tema** indica el nombre y área donde se realizó el estudio; el **resumen** brinda información específica y concreta sobre los resultados obtenidos en la investigación; la **introducción** proporciona una descripción sencilla de las ideas principales que componen el trabajo; el **marco teórico** describe información sobre conceptos clave necesarios para el desarrollo del estudio el cual se basa en autores; la **metodología** indica el área donde se realizó el estudio, así como también el enfoque y tipo de investigación, métodos, técnicas y población de estudio (muestra); **resultados** aquí se presentan tablas y gráficos con la información recopilada de las encuestas aplicadas a una muestra de 377 microempresas; **discusión** en esta se realiza una comparación entre la información obtenida del trabajo con premisas teóricas bajo las que se realizó la investigación; las **conclusiones** se basan en la información y datos obtenidos en el estudio, dado esto se plantea **recomendaciones** a los microempresarios indicando lo que deben realizar para implementar RSE en su empresa; la **bibliografía** es el listado de las fuentes utilizadas para la elaboración de la investigación y los **anexos** son los documentos y fotografías que permiten respaldar la información del trabajo.

4. Marco teórico

4.1 Fundamento Referencial

Tabla 1

Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022.

Datos	Contenidos
Título	“Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022” (Merejildo, T., 2023).
Autor	Merejildo Flores Tatiana Isabel
Año de publicación	2023
Tipo	Tesis
Resumen	Su finalidad es identificar que acciones de RSE utilizan los emprendimientos del cantón, donde, una vez realizado el estudio identificó que aún necesitan aplicar un modelo de responsabilidad social y en algunos sectores la aplicación de actividades de RSE generan un impacto negativo en la dimensión social, ambiental y económica.
Metodología	Su diseño es descriptivo con enfoque mixto. En lo cualitativo aplicó entrevistas a dos expertos y cuantitativo realizo encuesta a propietarios.

Nota. El presente trabajo es tomado como referencia para la investigación.

Tabla 2

Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito.

Datos	Contenidos
Título	“Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito” (Camacho, N., 2014).
Autor	Natalia Elizabeth Camacho Villegas
Año de publicación	2014
Tipo	Tesis
Resumen	La RSE actualmente es un tema que va tomando mucha relevancia por lo que exige a los empresarios de las Pymes comiencen a desarrollar interés por aplicar estrategias empresariales que les permitan a las empresas a ser más competitivas. En Quito, las Pymes enfrentan limitantes que les impiden aplicar RSE como una estrategia corporativa, esto se debe a escasas de recursos económicos, elevados costos, falta de interés, lo cual provoca que las pymes no se encuentren preparadas para implementar responsabilidad social empresarial como una estrategia.

Datos	Contenidos
Metodología	El trabajo aplica el método descriptivo, que por medio de la observación directa se indaga en el sector, se respalda en fuentes secundarias y una entrevista a expertos en Pymes.

Nota. El presente trabajo es tomado como referencia para la investigación.

Tabla 3

Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador.

Datos	Contenidos
Título	“Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador” (Ávila, A. y Cedeño, M., 2020).
Autor	Andrea Cristina Ávila Espinoza María Rosalba Cedeño Pico
Año de publicación	2020
Tipo	Artículo
Resumen	La RSE es tomada como estrategia para el desarrollo sostenible por medio del compromiso hacia los grupos de interés los cuales se enfocan en brindar protección al medio ambiente, apoyo a la sociedad, mejorar la calidad de vida y clima laboral de los trabajadores. Aplicar RSE en las pymes permite que estas se desarrollen, pero esto en muchos de los casos no es posible debido a que existen factores limitantes que no dejan implementar RSE. Este estudio se enfoca en identificar la aplicación de RSE en las pymes del Ecuador y así mismo conocer la perspectiva de la comunidad.
Metodología	Estudio cuantitativo-descriptivo, en él se aplica una encuesta descriptiva dicotómica de diez preguntas de si o no aplicada a un segmento de la comunidad y una entrevista de cuatro preguntas realizada a informantes clave.

Nota. El presente trabajo es tomado como referencia para la investigación.

Tabla 4

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE PUEBLA, MEXICO

Datos	Contenidos
Título	“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE PUEBLA, MEXICO” (Méndez, et al., 2015).
Autor	Rafaela Martínez Méndez María Antonieta Monserrat Vera Muñoz José Gerardo Serafín Vera Muñoz
Año de publicación	2015
Tipo	Artículo
Resumen	La finalidad del trabajo es identificar como las pequeñas empresas constructoras llevan a cabo la RSE en Puebla México. Una vez recolectada la información, como resultados obtuvo que las prácticas más comunes de

Datos	Contenidos
Metodología	RSE son: tener un código de ética empresarial y consideran importante controlar el consumo de agua y energía para cuidar el medio ambiente. Su enfoque es cuantitativo de tipo descriptivo, diseño no experimental-transversal, su método se basó en un estudio de campo y de técnica una encuesta estructurada, con una muestra de 53 pequeñas empresas constructoras.

Nota. El presente trabajo es tomado como referencia para la investigación.

Tabla 5

Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: Caso México

Datos	Contenidos
Título	“HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE PEQUEÑAS EMPRESAS: CASO MÉXICO” (López, A., 2013).
Autor	Alejandra López Salazar
Año de publicación	2013
Tipo	Artículo
Resumen	Su objetivo es analizar cuáles son las razones que tienen las empresas para optar por la RSE, las barreras que se presentan en su aplicación y determinar que deben realizar para implementar RSE. Los resultados que obtuvieron son que pocas empresas implementan prácticas de RSE relacionadas con calidad de vida, medioambiente y mercadotecnia, entre una de las principales barreras son las dificultades financieras que tienen las empresas.
Metodología	El trabajo es cuantitativo, descriptivo e inferencial, está dirigido a micro, pequeñas y medianas empresas, en él se planteó tres hipótesis, con una muestra aleatoria por segmentos de 272 empresas y apoyada de una entrevista personal.

Nota. El presente trabajo es tomado como referencia para la investigación.

Estas investigaciones antes descritas, sirvieron de referentes para el desarrollo del presente estudio donde se tomaron en consideración objetivos, metodología y resultados de los mismos.

4. 2 Fundamento Teórico

4.2.1 Responsabilidad Social Empresarial

4.2.1.1 Antecedentes

El concepto de responsabilidad social viene desde siglos pasados, donde se ha presentado de diferentes maneras como en regulaciones y leyes para el control de actividades comerciales mediante libros del Antiguo Testamento, de la misma manera el código Hamurabi que contenía lineamientos para comerciantes y vendedores. Posterior a ello, entre los siglos XV y XIX el comercio e industrias comenzaron a crecer, lo que forzó a la ética capitalista convertirse en base para el desarrollo de la humanidad (Schwalb y García, 2003).

De acuerdo a Schwalb y García (2003) la responsabilidad surge progresivamente por medio de cuatro etapas. Esta parte de las normativas y limitaciones presentadas en la ética capitalista, llegando a una alta expresión en 1890 donde explota la Revolución Industrial. La primera fue denominada época empresarial, seguida de la Gran Depresión donde se reformuló la filosofía empresarial, entre 1960 y 1970 en la época del activismo social la responsabilidad social era el centro de atención y la última etapa que se extiende hasta la actualidad, una época de conciencia social contemporánea en la cual se empezó a desenvolver más la responsabilidad y desarrollo sostenible.

4.2.1.1.1 Aparición de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica

Algunos empresarios de la Asociación de Reguladores Cristianos de la Compañía de Sao Paulo, en 1960 crearon las primeras manifestaciones del movimiento RS en Latinoamérica. Posterior a ello en 1965, aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), la cual en 1977 muta a ADCE UNIAPAC Brasil¹², organización que buscaba propagar el concepto de responsabilidad en toda Latinoamérica (Schwalb y García, 2003).

4.2.1.1.2 La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador

En Ecuador, la aplicación de responsabilidad social empresarial (RSE) dio algunos cambios a partir de la aprobación de la Constitución del 2008. Estos cambios se realizaron “en cuestión de legislación y exigencias a las empresas, haciendo que el sector privado ecuatoriano

se preocupe cada vez más por los efectos de sus actos en todos los ámbitos”(Villacís et al., 2016).

Los empresarios poco a poco van tomando conciencia sobre la importancia de implementar RSE, dado que esta les permite mejorar su imagen y mantener buena relación con los grupos de interés. Al país, en el 2021 llegó un Distintivo ESR® el mismo que permite reconocer a las empresas que son socialmente responsables. Hasta ahora, se han reconocido 55 empresas que han demostrado su compromiso con la RSE y desarrollo sostenible del país, este proceso se llevó a cabo por medio de una evaluación en los cuatro ámbitos planteados por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad, preservación del medioambiente y uno adicional sobre la gestión de la RS (CERES, 2023).

4.2.1.1.2 Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social y Sostenibilidad (CERES).

CERES es una organización privada sin fines de lucro en el Ecuador que desde el 2005 se encuentra comprometida en promover la RS en el país, asimismo, el trabajo de esta organización “se ha caracterizado por promover un enfoque corporativo basado en la generación de un valor agregado empresarial, buscando involucrar, sensibilizar y apoyar la dirección de los negocios de manera socialmente responsable” (CERES, 2022).

Actualmente, CERES se encuentra conformada por más de 100 organizaciones que enfocan su trabajo en desarrollar actividades económicas sostenibles y sobre todo que implementan en sus modelos de gestión Responsabilidad Social Empresarial.

4.2.1.2 Definición

La responsabilidad social empresarial o también denominada responsabilidad social corporativa de acuerdo a Remache et al. (2018) hace referencia a la cooperación por decisión propia en la búsqueda de mejorar la sociedad, economía y cuidar el ambiente dentro y fuera de las empresas, con la finalidad de ser más competitivas y agregar valor.

Así mismo, la RSE se define como el “apoyo, generalmente económico, dispensado por parte de las empresas a causas y organizaciones de interés general con el objetivo de mejorar la imagen de las primeras” (RAE, 2023). Es decir, es el apoyo financiero de las empresas que aplican responsabilidad social empresarial en sus operaciones u actividades, las mismas que buscan brindar beneficios a grupos de interés que lo necesiten, con el objetivo de mejorar su imagen corporativa y de esa forma ganar más estabilidad y reconocimiento en el mercado.

Por lo tanto, se considera la RSE como una herramienta de uso voluntario por parte de las empresas, que les permite no solo ayudar a terceros, si no a ella mismo integralmente por medio de la fomentación ética que puede llegar a alcanzar la empresa con una buena práctica de RSE. Por esta razón, las empresas no solo tienen la responsabilidad de generar beneficios económicos, sino más bien deben tomar en cuenta la dimensión social, ambiental y ética en el planteamiento de sus objetivos (Cortés y Flores, 2017).

Martínez (2014) menciona que la responsabilidad social empresarial se basa en que las empresas colaboren al desarrollo sostenible para sus trabajadores, sociedad y comunidad donde operan, para así mejorar la calidad y bienestar de todas las personas.

4.2.1.3 Importancia

En la actualidad la responsabilidad social empresarial se está convirtiendo en un concepto trascendental en el ámbito empresarial, debido a que las empresas ya no solo buscan enfocarse en generar beneficios económicos, sino más bien la importancia de la RSE para las empresas “radica en la construcción del desarrollo sostenible” (Acosta, 2017). El mismo que busca un beneficio comunitario entre las organizaciones y los diversos grupos de interés. Asimismo, por medio de la práctica de RSE las empresas se comprometen de forma voluntaria a implementar actividades en favor de la empresa y comunidad en general.

De acuerdo a Grupo Castilla (2024) realizar acciones de responsabilidad social empresarial es importante dado que es una forma en la que se contribuye como empresas a mejorar la sociedad, hacerla justa e igualitaria y fomentar la sostenibilidad. Esto hace que las organizaciones se diferencien de la competencia permitiendo que la sociedad, clientes o futuros clientes se centren en ella por el impacto positivo que tiene la empresa en la comunidad.

4.2.1.4 Beneficios de implementar Responsabilidad Social Empresarial

Implementar Responsabilidad Social Empresarial, no beneficia específicamente a la empresa, sino también a la sociedad y medioambiente. Para Grupo Castilla (2024) algunos de los beneficios que se llegan a tener son:

Para empresas

- ✓ Mejora su reputación e imagen.
- ✓ Lealtad y satisfacción de los clientes.
- ✓ Aumenta la fidelización de sus empleados y atrae talento.

- ✓ Disminuye riesgos legales o financieros.
- ✓ La empresa fomenta la innovación.

Para la sociedad

- ✓ Ayuda al desarrollo socioeconómico.
- ✓ Minimiza la pobreza y desigualdad.
- ✓ Mejora la calidad de vida.
- ✓ Fomenta la inclusión.

Para el medioambiente

- ✓ Disminuye el impacto ambiental al mantener mejor los procesos en sus actividades.
- ✓ Impulsa la conservación de recursos naturales.
- ✓ Impulsa una economía más sostenible.

4.2.1.5 Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]

La CEMEFI fue fundada en 1988, es una organización en México de suma importancia que impulsa y promueve la Responsabilidad Social Empresarial, puesto que, agrupa diferentes grupos de interés como empresas, fundaciones e individuos para promover la RSE (Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI] , 2022). Asimismo, desde 1996 contribuye con su Programa de RSE para que las empresas adopten buenas prácticas y obtengan una mejora continua.

4.2.1.5.1 Dimensión Integral de la Responsabilidad Social Empresarial

Para la CEMEFI (2022) la RSE debe basarse en una vinculación entre políticas, prácticas y programas a lo largo de las actividades empresariales y en la toma de decisiones. Por ello las empresas deben actuar, comprometerse y promover el desarrollo de las personas y comunidades o entorno en el que opera.

Dimensiones

Dimensión económica interna/externa: Interna hace referencia a generar y distribuir valor agregado entre los miembros de la organización, el cual se debe realizar de manera justa y equitativa. Externa indica la entrega de bienes o servicios a la sociedad, lo cual permite aportar al desarrollo de la región y país.

Dimensión social interna: Involucra a todos el personal de la organización con relación a la responsabilidad que tiene cada uno para aportar en tener buena calidad de vida.

Dimensión sociocultural y política externa: Implica la realización de actividades que aporten al desarrollo de las comunidades. Asimismo, las empresas que apliquen este tipo de responsabilidad buscan generar oportunidades de desarrollo a la sociedad en la que se encuentran por medio de “la generación de empleo, realizando aportaciones económicas para actuaciones de interés general, participación en actos y eventos socioculturales” (Puentes et al., 2008, p. 11).

Dimensión ecológica interna/externa: Interna indica la responsabilidad que tienen las organizaciones en el desarrollo de sus actividades operacionales como en sus procesos y productos. Externa en cuanto a las prácticas que realiza la organización para preservar el medioambiente en el entorno donde opera.

Dimensión “Integral”

“Implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá con relación a las distintas necesidades y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades” (Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI] , 2022).

Estas se identifican como:

Básicas: vivienda, salud, condiciones de vida, salud, etc., todas las que velen por el bienestar directo de las personas.

Sociales, Estéticas, Trascendentales, Políticas y Culturales: aquellas que involucran el conocimiento, educación y ecología que beneficia a la sociedad.

4.2.1.6 Líneas Estratégicas

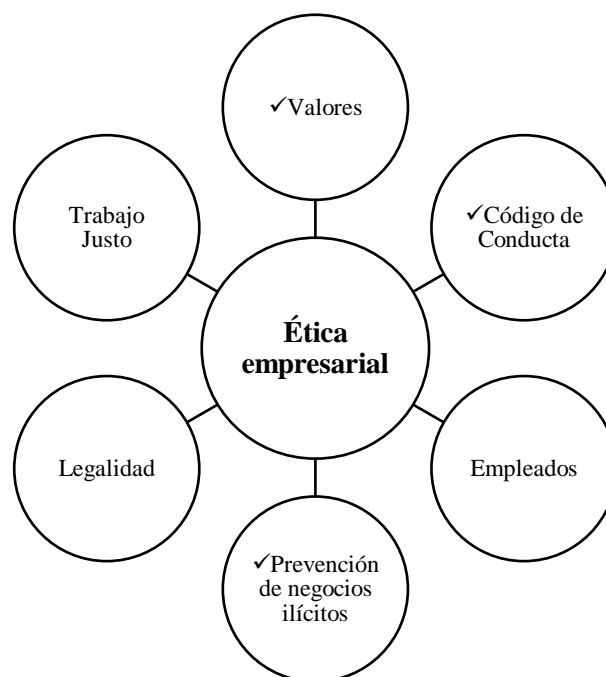
La CEMEFI en la Responsabilidad Social Empresarial toma en cuenta cuatro líneas o ámbitos que permiten identificar la presencia de RSE en cualquier actividad de la empresa, cabe recalcar que estas pueden variar dependiendo del país, sector o de una empresa a otra (CEMEFI, 2012).

Ética Empresarial

La ética toma en cuenta todo lo que se relaciona con valores, normas y principios que sirven como guía para una empresa al momento que lleve a cabo sus actividades. Es por ello

que “una empresa que trabaje de manera ética atraerá talento y creará un ambiente laboral seguro para sus empleados, lo que incrementará la confianza entre trabajadores y clientes. Todo esto producirá un incremento de la rentabilidad” (EIPYMES, 2021).

Figura 1
Ética empresarial e indicadores



Nota: Indica la dimensión e indicador que se toma en cuenta en la presente investigación, información recabada de la CEMEFI.

El Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI] (2022) menciona que el principio fundamental que deben cumplir las organizaciones para ser socialmente responsables en esta dimensión, es que deben actuar con honestidad y transparencia, asimismo contar con valores y desempeñarse éticamente.

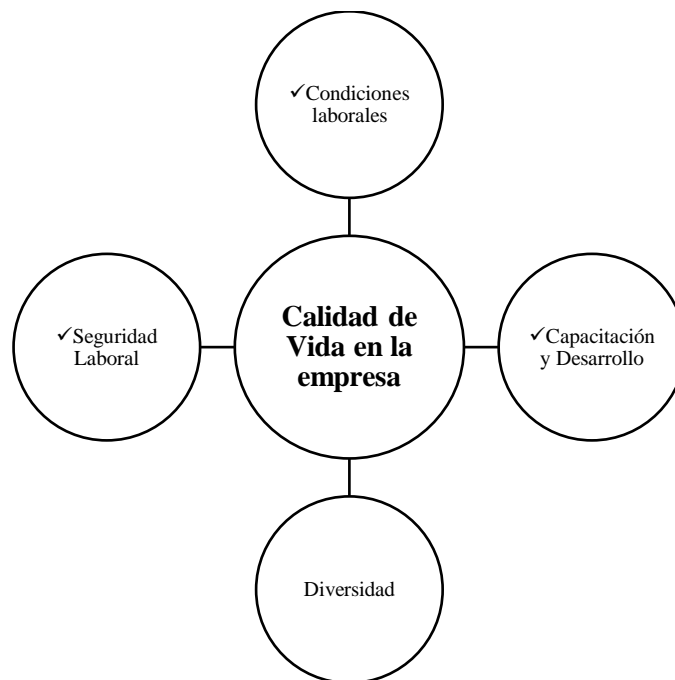
Calidad de Vida en la Empresa

La calidad de vida en las empresas u organizaciones hace referencia a la satisfacción que tienen los empleados en su área de trabajo, se trata de una perspectiva que permite apreciar la vida, el bienestar integral y desarrollo del personal dentro de la empresa (Mandomedio, 2021).

La responsabilidad social empresarial sirve como una estrategia que permite brindar una buena calidad de vida a los trabajadores, ya que, al aplicar esta herramienta se pueden establecer lazos, conexiones sólidas y crear un buen ambiente laboral, lo que permite mejorar el rendimiento en la producción. Además, si los empleados están cómodos en su trabajo, los resultados serán beneficiosos (Martínez, 2014).

La CEMEFI (2022) indica que las empresas deben cumplir con el principio de tener como prioridad una buena calidad de vida en la empresa, ofreciendo un cargo digno, balance entre vida personal-trabajo, seguridad e igualdad para que los trabajadores sean más productivos.

Figura 2
Calidad de vida en la empresa e indicadores



Nota: Indica la dimensión e indicador que se toma en cuenta en la presente investigación, información recabada de la CEMEFI.

Vinculación y Compromiso con la Comunidad y su Desarrollo

Una empresa que es socialmente responsable primeramente identifica, analiza y supervisa las necesidades, confianza y perspectiva de las personas y comunidad hacia ella, lo cual le permita crear lazos con diferentes sectores para brindar solución a los problemas sociales que se encuentren en el medio.

Para Gómez y Fernández (2007) el principio dentro de esta línea estratégica es: Involucrarse en la sociedad donde opera.

Para poder hacer eso las organizaciones deben tomar en cuenta que: se deben fijar en maximizar el valor agregado donde se priorice los intereses de los diferentes grupos de interés; Comprometerse con el desarrollo de la comunidad; Brindar productos seguros, adoptar prácticas honestas y transparentes; comprender las necesidades del mercado y por medio de la publicidad captar la atención de las personas e inducir en sus decisiones de compra (p. 223).

La CEMEFI (2022) establece que toda empresa para que sea reconocida como socialmente responsable debe preocuparse e involucrarse con la comunidad donde opera, siendo responsable, ayudando a minimizar los problemas sociales e impulsar a la sociedad en su desarrollo.

Figura 3
Vinculación y compromiso con la Comunidad y su Desarrollo e indicadores



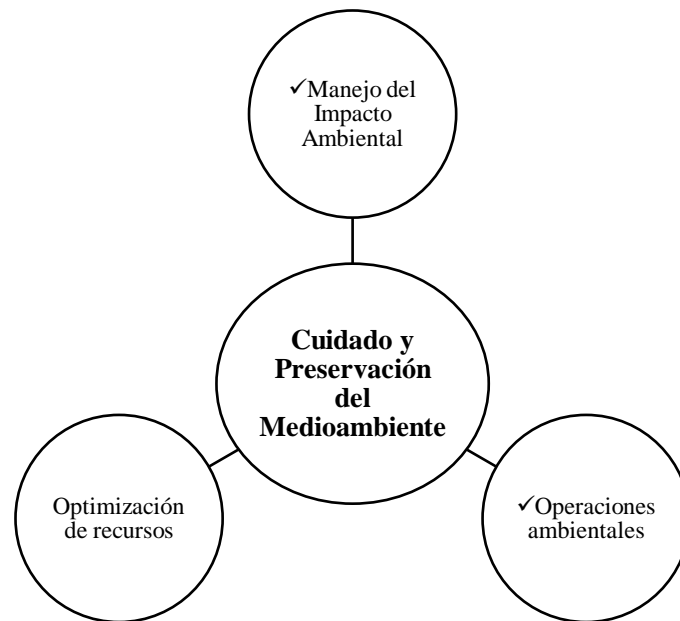
Nota: Indica la dimensión e indicador que se toma en cuenta en la presente investigación, información recabada de la CEMEFI.

Cuidado y Preservación del Medioambiente

Una de las principales barreras para las empresas es crear riqueza de manera sostenible, ya que, una organización socialmente responsable no se enfoca únicamente en realizar sus actividades y elaborar productos u ofrecer servicios para obtener beneficios económicos, si no que estos deberán permitirse generar un impacto a la sociedad y medio ambiente, lo cual, le servirá como una estrategia para maximizar la calidad de sus prácticas y su relación con el entorno (Gómez y Fernández, 2007).

Para la CEMEFI (2022) las empresas para contribuir al cuidado y preservación del medioambiente deben optimizar recursos usándolos de manera sustentable ya que, esto le permite a la organización disminuir los costos, desperdicios y de esa forma aseguraran su operación sustentable.

Figura 4
Cuidado y Preservación del Medioambiente e indicadores



Nota: Indica la dimensión e indicador que se toma en cuenta en la presente investigación, información recabada de la CEMEFI.

Estas cuatro dimensiones o líneas estratégicas propuestas por la CEMEFI son tomadas en cuenta para llevar a cabo la presente investigación.

4.2.1.7 Principios Básicos de la Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a Reyno (2007) para que las empresas puedan implementar correctamente la RSE deben cumplir con el objetivo básico el cual hace referencia a “suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables” (p. 31). Por lo que, para cumplir con el objetivo básico las empresas deben aplicar los siguientes principios:

Transparencia

Hace referencia a la disponibilidad de información que tiene la empresa sobre su comportamiento social, la misma que debe ser proporcionada de forma transparente dentro y fuera de la empresa.

Materialidad

Este principio se enfoca a que las empresas deben tomar en cuenta las opiniones y necesidades “de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos” (Reyno, 2007, p. 33).

Verificabilidad

Todos los actos de la organización en relación a RSE deben entrar a una verificación, donde expertos lejanos a la entidad correspondiente puedan verificar si la organización cumple con lo establecido.

Visión amplia

Todas las empresas deben estar conscientes de la influencia que tienen a nivel local, nacional y mundial, ya que estas deben “centrar sus objetivos de responsabilidad social empresarial en el contexto de sostenibilidad más amplio posible” (Reyno, 2007, p. 33).

Mejora continua

La RSE y mejora continua están estrechamente relacionadas debido a que esta permite que las empresas continúen evolucionando, innovándose y mejorando a través del tiempo.

Naturaleza Social de la Organización

Este principio se enfoca en el papel importante que cumple el “ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización”(Reyno, 2007, p. 33).

4.2.1.8 Tipos de Responsabilidades Sociales

De acuerdo a Fernández (2010) la responsabilidad social se clasifica de tres maneras y estas únicamente toman en cuenta dos partes interesadas como los trabajadores y la comunidad, entre la clasificación se encuentra a:

Responsabilidades primarias

Son aquellas responsabilidades las cuales se relaciona con la actividad económica o la razón de ser de las empresas las mismas que deben cumplir con:

- Brindar a la sociedad productos seguros.
- Crear riqueza específica y rentable.
- Respetar los derechos del trabajador brindando condiciones de trabajo dignas.
- Generar riqueza y sostenibilidad de la empresa a través del tiempo.
- Cuidar el medioambiente.
- Dar cumplimiento a leyes, normas, políticas o costumbres (p. 37-39).

Responsabilidades secundarias

Este tipo de responsabilidades se relacionan con los trabajadores, donde las empresas se deben encargar de:

- Brindar buenas condiciones de trabajo para dar una buena calidad de vida al personal.
- Hacer énfasis en la colaboración, apoyo y fomentar el trabajo en equipo.
- Proporcionar estabilidad en el trabajo.
- Permitir que las personas que se encuentren en suspensión laboral por algún accidente laboral, luego de su recuperación, esta persona pueda reingresar a sus labores sin ningún problema.
- Fomentar el crecimiento profesional de sus trabajadores. (p. 39)

Asimismo, se relaciona con la comunidad donde las responsabilidades deben:

- Generar empleo el mismo que este a disposición para la comunidad.
- Desarrollar productos o servicios que fomenten el cuidado del medio ambiente.
- Ser inclusivos, donde brinden trabajo a personas con capacidades diferentes o a personas extranjeras.
- Fomentar la relación con los proveedores. (p. 40).

Responsabilidades terciarias

En este grupo de responsabilidades con los trabajadores se deben alinear y dar cumplimiento a las responsabilidades primarias y secundarias, en las presentes responsabilidades se tiene que:

- Dar trabajo en tiempo parcial específicamente para las personas que lo requieran.
- Horario flexible.
- Asesoramiento.
- Beneficios de ley.
- Promover la participación en programas de ayuda (p. 41).

Entre algunas de las responsabilidades relacionadas con la comunidad en este tipo de responsabilidad:

- Contribuir al desarrollo del entorno sociocultural.
- Formar partes de centros de formación que impulsen el desarrollo profesional de las personas.
- Ser parte de programas que beneficien a la sociedad.
- Participar como patrocinador en programas que beneficien a la empresa y comunidad (p. 42).

4.2.1.9 Grupos de Interés

Dentro de la RSE los grupos de interés también se pueden identificar como partes interesadas o stakeholders. Los stakeholders son los individuos que forman parte de la empresa, los mismos que pueden beneficiarse o perjudicarse por las acciones de la misma, entre las partes interesadas según Reyno (2007) se tiene a:

Grupos de interés internos como:

- Accionistas o propietarios.
- Empleados.

Grupos de interés externos:

- Clientes.
- Proveedores.

- Competidores.
- Agentes sociales como: familias, escuelas, medios de comunicación, estado, etc.
- Administración pública.
- Sociedad y público en general.
- Medio ambiente (p. 30).

4.2.1.10 Actores Involucrados en la RSE

Aquí se involucran varios actores que forman parte del desarrollo de la responsabilidad social empresarial, en el caso de la presente investigación se toma en cuenta únicamente a entidades privadas como las microempresas, pero de forma general algunos actores involucrados son:

Entidades privadas como:

- Asociaciones profesionales, empresariales y científicas.
- ONGs.
- Asociaciones de consumidores.

PYMES, grandes empresas y agrupaciones empresariales.

Actualmente, la responsabilidad social empresarial está tomando mucha importancia la aplicación de RSE en las operaciones de las empresas, las grandes empresas no se ven limitadas a la implementación de RSE, sin embargo, para las pequeñas empresas o pymes no es fácil aplicar “porque la primera pregunta que me han hecho los empresarios es ¿más costes?, porque la responsabilidad social, nos guste o no nos guste es un coste para las empresas” (Fernández, 2010).

Si bien la aplicación de prácticas de responsabilidad social, con el pasar del tiempo se pueden convertir en utilidades, para los pequeños empresarios en la actualidad se ve como un gasto difícil de cubrir debido a la limitación financiera que puede tener la empresa.

Responsabilidad Social Empresarial y Pymes

Las Pymes interesadas en integrar la RSE a sus operaciones deben tener en cuenta su misión y visión, conocer quiénes son, que están haciendo y que quieren mejorar. Asimismo, deben identificar los grupos de interés específicamente para pequeñas y medianas empresas, donde las partes interesadas son “accionistas e inversores, trabajadores, clientes y los

proveedores. También es importante el papel de otros grupos y colectivos como sindicatos, competidores, administraciones públicas y órganos reguladores, medios de comunicación y organizaciones no gubernamentales” (Medina, 2020).

Al aplicar la RSE las pymes se benefician de:

Forma interna:

De acuerdo a Medina (2020) esto fideliza a sus clientes, se compromete y motiva a sus empleados, mejora el clima organizacional por medio de una buena comunicación y clima laboral, lo mismo que ayuda a la empresa en su eficiencia y productividad.

Forma externa:

Según Medina (2020) genera fidelización en los clientes actuales y permite la captación de futuros clientes, mejora la relación empresa-comunidad, lo cual permite que la imagen corporativa de la empresa sea reconocida, gane reputación, tenga un mejor posicionamiento en el mercado y sea más competitiva.

4.2.2 Empresa

4.2.2.1 Definición

Es una organización conformada por una o varias personas, las mismas que se encargan de administrar recursos financieros, materiales y humanos, que son necesarios para la creación de un producto o brindar un servicio, que luego son intercambiados a cambio de un valor monetario, el mismo que permite a las empresas generar utilidades (Sánchez, 2015).

Así mismo, la empresa puede considerarse como una entidad que se encarga de modificar recursos, los cuales se deben organizar y procesar de manera coherente y sistematizada en productos o servicios que puedan suplir las necesidades de las personas, con quienes se intercambiará por un valor económico, con la finalidad de tener utilidades que deben ser divididas entre los accionistas (Hernández et al., 2014).

Para Invoicy (2022) “una empresa, en general, es toda aquella entidad que desarrolla una actividad empresarial independientemente de su forma jurídica”. Existen varios tipos de negocios o empresas, las mismas que se pueden clasificar de diferentes formas como de acuerdo al sector, forma de constitución, ámbito, capital, beneficio o por tamaño.

De acuerdo al Banco Pichincha (2021) al dividir a las empresas se puede identificar de mejor manera como operan los mercados en la economía del país. En Ecuador, una de las clasificaciones de las empresas más común es de acuerdo a su tamaño. Los criterios que considera esta entidad para identificar este tipo de clasificación son de acuerdo al número de empleados, nivel de ingresos, capital disponible o innovación tecnológica.

“Ecuador se acoge a la definición de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para organizar a los negocios por dimensión” (Banco Pichincha, 2021). Según esta opinión, las empresas en este país se dividen así:

- Microempresa: corresponden a los negocios más pequeños que pueden ser emprendimientos o negocios familiares, y su personal de trabajo puede estar conformado de 1 a 9 personas según sea necesario.
- Pymes: en este término se asocian pequeñas y medianas empresas, por lo general estas entidades suele operar a nivel nacional. Las pequeñas empresas se pueden identificar por el número de trabajadores que va de 10 a 49 personas o su nivel de ingresos de \$100.001,00 a \$1.000.000,00 y las medianas de 50 a 199 empleados con un valor en ventas de \$1.000.000,00 a \$5.000.000,00.
- Gran empresa: son “corporaciones o negocios que tienen un gran poder comercial en el mercado y muchas veces operan a nivel internacional” (Banco Pichincha, 2021).

De acuerdo a esto, en el presente trabajo se considera únicamente a las microempresas.

4.2.2.2 Microempresa

Alvarado et al., (2021) define a la microempresa como un negocio que se puede constituir de forma individual o familiar en diferentes áreas, ya sea comercial, producción o servicio, asimismo, se conoce como un pequeño negocio porque puede estar conformado desde 1 hasta 10 personas y por ende sus ingresos también van a ser bajos.

Para Rodríguez (2010) son aquellas organizaciones que pertenecen al sector industrial, comercial o de servicios, se constituyen de una a quince personas, con propietarios independientes, los mismos que no dominan el sector donde realizan sus actividades económicas y cuentan con una estructura organizacional muy elemental (p. 89).

Se puede identificar una microempresa por su simplicidad o por el uso limitado de recursos tanto materiales como humanos, las mismas que se pueden destacar en los sectores ya sea agrícola, ganadero, artesanal, hostelero o de comercio (Fundación Integralia DKV, 2023).

En Ecuador, de acuerdo al Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) se denomina microempresa a la unidad productiva que puede estar conformada entre 1 a 9 personas o según sus ingresos o ventas anuales, las cuales no deben ser mayores, pero si iguales o menores a cien mil dólares americanos (US \$100.000,00).

Por ende, en el presente trabajo se hace referencia a tres grupos de actividad económica como servicio, comercio y manufactura.

4.2.2.2.1 Actividad económica

Comerciales

Este tipo de empresas son aquellas que se dedican a comprar y vender productos, esto se llevan a cabo por medio de dos o más personas. Al contemplar el proceso de compra-venta, se debe tener en cuenta las necesidades y objetivos tanto de la empresa que es la que vende y de los consumidores (Vincle , 2023).

Asimismo, las empresas en este tipo de actividad adquieren mercadería para venderla en las mismas condiciones que han sido adquiridas, pero aumentando el precio al cual se le conoce como margen de utilidad (Rodríguez, 2010). Para Rodríguez las empresas comerciales se clasifican en: Mayoristas, que venden al por mayor o menor; minoristas, venden productos en pequeñas cantidades y comisionistas que vende productos por otra persona.

De Servicios

Esta actividad también conocida como sector terciario, el cual se rige a ofrecer servicios que cubran las necesidades de la sociedad, aquí se puede encontrar la educación, servicios profesionales, etc. (Camerdata, 2021).

Para Rodríguez (2010) son empresas que brindan un servicio a la comunidad sin necesidad de que el producto sea tangible. Asimismo, estas se clasifican en: sin concesión, que necesitan un permiso de funcionamiento (hoteles, restaurantes, centros de belleza, etc.); concesionadas por el estado, son de carácter financiero y concesionadas no financieras como empresas de transporte (marítimo, terrestre, aéreo, etc.).

Productiva

También conocido como sector secundario o manufacturero, el cual se encarga de transformar la materia prima obtenida del sector primario en bienes o productos para el consumo humano (Camerdata, 2021).

4.3 Fundamento Legal

En el marco legal del Ecuador, a continuación, se citan normas relacionadas y que interactúan directamente con la responsabilidad social empresarial y empresas del país.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sección segunda

Ambiente Sano

Manifiesta que Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

REGIMEN DE DESARROLLO

Principios generales

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

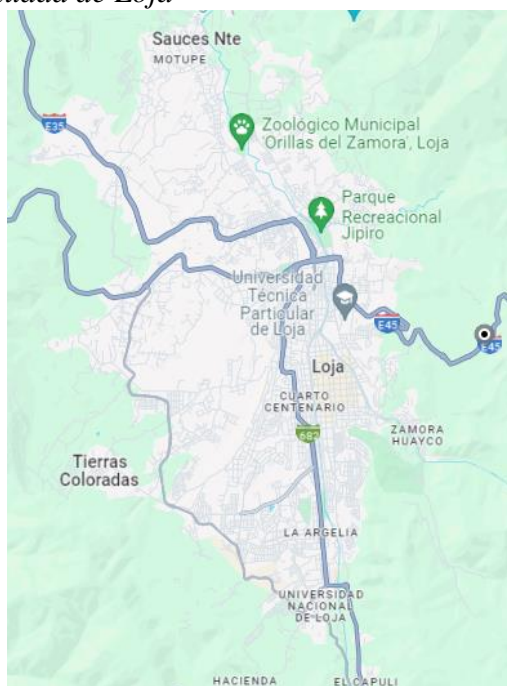
5. Metodología

5.1 Área de estudio

La presente investigación tuvo lugar en la Provincia de Loja, cantón Loja, específicamente en el área urbana de la ciudad de Loja, situada en la zona sur del país.

Figura 5

Micro localización de la ciudad de Loja



Nota. Micro localización de la ciudad de Loja. Fuente: Google Maps.

5.2 Procedimiento

5.2.1 Materiales

Para realizar el presente estudio fue necesario la utilización de internet que sirvió en la recolección de información para la fundamentación referencial y teórica, computador portátil, formato de encuesta, cuestionario y el paquete de Office.

5.2.2 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo; cualitativo porque se estudió la implementación de responsabilidad social empresarial en las microempresas Lojanas por medio de cuatro líneas estratégicas propuestas por la CEMEFI que son ética empresarial, calidad de vida, vinculación con la comunidad y preservación del medio ambiente, y cuantitativo, ya que, en este enfoque se aplica “un instrumento para medir las variables

contenidas en las hipótesis (y cuando no hay hipótesis simplemente para medir las variables de interés)” (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 199). El cual permitió medir la variable de estudio de forma numérica y estadística, donde la recolección y análisis de datos permitieron obtener información relevante.

5.2.3 Método de Investigación

Los métodos que se utilizaron en la investigación son: inductivo se utilizó en el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas que permitieron adquirir información más precisa de la implementación de responsabilidad social en las microempresas de la ciudad de Loja; y deductivo, que parte de lo general a lo particular, el cual permitió la sustentación de la fundamentación teórica, referencial y legal, asimismo, la recopilación de información sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en las microempresas.

5.2.4 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo exploratoria-descriptiva; es exploratoria porque permitió levantar información primaria mediante la aplicación de encuestas, que sirvió para identificar las diferentes prácticas, actividades, acciones que realizan los negocios y los desafíos que se les presentan a las microempresas al momento de implementar responsabilidad social empresarial en sus actividades. Descriptiva ya que, permitió describir los resultados obtenidos de la variable de estudio en función de las cuatro líneas estratégicas propuestas por la CEMEFI.

5.2.5 Diseño de Investigación

La investigación tiene un diseño no experimental, dado que, no se manipuló la variable de estudio, porque únicamente se exploró, analizó y describió lo que ocurre de forma natural en la variable en un periodo de tiempo determinado sin ninguna intervención.

Diseño muestral

Se empleo el muestreo probabilístico aleatorio simple, el cual consiste en que cada individuo de una población tiene la probabilidad de ser escogido. Por lo tanto, en la presente investigación se subdividió a las microempresas existentes en la ciudad de Loja por sector, las mismas que cumplieron con las siguientes características:

- Que pertenezcan al área urbana de la ciudad de Loja.
- Que sean microempresas.
- Que pertenezcan al sector comercial, manufacturero y de servicios.

5.2.6 Técnicas e instrumentos

Técnicas

En el presente trabajo se empleó la técnica de la encuesta.

Encuesta: se elaboró un cuestionario estructurado para aplicarlo a los propietarios de las microempresas con la finalidad de conocer la implementación de responsabilidad social empresarial en sus actividades.

Instrumentos

Cuestionario: se realizó un cuestionario de 15 preguntas, las cuales se encuentran en escala Likert, dicotómicas y opción múltiple, el mismo que lleva una estructura en función de las cuatro líneas estratégicas o dimensiones establecidas por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) como:

- Ética empresarial
- Calidad de vida en la empresa
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medio ambiente.

Excel: Herramienta que permitió clasificar, ordenar y analizar los datos obtenidos para que sean visualizados de manera adecuada.

SPSS: programa que permitió tabular e interpretar los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas.

5.2.7 Población y muestra

Población

De acuerdo al último censo elaborado por INEC en el 2023 en el cantón de Loja existen 19.513 microempresas que pertenecen a los sectores de: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; Explotación de Minas y Canteras; Industrias Manufactureras; Comercio; Construcción y de Servicios.

Muestra

En base a los datos obtenidos en la población del total del número de microempresas, para el cálculo de la muestra en este trabajo de investigación se tomó en cuenta específicamente a tres sectores económicos como el Comercial, Industrias Manufactureras y de servicio, las cuales dan un total de 18.877 microempresas en el cantón de Loja.

Tabla 6
Microempresas del cantón Loja

Sector Económico	Número de microempresas
Comercial	8626
Industrias Manufactureras	2240
Servicios	8011
Total	18.877

Nota. Datos obtenidos de INEC 2023, esta tabla indica los tres sectores de actividad económica que se tomarán en cuenta para el cálculo de la muestra.

A continuación, se presenta el tamaño de la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Ecuación 1

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población total

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

p = proporción esperada (0.5)

q = proporción complementaria (1 – p = 0.5)

e = Margen de error del 5%

1 = constante

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 18877}{0.05^2 * (18877 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 376.5$$

$$n \cong 377$$

Es así que, para aplicar la técnica de recolección de información se debe aplicar 377 encuestas a propietarios de microempresas de la ciudad de Loja, cabe recalcar que, únicamente se tomara en cuenta el área urbana de la ciudad, además, en relación a la muestra obtenida, la aplicación de las encuestas fue de acuerdo a la cantidad de microempresas por cada sector considerado en la presente investigación, el cual quedó de la siguiente manera:

Tabla 7*Número de encuestas por sector*

Sector Económico	Número de microempresas
Comercial	172
Industrias Manufactureras	45
Servicios	160
Total	377

Nota. Esta tabla indica el número de encuestas que se debe aplicar por cada sector. Para esto se sacó el porcentaje de cada número de microempresas de cada sector por medio de una regla de tres simple, por ejemplo, sector comercial $((8626/18877) * 100\% = 45,70\%)$, y luego se multiplico el total de encuestas a aplicar por el porcentaje dando el número de encuesta a aplicar por sector $(377 * 45,70\% = 172)$.

5.3 Desarrollo de los objetivos

Para cumplir con los tres objetivos específicos se llevó a cabo lo siguiente:

Como primero se diseñó un cuestionario de preguntas estructuradas en base a las cuatro dimensiones propuestas por la CEMEFI. Al mismo que se le realizó una prueba piloto para identificar posibles errores en su estructura y si es de fácil comprensión, para ello, se encuestó a 15 microempresas del sector comercial, manufacturero y de servicio, en lo cual se logró identificar que la técnica de la encuesta era fácil y comprensible. Dado esto, se procedió a la aplicación de la misma a la muestra total.

Luego, una vez recolectada la información, se procedió a introducir en Excel, la cual se codificó para procesar los datos en el software IBM SPSS. Por medio de este programa se elaboraron las tablas y gráficas que permitieron desarrollar los resultados, discusión, conclusiones y recomendaciones.

En el primero objetivo específico se realizó un diagnóstico mediante una escala de calificación que permitió identificar el nivel de implementación de las actividades en cada una de las dimensiones propuestas por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad y preservación del medio ambiente, las cuales permitieron identificar las prácticas de RSE que llevan a cabo las microempresas de la ciudad de Loja.

Para el segundo objetivo específico se identificó los desafíos o barreras que se les presentan a las microempresas al momento de llevar a cabo prácticas de responsabilidad social empresarial, para poder cumplir con el objetivo se usó las cuatro dimensiones establecidas por la CEMEFI.

Para cumplir con el tercer objetivo en el planteamiento de guía de responsabilidad social empresarial se tomó en cuenta los resultados del diagnóstico y la identificación de las dificultades que se les presentan en cada una de las cuatro dimensiones, en el cual se plantea un plan de actividades donde se detalla la dimensión o línea estratégica con su respectivo objetivo, estrategias, actividades a realizar y beneficios que obtendrá al implementar RSE en sus actividades.

6. Resultados

Una vez aplicada la técnica para la recolección de datos que fue la encuesta a microempresarios del sector comercial, de servicio y manufacturero de la ciudad de Loja se obtuvo los siguientes resultados:

Actividad que realiza la empresa

Tabla 8

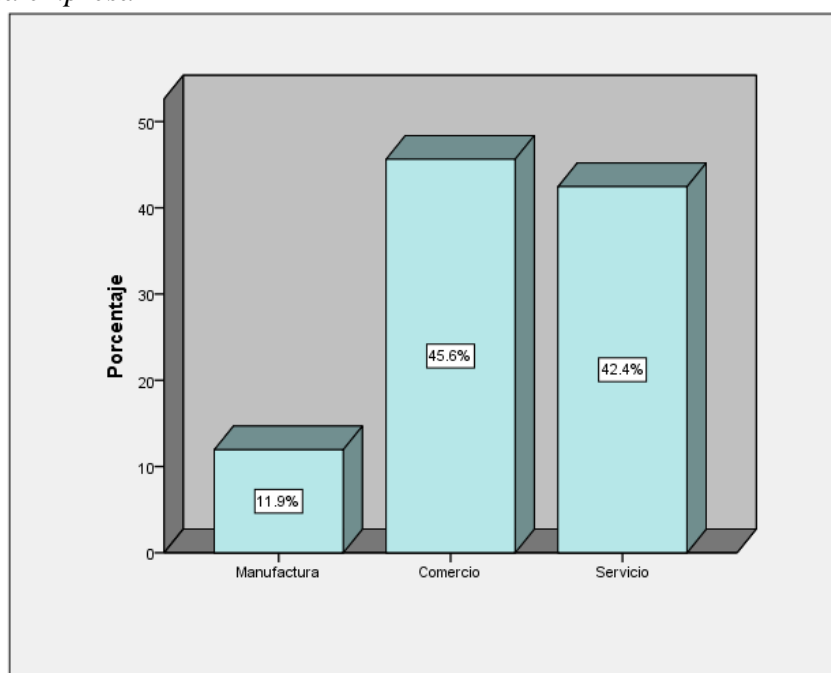
Actividad de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Manufactura	45	11.9
Comercio	172	45.6
Servicio	160	42.4
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica el número de microempresas que fueron encuestadas de cada sector.

Figura 6

Actividad de la empresa



Nota. Indica el porcentaje de microempresas en cada sector.

Interpretación

Estos datos indican la distribución de las microempresas en tres sectores considerados para este estudio, de los 377 encuestados el 45,6% corresponde a actividad comercial, 42,4% al sector de servicio y con un 11,9% las microempresas del sector manufacturero.

Tiempo en el mercado (años)

Tabla 9

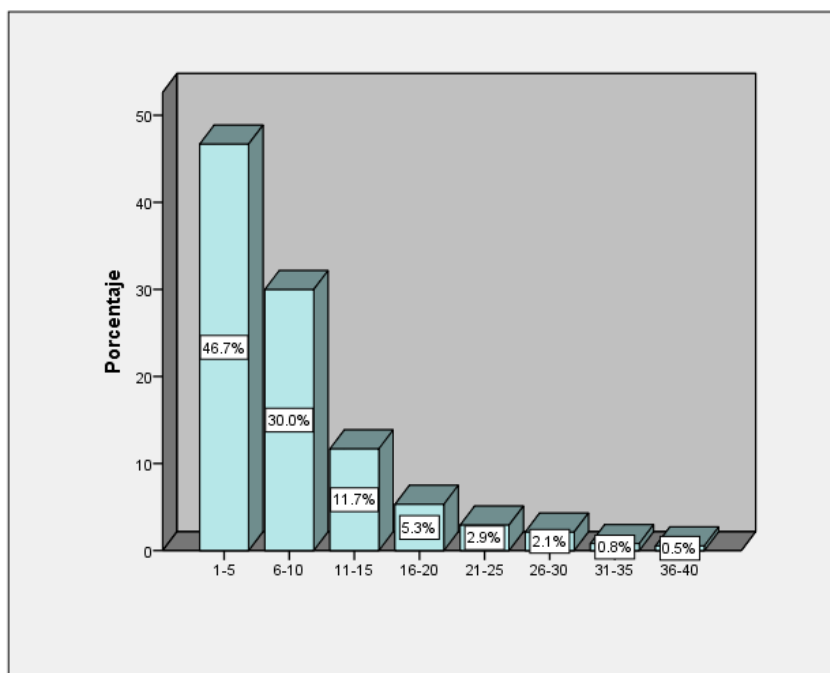
Tiempo en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje
1-5	176	46.7
6-10	113	30.0
11-15	44	11.7
16-20	20	5.3
21-25	11	2.9
26-30	8	2.1
31-35	3	.8
36-40	2	.5
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica los años (agrupados) que llevan operando las microempresas en el mercado.

Figura 7

Tiempo en el mercado



Nota. La presente gráfica muestra el tiempo (años agrupados) en el mercado de las microempresas.

Interpretación

Los resultados indican que el 46,7% de microempresas tienen entre 1 - 5 años en el mercado, mientras que entre 6 – 10 años un 30,0%, lo cual da a entender que la mayoría de microempresas tienen un tiempo en el mercado entre 1 a 10 años, esto quiere decir que son empresas nuevas. A diferencia de las microempresas que ya tienen más antigüedad, entre 11 – 15 años con un 11,7% seguido de 16 – 20 con 5,3%, asimismo, con un 2,9% empresas entre 21

– 25 años, 2,1% para las de 26 – 30 años, 0,8% entre 31 – 35 años y finalmente la más antiguas que se encuentra entre un rango de 36 – 40 años con un 0,5%.

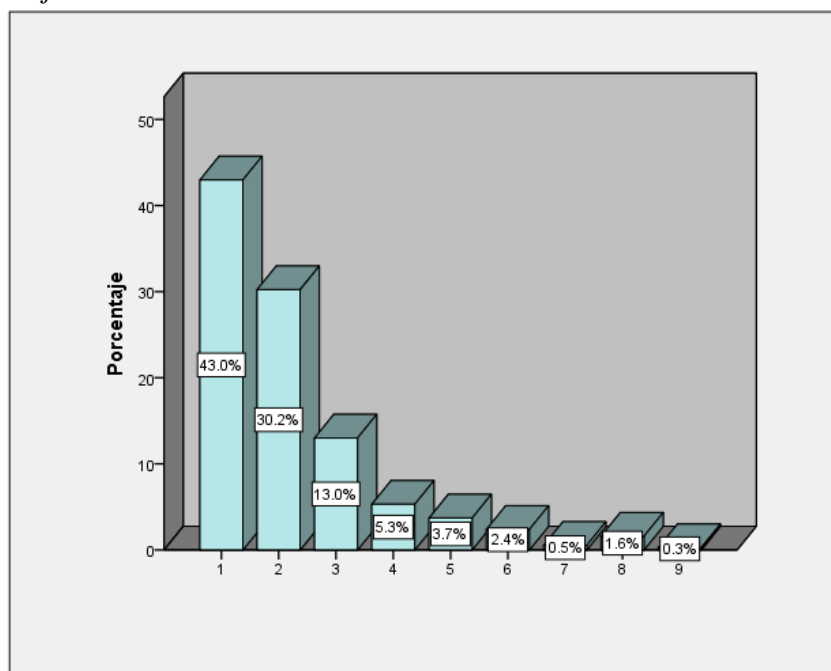
Personal de trabajo (número de personas que laboran en el negocio)

Tabla 10
Número de trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje
1	162	43.0
2	114	30.2
3	49	13.0
4	20	5.3
5	14	3.7
6	9	2.4
7	2	.5
8	6	1.6
9	1	.3
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica el número de trabajadores que tienen las microempresas.

Figura 8
Número de trabajadores



Nota. Indica el porcentaje de trabajadores de acuerdo a cada número.

Interpretación

Con respecto al número de trabajadores un 43,0% de las microempresas cuenta con 1 empleado, seguido del 30,2% con 2 trabajadores, el 13,0% con 3, 5,3% con 4 personas que forman parte de su equipo de trabajo, con 5 trabajadores el 3,7%, con 6 el 2,4%, el 0,5% tiene 7, 1,6% cuenta con 8 y el 0,3% con 9 personas.

Responsabilidad Social Empresarial

1. ¿Conoce usted sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Tabla 11

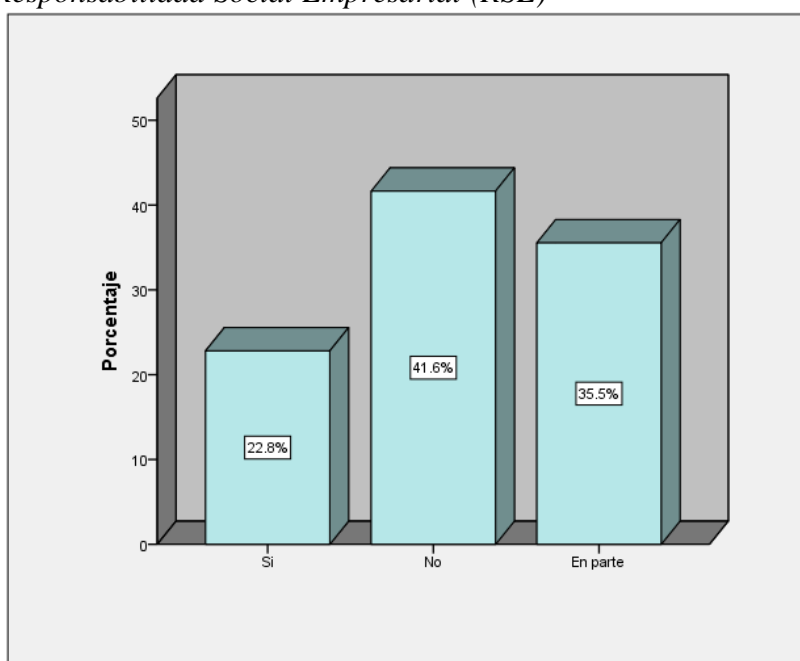
Conoce sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

	Frecuencia	Porcentaje
Si	86	22.8
No	157	41.6
En parte	134	35.5
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica si los encuestados han escuchado o no sobre responsabilidad social empresarial.

Figura 9

Conoce sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Nota. Indica el porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre RSE.

Interpretación

Los resultados indican que, un 41,6% de los encuestados mencionan que no conocen sobre RSE, lo que permite entender que no existe una adecuada difusión de RSE en las empresas, el 35,5% manifiesta que, en parte, lo que da a entender que tienen una idea de lo que hace referencia la Responsabilidad Social Empresarial y el 22,8% dice que si conoce sobre este tema.

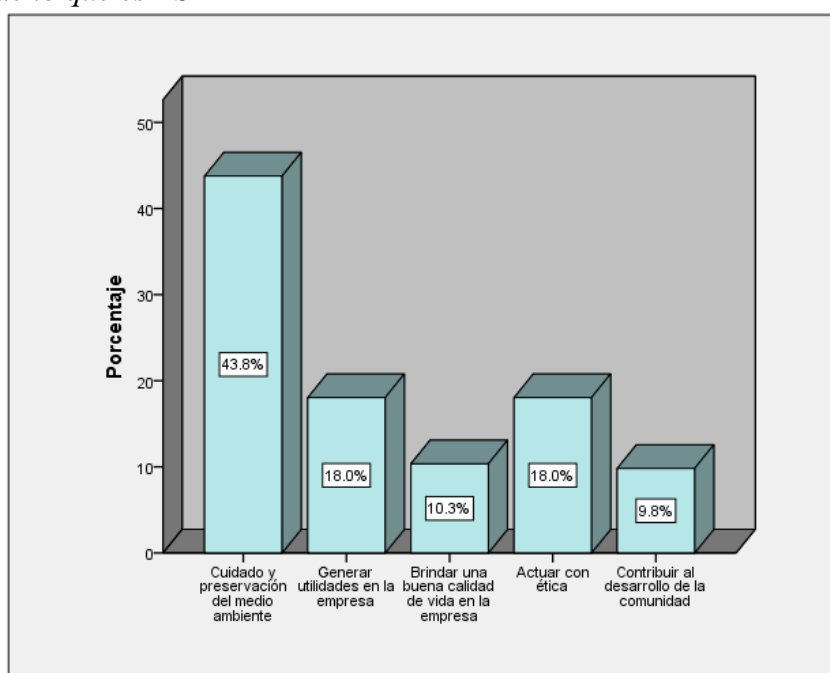
2. ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 12
Concepto o idea de lo que es RSE

	Frecuencia	Porcentaje
Cuidado y preservación del medio ambiente	165	43.8
Generar utilidades en la empresa	68	18.0
Brindar una buena calidad de vida en la empresa	39	10.3
Actuar con ética	68	18.0
Contribuir al desarrollo de la comunidad	37	9.8
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla muestra el concepto o idea sobre lo que los encuestados conocen o asocian la responsabilidad social.

Figura 10
Concepto o idea de lo que es RSE



Nota. Indica los porcentajes de cada concepto que los microempresarios relacionan la RSE.

Interpretación

Al investigar a lo que se refiere responsabilidad social, el 43,8% manifiesta que es cuidar y preservar el medio ambiente, el 18,0% con generar utilidades en la empresa, el 10,3% en brindar buena calidad de vida en la empresa, mientras que, el 18,0% menciona que la responsabilidad social es actuar con ética y el 9,8% contribuir al desarrollo de la comunidad.

3. ¿Cómo califica usted la importancia de participación de los negocios en las dimensiones de responsabilidad social empresarial?

Tabla 13
Directrices o líneas estratégicas

		Recuento	% del N de fila
Ética empresarial	Nada importante	0	0.0%
	Poco importante	0	0.0%
	Neutral	6	1.59%
	Importante	280	74.27%
	Muy importante	91	24.14%
	Total	377	100.0%
Calidad de vida en la empresa	Nada importante	0	0.0%
	Poco importante	0	0.0%
	Neutral	13	3.45%
	Importante	268	71.08%
	Muy importante	96	25.46%
	Total	377	100.0%
Vinculación con la comunidad	Nada importante	0	0.0%
	Poco importante	6	1.59%
	Neutral	20	5.31%
	Importante	269	71.35%
	Muy importante	82	21.75%
	Total	377	100.0%
Cuidado y preservación del medioambiente	Nada importante	0	0.0%
	Poco importante	0	0.0%
	Neutral	6	1.59%
	Importante	157	41.65%
	Muy importante	214	56.76%
	Total	377	100.0%

Nota. Calificación de participación de acuerdo al nivel de importancia para cada una de las dimensiones.

Interpretación

En la dimensión de ética empresarial el 74,27% de los encuestados consideran una importancia de participación “Importante”, seguido de un 24,14% considerado “Muy importante”, 1,59% con “neutral”; en Calidad de vida en la empresa el 71,08% considera “Importante”, el 25,46% “Muy importante” y el 3,45% “neutral”; Vinculación con la comunidad donde un porcentaje significativo del 71,35% indica que es “Importante”, “Muy importante” con 21,75%, “neutral” con 5,21% y 1,59% “Poco importante”, y Cuidado del medioambiente con un 56,76% “Muy importante”, 41,65% “Importante” y “neutral” con el 1,59%.

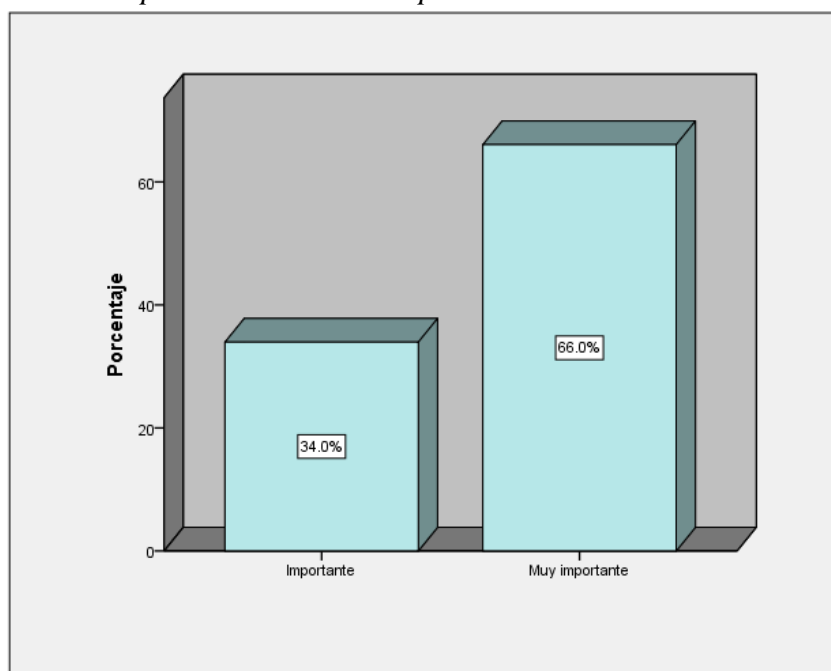
Ética empresarial

4. ¿Cuán importante considera la ética para el éxito de su empresa?

Tabla 14*La ética es fundamental para el éxito de la empresa*

	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	0	.0
Poco importante	0	.0
Neutral	0	.0
Importante	128	34.0
Muy importante	249	66.0
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica cuán importante consideran la ética para que una empresa tenga éxito.

Figura 11*La ética es fundamental para el éxito de la empresa*

Nota: Indica los porcentajes del nivel de importancia que tiene la ética.

Interpretación

El 66,0% de la población encuestada considera y califica “muy importante” que la ética es fundamental para que una empresa alcance éxito, y el 4,0% manifiesta que es “importante”.

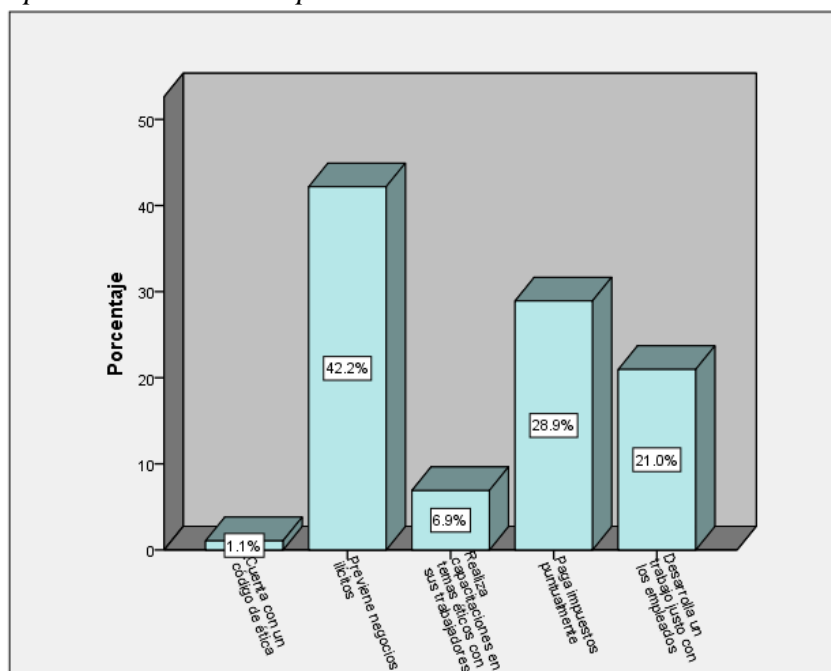
5. ¿Qué prácticas lleva a cabo para promover la ética dentro de su empresa?**Tabla 15***Prácticas para promover la ética empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta con un código de ética	4	1.1
Previene negocios ilícitos	159	42.2
Realiza capacitaciones en temas éticos con sus trabajadores	26	6.9
Paga impuestos puntualmente	109	28.9

	Frecuencia	Porcentaje
Desarrolla un trabajo justo con los empleados	79	21.0
Ninguna	0	.0
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica las medidas que considera importante para promover la ética empresarial.

Figura 12
Prácticas para promover la ética empresarial



Nota. Indica los porcentajes de las actividades que realizan las microempresas en referencia a la ética.

Interpretación

Dentro de las medidas que adopta una microempresa para promover la ética, el 42,2% menciona que previenen negocios ilícitos como una medida muy común, el 28,9% paga impuestos puntualmente, el 21,0% desarrolla un trabajo justo con sus empleados, mientras que, el 6,9% realiza capacitaciones en temas éticos con sus trabajadores y un 1,1% menciona que implementa código de ética.

6. ¿Qué desafíos enfrenta al momento de aplicar prácticas éticas?

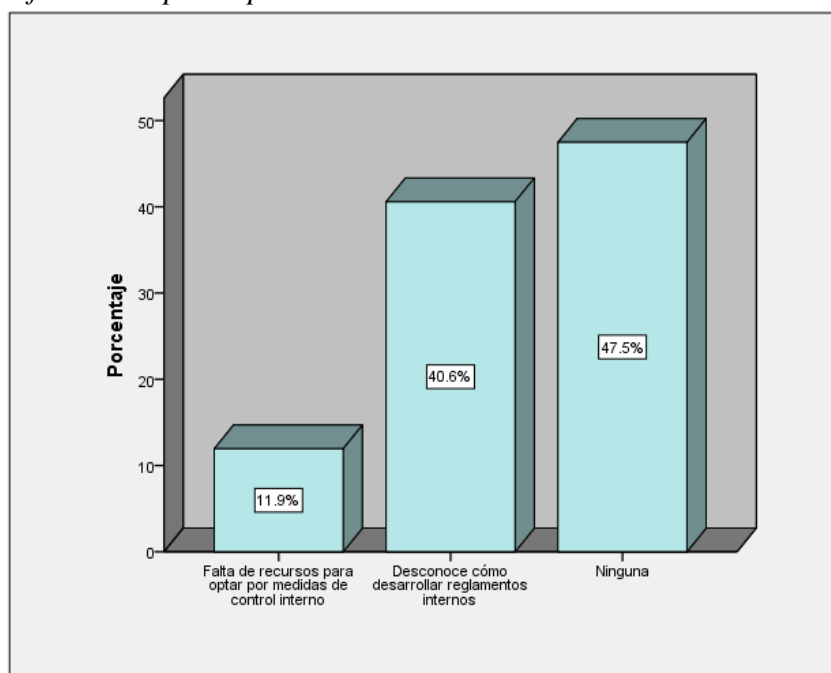
Tabla 16
Desafíos que enfrenta al aplicar prácticas éticas

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de recursos para optar por medidas de control interno	45	11.9
Desconoce cómo desarrollar reglamentos internos	153	40.6
Falta de interés	0	.0
Ninguna	179	47.5
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica los desafíos que los microempresarios enfrentan al momento de aplicar prácticas éticas.

Figura 13

Desafíos que enfrenta al aplicar prácticas éticas



Nota. Indica los porcentajes de las dificultades que se les presentan a los microempresarios al poner en práctica la ética en su empresa.

Interpretación

Al tomar en cuenta, los diferentes desafíos que se pueden presentar al transcurrir el tiempo al momento de aplicar prácticas éticas, se ha identificado que, el 47,5% porcentaje significativo indica no tener ninguna dificultad, el 40,6% indica que el principal desafío es que desconocen cómo desarrollar reglamentos internos y seguido del 11,9% con la falta de recursos para optar por medidas de control interno.

Calidad de vida en la empresa

7. ¿Cuán importante considera la calidad de vida de sus trabajadores para el éxito de su empresa?

Tabla 17

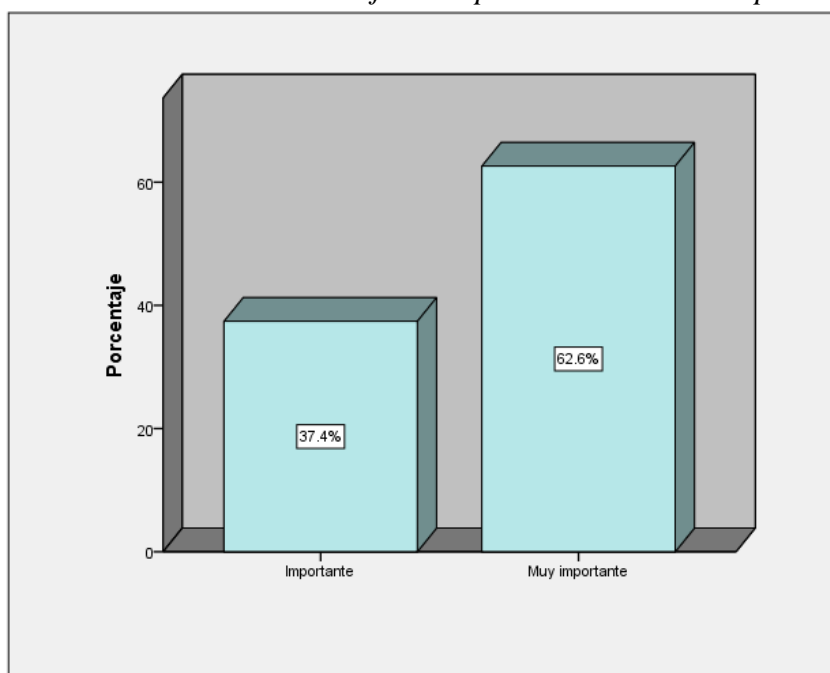
Importancia de la calidad de vida de los trabajadores para el éxito de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	0	.0
Poco importante	0	.0
Neutral	0	.0
Importante	141	37.4
Muy importante	236	62.6
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla muestra la importancia de la calidad de vida de los trabajadores para el éxito de la empresa.

Figura 14

Importancia de la calidad de vida de los trabajadores para el éxito de la empresa



Nota. Indica el porcentaje de importancia que tiene la calidad de vida para el éxito de la empresa.

Interpretación

El 62,6% de encuestados califica como “muy importante” y el 37,4% considera “importante” que la calidad de vida de los trabajadores es un factor trascendental para que una empresa pueda tener éxito.

8. ¿Qué acciones realiza para mejorar la calidad de vida laboral de sus empleados?

Tabla 18

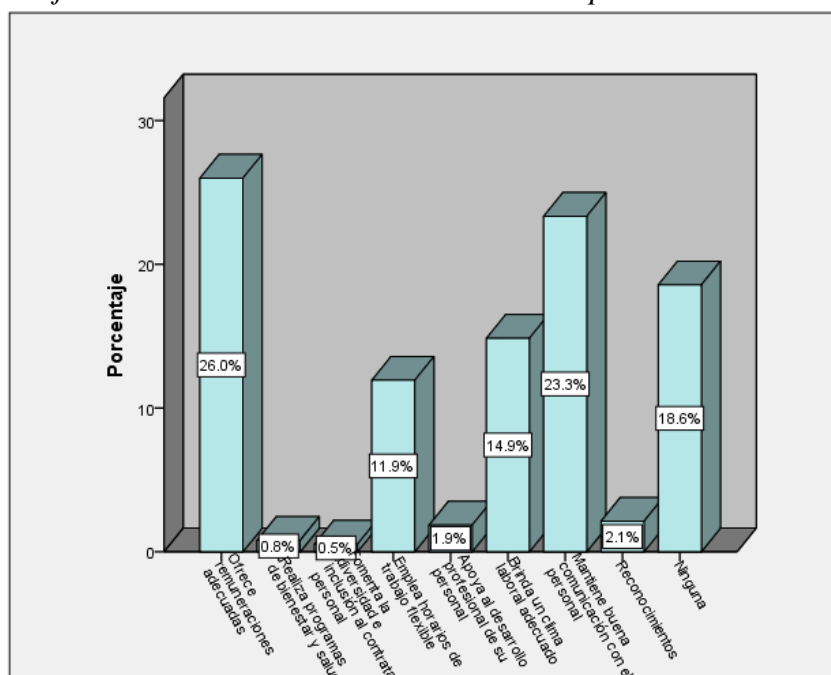
Acciones para mejorar la calidad de vida laboral de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Ofrece remuneraciones adecuadas	98	26.0
Realiza programas de bienestar y salud	3	.8
Fomenta la diversidad e inclusión al contratar personal	2	.5
Emplea horarios de trabajo flexible	45	11.9
Apoya al desarrollo profesional de su personal	7	1.9
Brinda un clima laboral adecuado	56	14.9
Mantiene buena comunicación con el personal	88	23.3
Reconocimientos	8	2.1
Ninguna	70	18.6
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica las acciones que realizan para brindar una buena calidad de vida a los trabajadores.

Figura 15

Acciones para mejorar la calidad de vida laboral de los empleados



Nota. Indica el porcentaje de las actividades que realizan las microempresas para tener buena calidad de vida en su empresa.

Interpretación

Las presentes actividades permiten a las empresas mejorar la calidad de vida de sus empleados, es por ello que, del total (377) de encuestados, el 26,0% indica que ofrece remuneraciones adecuadas, el 23,3% mantiene buena comunicación con el personal, 18,6% indica que no se le presenta ninguna dificultad, un 14,9% brinda un clima laboral adecuado, el 11,9% emplea horarios de trabajo flexibles, 2,1% emplea reconocimientos, únicamente el 1,9% se enfoca en apoyar al desarrollo profesional de su personal, asimismo, el 0,8% realiza programas de bienestar y salud y el 0,5% fomenta la diversidad e inclusión al contratar personal.

9. ¿Qué desafíos enfrenta su empresa al garantizar una buena calidad de vida laboral para sus trabajadores?

Tabla 19

Desafíos al garantizar una buena calidad de vida laboral

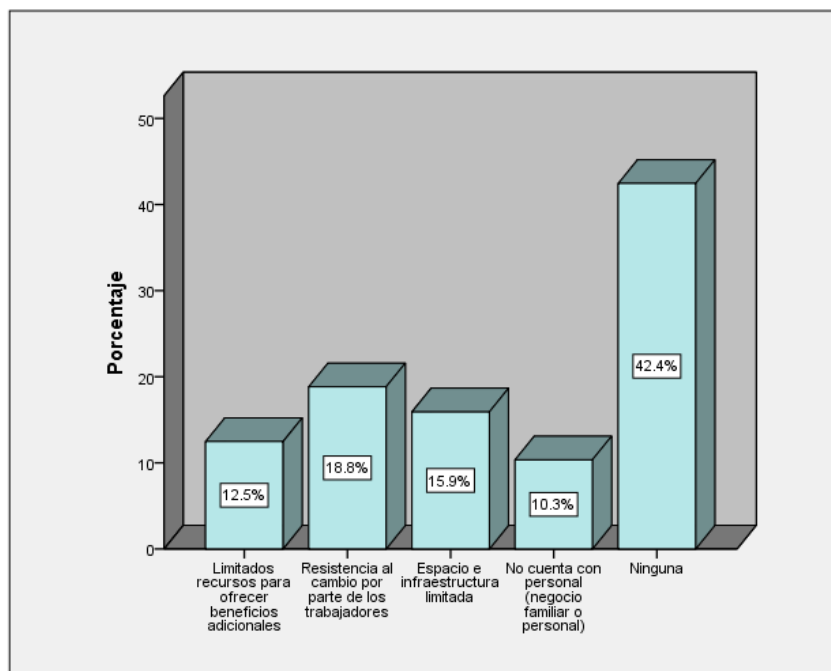
	Frecuencia	Porcentaje
Limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales	47	12.5
Dificultad para equilibrar el trabajo y vida personal de los empleados	0	.0
Resistencia al cambio por parte de los trabajadores	71	18.8
Espacio e infraestructura limitada	60	15.9
Falta de interés	0	.0
No cuenta con personal (negocio familiar o personal)	39	10.3

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	160	42.4
Total	377	100.0

Nota. Desafíos que se presentan al momento de garantizar una buena calidad de vida laboral.

Figura 16

Desafíos al garantizar una buena calidad de vida laboral



Nota. Indica el porcentaje de desafíos que se presentan al momento de garantizar una buena calidad de vida laboral.

Interpretación

En cuanto a los desafíos que enfrentan las microempresas se puede identificar que, la mayoría de encuestados a los cuales corresponde el 42,4% mencionan que no enfrentan ninguna dificultad, el 18,8% indica que la resistencia al cambio por parte de los trabajadores es una limitante fuerte, el 15,9% cuenta con un espacio e infraestructura limitada, el 12,5% indica que posee limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales y un 10,3% no cuenta con personal dado que estos son negocios familiares o personales que no requieren de personas externas para poner en funcionamiento de su negocio.

Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo

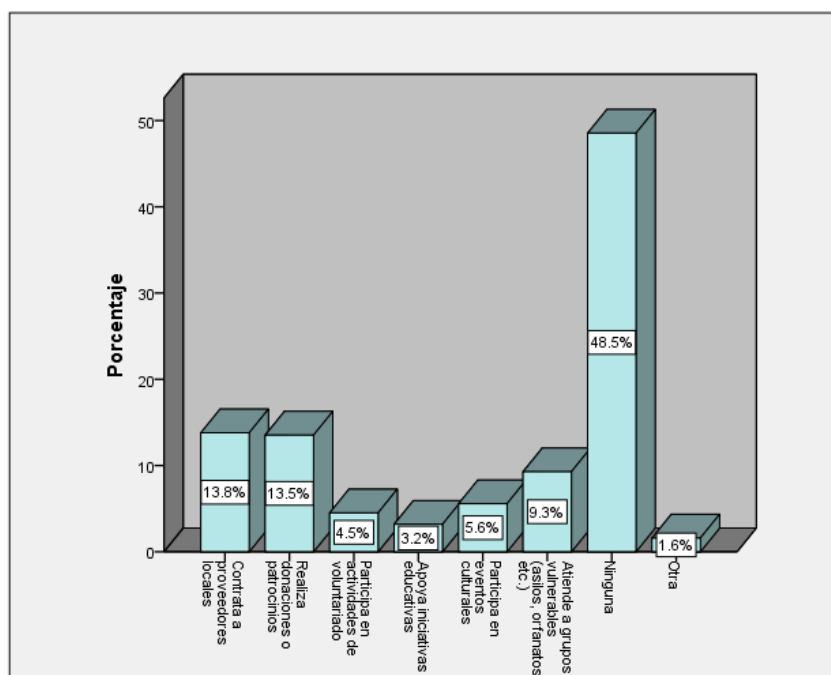
10. ¿Qué actividades permiten que su empresa se relacione con la comunidad local para promover su desarrollo y bienestar?

Tabla 20
Actividades para relacionarse con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje
Contrata a proveedores locales	52	13.8
Realiza donaciones o patrocinios	51	13.5
Participa en actividades de voluntariado	17	4.5
Apoya iniciativas educativas	12	3.2
Participa en eventos culturales	21	5.6
Atiende a grupos vulnerables (asilos, orfanatos, etc.)	35	9.3
Ninguna	183	48.5
Otra	6	1.6
Total	377	100.0

Nota. Actividades que le permiten a las microempresas relacionarse con la comunidad.

Figura 17
Actividades para relacionarse con la comunidad



Nota. Indica el porcentaje de actividades que le permiten a las microempresas relacionarse con la comunidad.

Interpretación

Entre las actividades que realizan las microempresas para relacionarse con la comunidad, se pudo identificar que, el 48,5% de los encuestados, que es un porcentaje significativo menciona que no realiza ninguna actividad, mientras que, el 13,8% contrata a proveedores locales, el 13,5% realiza donaciones o patrocinios, 9,3% atiende a grupos vulnerables como asilos, orfanatos, etc., el 5,6% participa en eventos culturales, 4,5% participa

en actividades de voluntariado, un 3,2% apoya a iniciativas educativas y el 1,6% realiza otro tipo de actividades como brindar charlas de capacitación en temas agrícolas.

11. De acuerdo a la pregunta anterior califique del 1 al 5, ¿cuánto frecuentemente su empresa participa en actividades de responsabilidad social que beneficien a la comunidad local?

Tabla 21

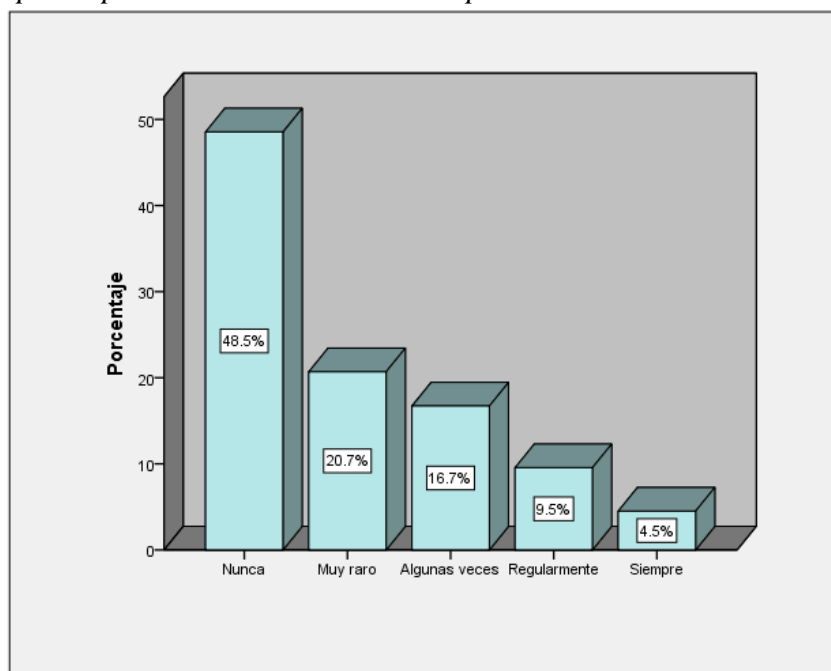
Frecuencia de participación en actividades de responsabilidad social

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	183	48.5
Muy raro	78	20.7
Algunas veces	63	16.7
Regularmente	36	9.5
Siempre	17	4.5
Total	377	100,0

Nota. Indica con qué frecuencia las microempresas participan en actividades de responsabilidad social.

Figura 18

Frecuencia de participación en actividades de responsabilidad social



Nota. Indica el porcentaje de participación en actividades de RSE.

Interpretación

Respecto a la frecuencia de participación de las microempresas en actividades de responsabilidad social. La mayoría de encuestados correspondientes al 48,5% mencionan que, nunca participan en actividades, el 20,7% participa muy raramente, el 16,7% “algunas veces”. Y cierto porcentaje entre el 9,5% regularmente y únicamente el 4,5% participa siempre.

12. ¿Qué desafíos enfrenta al momento de participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad?

Tabla 22

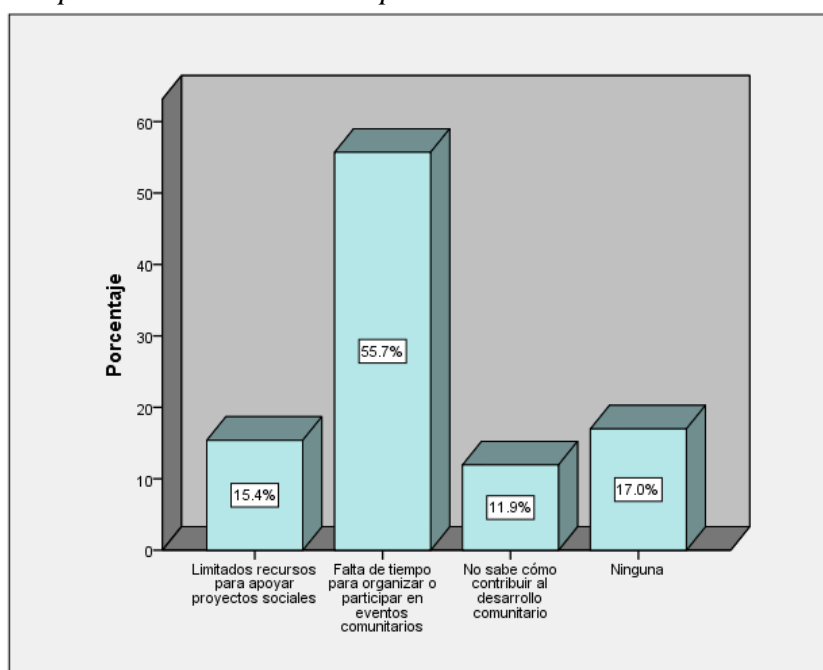
Desafíos al participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje
Limitados recursos para apoyar proyectos sociales	58	15.4
Falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios	210	55.7
No sabe cómo contribuir al desarrollo comunitario	45	11.9
Ninguna	64	17.0
Total	377	100.0

Nota. Obstáculos o desafíos que se presentan al participar en actividades que le permiten a la empresa relacionarse con la comunidad.

Figura 19

Desafíos al participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad



Nota. Desafíos que se presentan al participar en actividades que le permiten a la empresa relacionarse con la comunidad.

Interpretación

En cuanto a los desafíos que enfrentan las microempresas al momento de participar en actividades que le permitan relacionarse con la comunidad, se indagó que, el 15,4% posee limitados recursos para apoyar proyectos sociales, el 55,7% porcentaje significativo menciona que la falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios es uno de los obstáculos que más se presenta, un 11,9% indica que no sabe cómo contribuir al desarrollo comunitario y el 17,0% no presente ninguna dificultad o limitación.

Cuidado y preservación del medioambiente

13. ¿Qué acciones lleva a cabo su empresa para preservar el medio ambiente en sus actividades?

Tabla 23

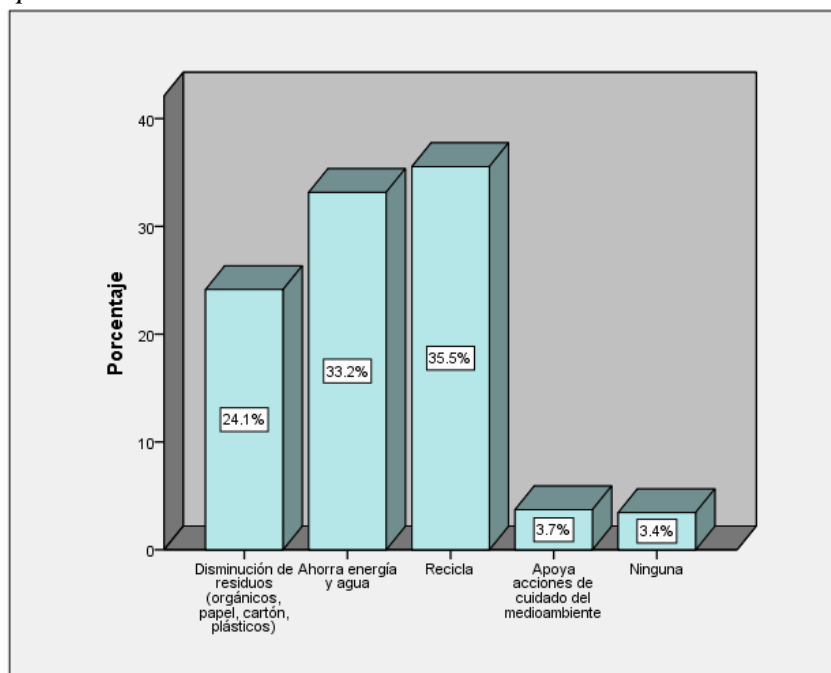
Acciones para preservar el medio ambiente

	Frecuencia	Porcentaje
Disminución de residuos (orgánicos, papel, cartón, plásticos)	91	24.1
Ahorra energía y agua	125	33.2
Recicla	134	35.5
Participa en campañas de reforestación	0	.0
Apoyas acciones de cuidado del medioambiente	14	3.7
Ninguna	13	3.4
Total	377	100.0

Nota. Acciones o actividades que llevan a cabo las microempresas para preservar el medio ambiente.

Figura 20

Acciones para preservar el medio ambiente



Nota. Actividades que llevan a cabo las microempresas para cuidar el ambiente.

Interpretación

Las actividades que realizan las microempresas para preservar el medio ambiente son: un 35,5% recicla, el 33,2% ahorra energía y agua, un 24,1% se enfoca en disminuir residuos (orgánicos, papel, cartón, plásticos), únicamente el 3,7% apoya acciones de cuidado del medioambiente y el 3,4% indica que no presenta ninguna dificultad.

14. ¿Considera que las microempresas en Loja son ambientalmente responsables?

Tabla 24

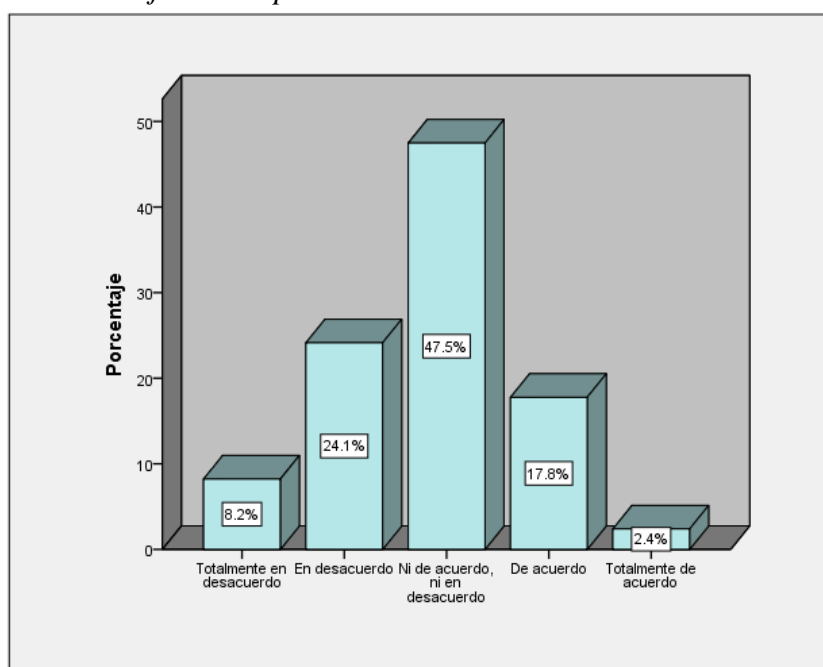
Las microempresas de Loja son responsables ambientalmente

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	31	8.2
En desacuerdo	91	24.1
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	179	47.5
De acuerdo	67	17.8
Totalmente de acuerdo	9	2.4
Total	377	100.0

Nota. Indica cuan de acuerdo están si las microempresas de Loja son responsables con el medioambiente.

Figura 21

Las microempresas de Loja son responsables ambientalmente



Nota. Indica el porcentaje de cuan de acuerdo están si las microempresas de Loja son responsables con el medioambiente.

Interpretación

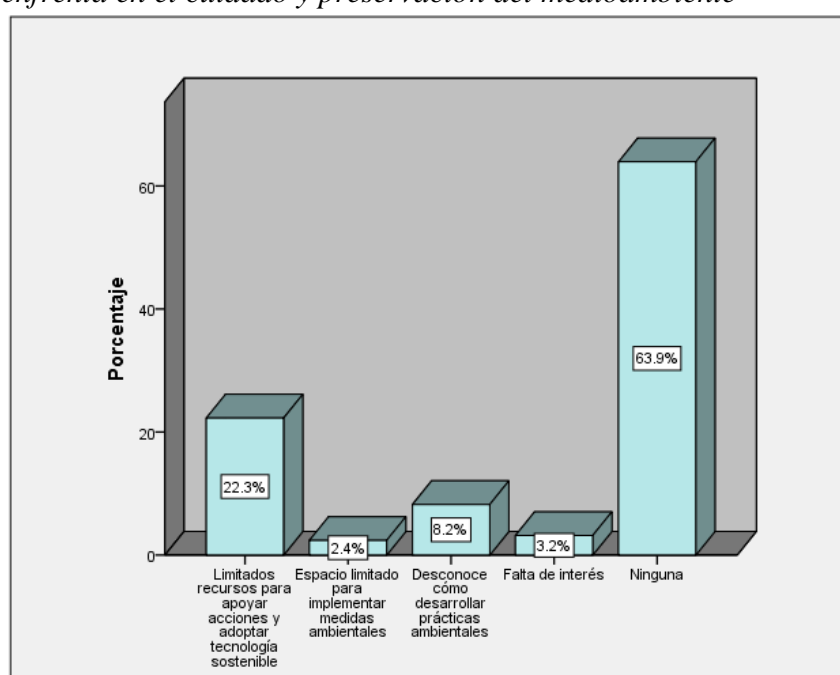
En la gráfica se indica la percepción que tienen los encuestados en cuanto a si las microempresas de Loja son responsables con el medioambiente, donde el 47,5% considera que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 24,1% menciona que están en desacuerdo, el 17,8% de acuerdo, el 8,2% totalmente en desacuerdo y el 2,4% totalmente de acuerdo.

15. ¿Qué desafíos enfrenta al poner en práctica actividades que le permitan ser ambientalmente responsable?

Tabla 25*Desafíos que enfrenta en el cuidado y preservación del medioambiente*

	Frecuencia	Porcentaje
Limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible	84	22.3
Espacio limitado para implementar medidas ambientales	9	2.4
Desconoce cómo desarrollar prácticas ambientales	31	8.2
Falta de interés	12	3.2
Ninguna	241	63.9
Total	377	100.0

Nota. Esta tabla indica los desafíos que enfrentan las microempresas en cuanto al cuidado del ambiente.

Figura 22*Desafíos que enfrenta en el cuidado y preservación del medioambiente*

Nota. Indica el porcentaje de los desafíos que enfrentan las microempresas en cuanto al cuidado y preservación del medio ambiente.

Interpretación

Al aplicar prácticas ambientales los principales desafíos que se presentan a los microempresarios para ser ambientalmente responsables son con un 22,3% limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible, 8,2% desconoce cómo desarrollar prácticas ambientales, el 3,2% no le da interés, un 2,4% tiene un espacio limitado para implementar medidas ambientales y el 63,9% manifiesta que no tiene ninguna dificultad para realizar actividades medioambientales en sus funciones diarias.

7. Discusión

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de conocer la implementación de Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja, a través de las actividades que realizan los directivos, los desafíos que se les pueden presentar durante el proceso de ejecución de las mismas y proponer una guía que permita a los microempresarios estar comprometidos con la Responsabilidad Social Empresarial. Con la finalidad de cumplir con este propósito, se han planteado 3 objetivos específicos que permiten un análisis detallado y exhaustivo de la responsabilidad social en las microempresas.

La responsabilidad social empresarial en las microempresas es de trascendental importancia, dado que su implementación no depende solo de la economía, sino también se ve influenciada por muchos factores en los que las organizaciones se verán beneficiadas tanto interna y externamente. Entre los beneficios internos son: mayor productividad, reducción de costos, atraer y retener personal, mejorar la imagen del negocio ante trabajadores, clientes y proveedores, y los beneficios externos son: sociales, ambientales y económicos (Hernández et al., 2021).

En el estudio realizado a los propietarios sobre lo que conocen a lo que se refiere responsabilidad social empresarial, un porcentaje significativo del 43,8% indica que se asocia al cuidado y preservación del medioambiente, un 18,0% generar utilidades en la empresa, y asimismo con 18,0% menciona que es actuar con ética.

Primer objetivo específico

Realizar un diagnóstico para identificar las prácticas de responsabilidad social empresarial en las microempresas a través de las directrices CEMEFI.

Para realizar el diagnóstico de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) en las microempresas de la ciudad de Loja, se toma en cuenta las directrices emitidas por la CEMEFI, estos indicadores corresponden a cuatro dimensiones o ámbitos básicos de la actividad de la empresa, como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medio ambiente, en las cuales, el interés de los microempresarios puede influir de diferente manera, esto se debe a que, de acuerdo a Ojeda y Jiménez (2011) la RSE “no ha alcanzado gran aceptación ya que el empresario puede preguntarse cómo financiar estas prácticas sin comprometer la supervivencia y desarrollo de la empresa” (p. 37).

En base a esto, primero se identifica primero que propone la CEMEFI en cuanto a cada una de las cuatro dimensiones.

Ética empresarial

La ética empresarial dentro de las actividades de una empresa es fundamental, porque permite que existan relaciones sólidas y un trato igualitario entre todos los grupos de interés para evitar controversias, y de esa forma asegurar la operación transparente de la organización (Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI] , 2022).

De acuerdo a la CEMEFI (2022) las empresas deben contar con principios que guíen y aseguren el trabajo honesto y transparente de la organización y su relación con los stakeholders o partes interesadas. Asimismo, al cumplir con el principio de “vivir con valores y desempeñarse éticamente” (Cemefi, 2022), las organizaciones elevan su integridad interna y externa, lo cual les beneficia, dado que, se enfocan en reducir gastos asociados a corrupción y conflictos legales puesto que cumplen con sus valores y leyes, integran y mantienen personal calificado que influya positivamente en el crecimiento de la empresa y sobre todo, las personas o socios se fijan en el compromiso del negocio mediante el cuidado de la reputación y bajo riesgo de su capital.

Calidad de vida en la empresa

Este ámbito es esencial para el bienestar de las personas que forman parte de la empresa. De acuerdo a Palomino y López (2019) las empresas preocupadas por la calidad de vida de sus empleados actúan de forma ética, promueven la inclusión y diversidad, y sobre todo se encargan de ofrecer programas de desarrollo integral para sus trabajadores y familiares.

La CEMEFI (2022) indica que las empresas deben asegurar y crear condiciones favorables tanto físicas como ambientales en el área de trabajo, que ofrezcan la oportunidad de desarrollar las capacidades de todos los integrantes de la organización, asimismo, generar equilibrio entre trabajo-vida personal, y ofrecer remuneraciones y beneficios que superen las exigencias de la ley. Asimismo, al cumplir con el principio “promover y establecer como prioridad la calidad de vida en la empresa” (Cemefi, 2022), las organizaciones se benefician ya que, generan un impacto positivo en su productividad, eficiencia y mejoran la relación interna entre el personal de trabajo, lo cual, permite que se observe una organización socialmente responsable.

Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo

La vinculación entre la empresa con la comunidad es un factor clave de la RSE que contribuye al desarrollo socioeconómico local. Puesto que, según Palomino y López (2019) las empresas socialmente responsables se enfocan en mejorar tanto su entorno interno como el externo, es decir, la comunidad donde se encuentran, mediante actividades que permiten beneficiar a la sociedad como aportaciones o inversiones, acciones sociales y trabajo voluntario de parte de los empleados hacia la comunidad.

Para la CEMEFI (2022) las empresas deben involucrarse con las comunidades donde operan, fomentar la colaboración entre empresas, gobierno y organizaciones sociales para disminuir y dar solución a problemas sociales del entorno. De tal forma que enfocarse en cumplir con el principio de “involucrarse con las comunidades en las que opera” (Cemefi, 2022), las organizaciones se benefician porque tienden a desarrollar un compromiso con las necesidades y respeto a la cultura de su comunidad, fomenta el progreso de la sociedad y negocio, como también se enfoca en respetar y cumplir los derechos de los ciudadanos que influyen en sus intereses.

Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

De acuerdo a la CEMEFI (2022) las empresas presentan grandes retos como la generación de riqueza y cuidado del ambiente, donde algunas actividades como promover la optimización de recursos, prever desperdicios y desarrollar procesos de reciclaje o reutilizamiento, demuestran como las organizaciones respetan el entorno natural donde operan. Es por ello, que contar con una adecuada gestión ambiental es fundamental para la sostenibilidad empresarial y el cumplimiento de normativas ambientales.

Asimismo, basarse en el principio “cuidar y preservar su entorno, los recursos y el medio ambiente” (Cemefi, 2022), permite que las empresas sean reconocidas por ser eco eficientes, dado que, se enfocan en mantener una operación sustentable y productiva, lo cual, genera interés en el uso de tecnologías que impacten positivamente al medio ambiente.

Dado esto, en base a lo que la Cemefi indica sobre lo que deben hacer las organizaciones para ser socialmente responsables, a continuación, se presenta una tabla de escala de calificación que permitirá identificar el nivel de implementación de las actividades en cada una de las dimensiones, asimismo se realiza otra tabla donde se exhiben las prácticas que llevan las microempresas en la ciudad de Loja y un diagnóstico por medio de la escala de calificación en función del nivel de acogida de las diferentes actividades por los encuestados.

Tabla 26
Escala de calificación

Rango	Nivel de implementación	Descripción
76 – 100%	Muy Bueno	Prácticas bien integradas
51 – 75%	Bueno	Nivel de implementación adecuado
26 – 50%	Moderado	Prácticas en progreso
11 – 25%	Bajo	Implementación parcial
0 – 10%	Muy bajo	Requiere atención prioritaria

Nota. Se muestra el rango, nivel y la descripción de las escalas de calificación según el porcentaje, los mismos que sirven para realizar el diagnóstico.

Tabla 27*Prácticas de responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja*

Dimensión	Actividad	Porcentaje	Nivel de Implementación	Interpretación
Ética empresarial	Previene negocios ilícitos	42,2%	Moderado	Práctica común con atención significativa en transparencia.
	Paga impuestos puntualmente	28,9%	Moderado	Cumplen moderadamente con el ámbito legal y se puede mejorar.
	Desarrolla un trabajo justo con los empleados	21,0%	Bajo	Actividad con implementación parcial y requiere de enfoque para brindar un trabajo justo.
	Realiza capacitaciones en temas éticos con sus trabajadores	6,9%	Muy Bajo	Prácticas que requieren atención prioritaria por la baja acogida de los encuestados.
	Cuenta con un código de ética	1,1%	Muy Bajo	
Calidad de Vida en la empresa	Ofrece remuneraciones adecuadas	26,0%	Moderado	Práctica en progreso que se basa en cumplir con las condiciones laborales.
	Mantiene buena comunicación con el personal	23,3%	Bajo	Actividad parcial que requiere de mejora.
	Ninguna	18,6%	Bajo	Área de mejora que requiere de atención dado que una proporción importante no lleva a cabo ningún tipo de acciones.
	Brinda un clima laboral adecuado	14,9%	Bajo	Actividades que se implementan parcialmente con vistas a que se mejore la práctica de las mismas.
	Emplea horarios de trabajo flexible	11,9%	Bajo	
	Reconocimientos	2,1%	Muy Bajo	Prácticas con un nivel de aplicación en las microempresas muy bajo, por lo tanto, son áreas de mejora que requieren atención prioritaria para cumplir con el desarrollo, seguridad laboral y diversidad del personal.
	Apoya al desarrollo profesional de su personal	1,9%	Muy Bajo	
	Realiza programas de bienestar y salud	0,8%	Muy Bajo	
Fomenta la diversidad e inclusión al contratar personal	0,5%	Muy Bajo		

Dimensión	Actividad	Porcentaje	Nivel de Implementación	Interpretación
Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo	Ninguna	48,5%	Muy Bajo	Aproximadamente la mitad de microempresas en la ciudad de Loja no realiza ningún tipo de actividades comunitarias, por ende, se convierte en un área de mejora en la que se debe prestar atención prioritaria.
	Contrata a proveedores locales	13,8%	Bajo	Actividad parcial que puede perfeccionarse para asegurar un adecuado desarrollo de proveedores.
	Realiza donaciones o patrocinios	13,5%	Bajo	Práctica parcial que puede fortalecerse.
	Atiende a grupos vulnerables (asilos, orfanatos, etc.)	9,3%	Muy Bajo	Actividades que requieren de atención prioritaria dado el bajo nivel de acogida por los encuestados, para de esa forma los microempresarios puedan relacionarse con la sociedad mediante la inversión social y voluntariado corporativo.
	Participa en eventos culturales	5,6%	Muy Bajo	
	Participa en actividades de voluntariado	4,5%	Muy Bajo	
	Apoyo iniciativas educativas	3,2%	Muy Bajo	
Otra	1,6%	Muy Bajo		
Cuidado y preservación del medioambiente	Recicla	35,5%	Moderado	Actividades en progreso que suman más de la mitad de los encuestados que se enfocan en optimizar recursos.
	Ahorra energía y agua	33,2%	Moderado	
	Disminución de residuos (orgánicos, papel, cartón, plásticos)	24,1%	Bajo	Práctica parcial que requiere de mejora.
	Apoya acciones de cuidado del medioambiente	3,7%	Muy Bajo	Actividades que requieren de atención prioritaria, en el apartado ninguna es importante que se elimine esta brecha y la participación en campañas demanda de incentivos para ser tomada como una práctica.
	Ninguna	3,4%	Muy Bajo	
	Participa en campañas de reforestación	0%	Muy Bajo	

Nota. Indica las dimensiones, actividades o prácticas, porcentaje de acogida, el nivel de implementación y un breve diagnóstico de las actividades.

La presente tabla indica las dimensiones, prácticas en cada ámbito y el nivel de implementación que tiene cada una de acuerdo a la acogida que le dieron los encuestados, así como, una breve interpretación que permite realizar el diagnóstico de cómo se encuentra dicha actividad. Por lo tanto, el diagnóstico de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja evidencia que:

Ética empresarial: aunque en este ámbito existen dos actividades bien implementadas como prevención de negocios ilícitos y pago de impuestos, se encuentran actividades que se deben mejorar para fortalecer de mejor manera la ética dentro de las empresas. Dado esto, se determina que las microempresas de la ciudad de Loja si llevan a cabo prácticas que les permiten actuar de manera honesta y transparente independientemente de la actividad que más llevan a cabo en sus actividades diarias.

Calidad de vida en la empresa: las prácticas más acogidas en este ámbito son remuneraciones adecuadas y buena comunicación con el personal, pero hay acciones como reconocimientos, desarrollo profesional, salud laboral y diversidad que deben fortalecerse puesto que tienen una baja aplicación, además, un porcentaje significativo indica que no lleva a cabo ningún tipo de acciones, por lo que se requiere enfocarse para eliminar esta brecha, en base a esto se ha identificado que en esta dimensión el 81,4% de los microempresarios priorizan y llevan a cabo prácticas que le permiten brindar una buena calidad de vida.

Vinculación con la comunidad: entre las actividades que se llevan a cabo con una limitada aceptación son contratación de proveedores locales y donaciones o patrocinios, y un porcentaje significativo del 48,5% de las microempresas de la ciudad de Loja no realiza ningún tipo de práctica para vincularse con la comunidad, lo que permite entender que existe la necesidad de establecer estrategias que fomente el interés a los microempresarios por involucrarse con la comunidad en la que opera. Dado esto, se ve la necesidad de la elaboración de una guía básica de responsabilidad social empresarial.

Cuidado del medioambiente: entre las prácticas de implementación moderada se encuentran el reciclaje y ahorro de energía y agua, y otras actividades con menos aplicación que se deben tomar en cuenta para mejorar y promover el cuidado y preservación del entorno tanto interno como externo del negocio, un 3,4% no realiza ninguna actividad, aunque sea un porcentaje mínimo es necesario que se elimine esa brecha, lo cual, da a entender que la mayoría de microempresas en la ciudad si llevan a cabo prácticas ambientales.

Segundo objetivo específico

Identificar los desafíos o barreras que enfrentan las microempresas en la implementación de la responsabilidad social.

Las microempresas al implementar prácticas, acciones o actividades de responsabilidad social empresarial pueden llegar a enfrentar diversos desafíos que se convierten en una barrera que limita la adopción de prácticas que les impulsan a ser socialmente responsables. Dado esto, las microempresas de la ciudad de Loja a pesar de que aplican prácticas que les permite ser socialmente responsables, se llegó a identificar algunos desafíos que no les permiten cumplir con actividades de RSE. Por ello, para la identificación de los desafíos se ha utilizado las cuatro dimensiones planteadas por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida, vinculación con la comunidad y cuidado del medioambiente.

Tabla 28

Desafíos que enfrentan las microempresas en la implementación de RSE

Dimensión	Desafíos	Porcentaje
Ética empresarial	Falta de recursos para optar por medidas de control interno	11.9%
	Desconoce cómo desarrollar reglamentos internos	40.6%
	Falta de interés	0.0%
	Ninguna	47.5%
	Total	100.0%
Calidad de vida	Limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales	12.5%
	Dificultad para equilibrar el trabajo y vida personal de los empleados	0.0%
	Resistencia al cambio por parte de los trabajadores	18.8%
	Espacio e infraestructura limitada	15.9%
	Falta de interés	0.0%
	No cuenta con personal (negocio familiar o personal)	10.3%
	Ninguna	42.4%
Total	100.0%	
Vinculación con la comunidad	Limitados recursos para apoyar proyectos sociales	15.4%
	Falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios	55.7%
	No sabe cómo contribuir al desarrollo comunitario	11.9%
	Ninguna	17.0%
Total	100.0%	
Cuidado y preservación del medioambiente	Limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible	22.3%
	Espacio limitado para implementar medidas ambientales	2.4%
	Desconoce cómo desarrollar prácticas ambientales	8.2%
	Falta de interés	3.2%
	Ninguna	63.9%
Total	100.0%	

Nota. Esta tabla presenta los diferentes desafíos que enfrentan las microempresas lojanas en la implementación de RSE. RSE= Responsabilidad Social Empresarial.

En esta tabla se presenta de manera notable el porcentaje de cada desafío de acuerdo a la acogida que le dieron los encuestados en cada una de las dimensiones establecidas por la CEMEFI. Dado esto, de acuerdo a cada dimensión se ha podido evidenciar algunos desafíos con gran impacto, como:

Ética empresarial: Los microempresarios de la ciudad de Loja en este ámbito consideran como principales desafíos el desconocimiento de cómo desarrollar reglamentos internos con un 40,6% y 11,9% la falta de recursos para optar por medidas de control interno, de la misma manera en su estudio Márquez y Gómez (2002) afirman que la falta de capital es uno de los problemas más grandes que tienen las microempresas. Asimismo, Sarmiento et al. (2023) indica que algunos desafíos que tienen las MYPES en el Perú son: la globalización que amplía la influencia de las empresas a nivel mundial, haciendo que existan diferentes culturas, normas y valores éticos en la toma de decisiones; la creciente presión de accionistas y sociedad hacia las empresas para que sean más éticas y finalmente, la era digital donde la visibilidad para exponer prácticas empresariales cuestionables pueden llegar a dañar la reputación de las empresas. Además, cabe recalcar que un porcentaje significativo del 47,5% indica no presentar ningún obstáculo, dando a entender que este porcentaje de microempresarios pueden desarrollar prácticas éticas con normalidad.

Calidad de vida en la empresa: Al momento de brindar buena calidad de vida como principales desafíos se destacan con un 18,8% la resistencia al cambio por parte de los trabajadores, el 15,9% tiene espacio e infraestructura limitada, 12,5% limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales y el 10,3% no cuenta con personal dado que son negocios familiares o personales que no requieren de personas externas. Algo similar ocurre en el estudio de Biviano et al. (2020) donde indica que las organizaciones pequeñas no cuentan con las características fundamentales para brindar una buena calidad de vida dado que, tienen escasos recursos financieros, no están capacitados en administración y desarrollo de personal, además, no cuentan con la infraestructura adecuada para operar correctamente. Asimismo, el 42,4% de los encuestados manifiestan que no se le presenta ningún desafío, lo cual indica que pueden ofrecer buena calidad de vida a sus trabajadores.

Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo: Uno de los principales desafíos que más se presenta al momento de implementar prácticas para vincularse con la comunidad es la falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios con un porcentaje significativo del 55,7%, seguido del 15,4% limitados recursos para apoyar proyectos

sociales y un 11,9% no sabe cómo contribuir al desarrollo comunitario. Esto es algo similar con el estudio de Vives et al. (2005) donde las barreras más representativas en las empresas al realizar actividades de responsabilidad social empresarial externa, es decir, con la comunidad o sociedad son que: las empresas no se plantean actividades, la falta de tiempo y recursos financieros. Cabe recalcar que, un porcentaje considerable del 17,0% menciona que no presenta ningún desafío dado que, no tienen problema de llevar a cabo actividades para ser socialmente responsables con la sociedad.

Cuidado y preservación del medio ambiente: Con un 22,3% como desafío principal es limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible, el 8,2% desconoce cómo desarrollar prácticas ambientales, con menor acogida son espacio limitado para implementar medidas ambientales 2,4% y 3,2% la falta de interés. Con respecto a lo anterior, es imprescindible relacionarlo con el estudio de Martínez et al. (2016) donde identifiqué que las micro y pequeñas empresas consideran los siguientes obstáculos al momento de implementar prácticas ambientales, como: la economía, dificultad para encontrar personal especializado en prácticas ecológicas, falta de conocimiento para aplicar prácticas verdes, infraestructura inadecuada y consideran que esto no tiene relación con mejorar la posición en el mercado. Sin embargo, el 63,9% indica que no se le presenta ninguna dificultad, dado esto, se considera que este porcentaje significativo de microempresas aplican prácticas para cuidar el medioambiente.

Tercer objetivo específico

Proponer una guía de responsabilidad social empresarial para los microempresarios de la ciudad de Loja.

GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL(RSE) PARA MICROEMPRESARIOS

Introducción

En la actualidad, la responsabilidad social empresarial se está convertido en un pilar fundamental en la manera de crear y administrar los negocios, la cual pretende que no busquen solo el beneficio propio, sino también que fomenten el desarrollo social y la gestión ambiental.

En el Ecuador, las microempresas constituyen un sector muy importante, porque al ser unidades de negocio pequeñas generan empleo y diversifican la economía, por medio de la variedad de sectores como agricultura, comercio, servicio o producción, por lo que es importante que trabajen de la mano de la responsabilidad social empresarial. Dado esto, las microempresas pueden basarse en la presente guía que está diseñada con el objetivo de potenciar la implementación de prácticas de RSE en las operaciones de las empresas.

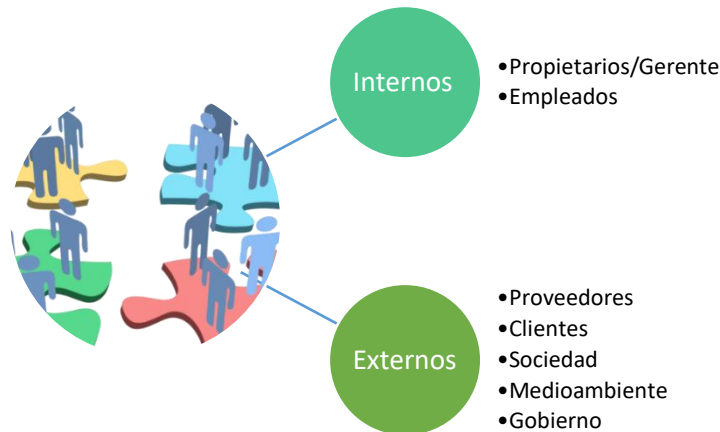
La presente guía está dirigida a las microempresas de la ciudad de Loja, que buscan comprometerse, cumplir y promover la importancia de RSE entre las partes interesadas (grupos de interés o stakeholders), mediante acciones que se acomoden a sus necesidades para alcanzar un desarrollo integral y sostenible. En las microempresas de la ciudad de Loja, los encargados de poner en práctica la guía son los propietarios o directivos de la entidad correspondiente.

La guía contempla cuatro dimensiones o líneas estratégicas de RSE propuestas por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medioambiente, las mismas que pueden variar dependiendo del país, sector o de una empresa a otra.

La importancia de la presente guía radica en que no solo se enfoca en brindar ayuda en el cumplimiento de la responsabilidad social, sino también busca promover el éxito de las microempresas al contribuir en el bienestar interno y externo de los negocios y grupos de interés, esta herramienta permitirá a cada uno de los microempresarios convertirse en un factor clave para la construcción de un país justo, sostenible y equilibrado.

Partes interesadas (grupos de interés o stakeholders)

Las partes interesadas son aquellos grupos de interés internos y externos que se ven afectados por alguna acción de las microempresas. La difusión de la guía va a depender de las posibilidades de los propietarios o directivos, pero sería recomendable que primero empiece con los grupos internos y después con los grupos de interés externos.



Definición de Responsabilidad Social Empresarial

El concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) tiene diferentes perspectivas, es decir, puede ser entendido de varias maneras dependiendo del contexto o prioridades de la empresa, donde pueden dar o no un enfoque equilibrado al ámbito social, económico y ambiental.

De acuerdo a la CEMEFI (2022) la RSE es el compromiso que asumen las empresas con la finalidad de que sus operaciones sean sustentables en aspectos económicos, sociales y ambientales, mostrando respeto a los principios éticos, personas, comunidades y al ambiente.

Martínez (2014) indica que la responsabilidad social empresarial consiste en que los negocios colaboren al desarrollo sostenible para sus trabajadores, sociedad y comunidad donde operan, con el objetivo de mejorar la calidad y bienestar de todas las personas.

Beneficios de la Implementación de RSE

La implementación de responsabilidad social empresarial en los negocios trae varios beneficios, que les permiten ser socialmente responsable, estos son:



Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

La CEMEFI es una organización mexicana que fue fundada en 1988, la cual, se encarga de impulsar la Responsabilidad Social Empresarial por medio de su Programa de RSE para que las empresas adopten buenas prácticas y obtengan una mejora continua. Además, se encarga de reconocer mediante su distintivo ESR[®] a las empresas socialmente responsables.

Líneas estratégicas establecidas por la CEMEFI

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) propone cuatro dimensiones que permiten a las empresas identificar las áreas clave de RSE en las que debe enfocarse para ser socialmente responsable, estas son:

Ética empresarial

La ética es una parte fundamental dentro de las empresas, ya que busca contar con valores, normas y principios que guíen a las organizaciones para realizar sus operaciones de manera honesta y transparente. Las microempresas lojanas deben entender que ser éticos no se

basa solo en actuar bien, dado que, esta dimensión también implica valores, trabajos justo y otros aspectos, que les permite operar de forma transparente y honesta, dado que, adoptar principios éticos les permite dar a conocer una imagen corporativa confiable ante sus trabajadores y sociedad.

Plan de acción elaborado en base a las actividades poco consideradas en el diagnóstico y debilidades que se les presentan al implementar responsabilidad social.

Tabla 29

Plan de acción de la dimensión Ética Empresarial

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
Garantizar una cultura empresarial basada en la ética para generar confianza y mejorar la reputación del negocio.	Elaborar un código de ética	✓ Desarrollar un código de ética, el cual puede tener la siguiente estructura: - Introducción (propósito y compromiso de la empresa); Valores y Principios; Normas de conducta; Consecuencias (en caso de incumplir con el código de ética).	Al contar con un código de ética las microempresas van a poder orientar a sus trabajadores para que actúen de acuerdo a los valores y principios que representan a la organización.
		✓ Socializar el código de ética con los empleados.	
		Prevenir negocios ilícitos	
Realizar capacitaciones sobre ética		✓ Programar talleres sobre ética, definir la duración y frecuencia que se van a desarrollar, asignar recursos y facilitadores que se encargaran de la capacitación. ✓ Fomentar la participación de directivo y empleados.	Tanto directivos como empleados podrán contar con los conocimientos necesarios para tomar decisiones, lo que permite reducir riesgos legales y mejorar su imagen ante los grupos de interés y por ende serán más productivos y competitivos.

Nota. Se presenta el plan de acción para la dimensión de ética empresarial con el objetivo, estrategias, actividades y beneficio que tendrán las microempresas. Las presentes actividades pueden ser consideradas y aplicadas dependiendo de las necesidades de cada microempresa.

Calidad de vida en la empresa

La calidad de vida se encarga de brindar un área de trabajo con condiciones adecuadas tanto físicas como ambientales, que permitan a los trabajadores sentirse satisfechos y motivados para desarrollar sus actividades, en base a esto los empleados serán más productivos y la empresa será más competitiva. Es por ello, que lo microempresarios deben tener en cuenta que contar con un entorno laboral adecuado permite que el personal de trabajo tenga un mejor rendimiento, lo cual fortalece al negocio y le permite ser más competitivo.

Plan de acción elaborado en base a las actividades poco consideradas en el diagnóstico y debilidades que se les presentan al implementar responsabilidad social.

Tabla 30

Plan de acción de la dimensión Calidad de vida en la empresa

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
Garantizar buena calidad de vida para mejorar el bienestar y satisfacción laboral de los empleados.	Horarios de trabajo flexible	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer horarios de trabajo de acuerdo a las necesidades de la empresa, estos pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> - Horario rotativo, por turnos o tiempo parcial. ✓ Comunicar los horarios de trabajo a sus colaboradores. 	La empresa va a poder brindar un equilibrio entre el trabajo y vida personal de los empleados.
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar actividades de salud física y mental. ✓ Programar actividades recreativas en equipo. ✓ Fomentar la participación de todo el personal. 	La empresa por medio de estos programas va a fidelizar a sus empleados, ya que, muestra preocupación por la estabilidad físico-mental de su personal, lo que permite mejorar su desempeño y productividad al desarrollar sus actividades.
Adecuar las condiciones físicas y ambientales		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar o adecuar el entorno laboral de la empresa con: <ul style="list-style-type: none"> - Áreas de descanso - Habilitar espacios por medio de una adecuada distribución de la infraestructura. ✓ Verificar que el área de trabajo se encuentre en adecuadas condiciones. ✓ Programar reuniones para evaluar la satisfacción laboral. 	Estas actividades permiten que los empleados se sientan satisfechos, de tal forma que van a mejorar su rendimiento y ser más productivos.
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programar reuniones para identificar problemas, solicitar comentarios u opiniones. 	El cumplimiento de estas actividades va a permitir que exista buena relación
Establecer canales de comunicación		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programar reuniones para identificar problemas, solicitar comentarios u opiniones. 	El cumplimiento de estas actividades va a permitir que exista buena relación

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
		✓ Emitir comunicados por medios formales como Gmail.	y coordinación entre el personal de trabajo.
Brindar beneficios		✓ Dar reconocimientos en función del desempeño del empleado, por ejemplo: mejor empleado del mes o por brindar buena atención al cliente.	Llevar a cabo estas acciones en las microempresas va a permitir que el personal se sienta motivado y valorado dentro de la empresa.
		✓ Cumplir con la ley, por medio de la adecuada remuneración a sus trabajadores.	
		✓ Motivar y apoyar a los trabajadores en su formación y desarrollo profesional	

Nota. Se presenta el plan de acción para la dimensión de calidad de vida con el objetivo, estrategias, actividades y beneficio que tendrán las microempresas. Las presentes actividades pueden ser consideradas y aplicadas dependiendo de las necesidades de cada microempresa.

Vinculación y compromiso con la Comunidad y su Desarrollo

En esta dimensión las microempresas deben fijarse en mejorar su entorno tanto interno como externo, es decir, la vinculación de la empresa con la comunidad permite que se sumerja en el combate a problemas sociales que se encuentran en el entorno donde opera, para de esa forma poder fortalecer su participación en la sociedad, ya que, al involucrarse en la solución de problemas le permite generar un impacto positivo lo cual, le ayuda a fortalecer su imagen.

Plan de acción elaborado en base a las actividades poco consideradas en el diagnóstico y debilidades que se les presentan al implementar responsabilidad social.

Tabla 31

Plan de acción de la dimensión Vinculación con la comunidad

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
Generar vínculos y contribuir al desarrollo de la comunidad	Alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Patrocinar eventos culturales, deportivos o educativos. ✓ Contribuir con donaciones ya sea económicas o materiales. ✓ Realizar actividades de voluntariado para atender grupos vulnerables de la ciudad de Loja como asilos. ✓ Participar en programas educativos o culturales. <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar estudiantes de prácticas (preprofesionales) - Ofrecer apoyo a instituciones educativas por medio de charlas con temas de interés para los estudiantes, como el desarrollo de un emprendimiento. 	Al vincularse con la comunidad, la empresa tendrá un impacto positivo, ya que se suman a luchar contra problemas sociales, lo cual permite mejorar la imagen corporativa y fomentar lazos con el entorno donde opera.

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
		- Convenios con IE, en la reducción de precios, es decir, descuentos.	

Nota. Se presenta el plan de acción para la dimensión de vinculación con la comunidad con el objetivo, estrategias, actividades y beneficio que tendrán las microempresas. Las presentes actividades pueden ser consideradas y aplicadas dependiendo de las necesidades de cada microempresa.

Cuidado y Preservación del Medioambiente

Las microempresas deben enfocarse en promover actividades que les permita conservar el medioambiente, partiendo del cuidado del ambiente interno de la empresa, en cuanto a la gestión de recursos para luego enfocarse a su alrededor o entorno en el que opera. Los negocios al considerar importante el factor ambiental permiten a su empresa brindar una imagen corporativa socialmente responsable.

Plan de acción elaborado en base a las actividades poco consideradas en el diagnóstico y debilidades que se les presentan al implementar responsabilidad social.

Tabla 32

Plan de acción de la dimensión Preservación del medioambiente

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
Disminuir el impacto ambiental y promover prácticas sostenibles	Gestionar los desechos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar prácticas de reciclaje, identificando los materiales que se pueden reciclar como papel, plásticos, metales, etc., para ser entregados a empresas o personas que se dedican a reciclar. ✓ Distribuir los desechos en sus tachos correspondientes en orgánicos e inorgánicos. ✓ Usar de manera adecuada los recursos materiales de la empresa por medio de: <ul style="list-style-type: none"> - Un inventario donde se incluyan los suministros, materia prima, equipo o productos utilizados. 	La empresa va a contribuir con la disminución de la contaminación, generando impacto positivo con el medioambiente, de tal manera que le permite reducir sus costos operativos, mejora su imagen corporativa y fomenta una conciencia socialmente responsable.
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ahorrar energía con la implementación de: <ul style="list-style-type: none"> - Focos ahorradores - Lámparas solares o paneles. ✓ Instalar dispositivos de bajo flujo que permiten 	

Objetivo	Estrategia	Actividad	Beneficio
		reducir la cantidad de agua utilizada. ✓ Evitar dejar recursos eléctricos encendidos cuando no se estén utilizando.	microempresas un ahorro significativo.
	Implementar fundas biodegradables	✓ Identificar proveedores de fundas biodegradables que cumplan con estándares de calidad. ✓ Informar a los clientes sobre la adopción de este tipo de fundas.	Al contar con ese tipo de fundas las microempresas se van a convertir en difusoras sobre el daño que la humanidad le está haciendo al medioambiente.

Nota. Se presenta el plan de acción para la dimensión de preservación del medioambiente con el objetivo, estrategias, actividades y beneficio que tendrán las microempresas. Las presentes actividades pueden ser consideradas y aplicadas dependiendo de las necesidades de cada microempresa.

8. Conclusiones

Una vez realizado el estudio de la implementación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las microempresas de Loja, se concluye que:

- ✓ Con el diagnóstico realizado en base a las cuatro dimensiones de responsabilidad social empresarial propuestas por la CEMEFI se pudo determinar que, la participación de las microempresas en la ciudad de Loja en ética empresarial es del 100%, calidad de vida 81,4% y preservación del medio ambiente con un 96,6% lo cual es bastante favorable, a diferencia de la dimensión que no está siendo aplicada de manera adecuada que es vinculación con la comunidad que tiene un 48,5% que no participan.
- ✓ Las microempresas de la ciudad de Loja en función de las cuatro dimensiones planteadas por la CEMEFI, enfrentan varios desafíos en la implementación de prácticas de responsabilidad social. En cuanto a ética empresarial, las dificultades más significativas son con el 40,6% desconocimiento en cómo desarrollar reglamentos internos y 11,9% limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales; calidad de vida en la empresa con un 18,8% en resistencia al cambio por parte de los trabajadores y 15,9% espacio e infraestructura limitada; vinculación con la comunidad se ve afectada por la falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios con un 55,7% y finalmente, en preservación del medio ambiente el 22,3% limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible.
- ✓ La guía de responsabilidad social empresarial propuesta en el presente trabajo busca potenciar la participación de las microempresas de la ciudad de Loja, por medio de prácticas socialmente responsables en función de las cuatro dimensiones planteadas por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad y preservación del medioambiente.

9. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda a los propietarios de las microempresas fortalecer su participación en la dimensión de vinculación con la comunidad debido a que esta no está siendo aplicada correctamente por las microempresas. Por lo tanto, es necesario que los microempresarios enfoquen su esfuerzo e interés en este ámbito, sin despreocuparse por la calidad de vida en la empresa, ética empresarial y preservación del medioambiente, puesto que, al considerar la implementación de las cuatro dimensiones, le permitirá a la empresa ser reconocida como una organización socialmente responsable, mejorar su imagen y reputación frente a sus trabajadores, clientes y comunidad en general.
- ✓ Ante los desafíos identificados que se presentan en la implementación de prácticas de RSE en las cuatro dimensiones de la CEMEFI, los propietarios deben considerar que la aplicación de actividades relacionadas a ética empresarial, calidad de vida, vinculación con la comunidad y preservación del medio ambiente se convierten en una estrategia de negocio que vuelve competitivo al mismo.
- ✓ Mediante la guía propuesta se recomienda a los propietarios tomar en cuenta las estrategias y actividades que se acoplen a sus funciones para implementar las dimensiones de RSE establecidas por la Cemefi dentro de la empresa y así se conviertan en organizaciones socialmente responsables.

10. Referencias Bibliográficas

- Acosta, C. (2017, octubre 27). *¿Por qué es importante la RSE?* ExpokNews.
<https://www.expoknews.com/por-que-es-importante-la-rse/>
- Ávila, A., y Cedeño, M. (18 de 07 de 2020). Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 6(3), 730-742. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539708>
- Banco Pichincha. (07 de 05 de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?*. *Pichincha.com*. <https://www.pichincha.com/blog/clasificacion-empresas-por-tamano>
- Biviano, E., Sosa, E., y García, A. (2020). *Calidad de vida en las microempresas de la ciudad de Puebla, como base para promover la responsabilidad social empresarial*. Repositorio de la Red Internacional De Investigadores En Competitividad:
<https://riico.net/index.php/riico/article/view/1867>
- Camacho, N. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]*. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4135/1/T1477-MBA-Camacho-Responsabilidad.pdf>
- Camerdata. (14 de 10 de 2021). *¿Qué son las actividades comerciales?*
<https://www.camerdata.es/blog/que-son-actividades-comerciales/>
- CEMEFI. (2012). *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*.
https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI] . (02 de 08 de 2022). *Fundamentos Empresa Socialmente Responsable* .
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.cemefi.org%2Fimages%2Fpdf%2FCIFBIBLIOTECA%2Fp20.pdf&psig=AOvVaw3WOZ47MB9pLH9FI>

vM2k3iX&ust=1719934385343000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAQQn5wMahcKEwjgvcKCIYaHAXUAAAAAHQAAAAAQBA

CERES. (2022). *¿Quiénes somos?* CERES Ecuador. <https://www.redceres.com/nosotros>

CERES. (2023). *55 Empresas recibieron el Distintivo ESR® Empresa Socialmente Responsable en Ecuador.* Redceres. <https://www.redceres.com/post/55-empresas-recibieron-el-distintivo-esr-empresa-socialmente-responsable-en-ecuador>

Cortés, J., y Flores, E. (2017). *LIBRO RESPONSABILIDAD SOCIAL.pdf.*

https://www.academia.edu/33598329/LIBRO_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_pdf

EIPYMES. (2021, agosto 27). *Ética empresarial, qué es y por qué es importante.* EIPYMES.

<https://eipymes.com/etica-empresarial-es-importante/>

Fernández, R. (2010, julio 6). *Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas.* Diario Responsable.

<https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

Fundación Integralia DKV. (15 de 09 de 2023). *Microempresas: definición y cómo funciona RR. HH.* Fundación Integralia DKV. <https://dkvintegralia.org/blog/microempresas-definicion-y-como-funciona-rr-hh/>

Gómez, J., y Fernández, L. (2007). *FORMACIÓN ACADÉMICA DEL ADMINISTRADOR, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LAS MIPYMES.* En *Las MIPYMES en Latinoamérica. Estudios e Investigaciones en la Organización Latinoamericana de Administración* (pp. 218-233). <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/274/109.htm>

Grupo Castilla (2024). *Responsabilidad social corporativa: qué es y por qué es importante.* <https://www.grupocastilla.es/responsabilidad-social-corporativa/>

- Hernández, M. Jesús., Grande, F., Fuentes, G., Pedrosa, C., Fuentes, A., Ruiz, M. del C., Garrido, M., & Velasco, M. del M. (2014). *Administración de empresas (2a. Ed.)*. Larousse - Ediciones Pirámide.
- <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1244/1/Hern%C3%A1ndez-administraci%C3%B3n%20de%20empresas%202da%20edici%C3%B3n.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill Education. ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Hernández, K., Méndez, A., y Ramos, I. (2021). *Mejora de imagen de micro y pequeñas empresas con la aplicación de responsabilidad social empresarial en el Salvador [Trabajo de Graduación]*. Universidad de El Salvador. .
- <https://oldri.ues.edu.sv/id/eprint/25193/>
- Invoicy. (05 de 04 de 2022). *Qué es una microempresa*. Invoicy.es.
- <https://invoicy.es/microempresa/>
- López, A. (2013). HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE PEQUEÑAS EMPRESAS: CASO MÉXICO. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*, 6(6), 39-54.
- https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2285755
- Mandomedio. (2021, noviembre 17). Calidad de vida en las organizaciones y compromiso laboral | Mandomedio. *Mandomedio.Com*. <https://mandomedio.com/blog/calidad-de-vida-en-las-organizaciones-y-compromiso-laboral/>
- Márquez, P., y Gómez, H. (2002). Microempresas de Barrio: ¿Negocio o Subsistencia? *Revista Venezolana de Gerencia*, 7(20), 608-622.
- <https://www.redalyc.org/pdf/290/29002006.pdf>
- Martínez, R., Vera, M., y Vera, J. (2015). Responsabilidad Social Empresarial En Las Pequeñas Empresas Constructoras De Puebla, Mexico. *Revista Global de Negocios*,

- 3(3), 31-41. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2658280
- Martínez, R., Vera, M., Vera, J., y González, J. (2016). GESTIÓN AMBIENTAL EMPRESARIAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS UBICADAS EN PUEBLA, MÉXICO. *Revista Global de Negocios*, 4(4), 53-64. <https://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n4-2016/RGN-V4N4-2016-4.pdf>
- Martínez, Y. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Escuela de Organización Industrial*. <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Medina, M. (2020). *La responsabilidad social empresarial en las pymes*. <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/425/1/La-responsabilidad-social-empresarial-en-las-pymes>
- Merejildo, T. (2023). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2022. [Tesis de Pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9310/1/UPSE-TAE-2023-0043.pdf>
- Ojeda, R., y Jiménez, O. (11 de 2011). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE SERVICIOS DE MÉRIDA, YUCATÁN. . *Tec Empresarial* , 5(3), 37-48. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3782853.pdf>
- Palomino, B., y López, G. (2019). Responsabilidad social de empresas de ecoturismo, normativa y política pública en ciudad de México. *JURÍDICAS CUC*, 15(1), 353-382. <https://doi.org/https://doi.org/10.17981/juridcuc.15.1.2019.14>
- Puentes, R., Antequera Solís, J. M., & Velasco Gámez, M. del M. (2008). La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. *Estableciendo puentes en una economía global, Vol. 2, 2008 (Comunicaciones)*,

ISBN 978-84-7356-556-1, pág. 48, 48.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740076>

RAE. (2023). *Definición de responsabilidad social corporativa—Diccionario panhispánico del español jurídico—RAE*. Diccionario panhispánico del español jurídico - Real Academia Española. <https://dpej.rae.es/lema/responsabilidad-social-corporativa>

Reyno, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial _rse_ Como Ventaja Competitiva*. https://www.google.com.ec/books/edition/Responsabilidad_Social_Empresarial_rse_/C/KLvGEqV5JXIC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Responsabilidad+Social+Empresarial+_rse_+Como+Ventaja+Competitiva&printsec=frontcover

Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. CENGAGE Learning. ISBN: 978-607-481-827-7

Sánchez, J. (2015, diciembre 2). *Descubre qué es una empresa: Definición sencilla, tipos y ejemplos*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Sarmiento, B., Puquio, A., García, N., Bringas, I., y Ruíz, K. (2023). *Ética Empresarial y Responsabilidad Social Empresarial en las MYPES en el Perú*. Revista Lidera - Facultad de Ciencias Contables PUCP. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/28545/26311>

Schwalb, M., y García, E. (2003). *EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO SOCIAL DE LAS EMPRESAS: historia y enfoques*. <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1035/DT-58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villacís, C., Suarez, Y., y Guillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833426>

Vinle . (08 de 02 de 2023). *Actividad comercial: ¿Qué acciones debo tener en cuenta?*.

Vinle . <https://vinle.com/actividad-comercial-que-acciones-debo-tener-en-cuenta/>

Vives, A., Corral, A., y Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Ikei.

https://www.researchgate.net/publication/33554003_Responsabilidad_Social_de_la_Empresa_en_las_PyMEs_de_Latinoamerica

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta a propietarios de microempresas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: La Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja.

Objetivo: La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información sobre la incorporación de la responsabilidad social en los negocios, por lo que le solicito me colabore muy comedidamente con la presente encuesta. Toda la información obtenida es de suma confidencialidad y se usará específicamente para fines académicos.

Información básica de la empresa

Actividad de la empresa

Manufactura ___

Comercio ___

Servicio ___

Tiempo en el mercado (años en números)

Personal de trabajo (número de personas que laboran en el negocio)

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. ¿Conoce usted sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Si ___ No ___ En parte ___

2. ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia la Responsabilidad Social?

Cuidado y preservación del medio ambiente ___

Generar utilidades en la empresa ___

Brindar una buena calidad de vida en la empresa ___

Actuar con ética ___

Contribuir al desarrollo de la comunidad ___

3. ¿Cómo califica usted la importancia de participación de los negocios en las dimensiones de responsabilidad social empresarial?

Dimensiones	Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Ética empresarial					
Calidad de vida en la empresa					
Vinculación con la comunidad					
Cuidado y preservación del medio ambiente					

Ética empresarial

4. ¿Cuán importante considera la ética para el éxito de su empresa?

Nada importante___ Poco importante___ Neutral___ Importante___ Muy importante___

5. ¿Qué prácticas lleva a cabo para promover la ética dentro de su empresa?

Cuenta con un código de ética ___

Previene negocios ilícitos ___

Realiza capacitaciones en temas éticos con sus trabajadores ___

Paga impuestos puntualmente ___

Desarrolla un trabajo justo con los empleados ___

Ninguna ___

6. ¿Qué desafíos enfrenta al momento de aplicar prácticas éticas?

Falta de recursos para optar por medidas de control interno ___

Desconoce cómo desarrollar reglamentos internos ___

Falta de interés ___

Ninguna ___

Calidad de vida en la empresa

7. ¿Cuán importante considera la calidad de vida de sus trabajadores para el éxito de su empresa?

Nada importante___ Poco importante___ Neutral___ Importante___ Muy importante___

8. ¿Qué acciones realiza para mejorar la calidad de vida laboral de sus empleados?

Ofrece remuneraciones adecuadas ___

Realiza programas de bienestar y salud ___

Fomenta la diversidad e inclusión al contratar personal ___

Emplea horarios de trabajo flexible ___

Apoya al desarrollo profesional de su personal ___

Brinda un clima laboral adecuado ___

Mantiene buena comunicación con el personal ___

Reconocimientos ___

Ninguna ___

9. ¿Qué desafíos enfrenta su empresa al garantizar una buena calidad de vida laboral para sus trabajadores?

Limitados recursos para ofrecer beneficios adicionales ___

Dificultad para equilibrar el trabajo y vida personal de los empleados ___

Resistencia al cambio por parte de los trabajadores ___

Espacio e infraestructura limitada ___

Falta de interés ___

No cuenta con personal (negocio familiar o personal) ___

Ninguna ___

Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo

10. ¿Qué actividades permiten que su empresa se relacione con la comunidad donde opera?

- Contrata a proveedores locales ____
- Realiza donaciones o patrocinios ____
- Participa en actividades de voluntariado ____
- Apoyo iniciativas educativas ____
- Participa en eventos culturales ____
- Atiende a grupos vulnerables (asilos, orfanatos, etc.) ____
- Ninguna ____
- Otra ____

11. De acuerdo a la pregunta anterior califique del 1 al 5, ¿Cuánto frecuentemente su empresa participa en actividades de responsabilidad social que beneficien a la comunidad local?

- (1) Nunca ____ (2) Muy raro ____ (3) Algunas veces ____ (4) Regularmente ____ (5) Siempre ____

12. ¿Qué desafíos enfrenta al momento de participar en actividades de responsabilidad social con la comunidad?

- Limitados recursos para apoyar proyectos sociales ____
- Falta de tiempo para organizar o participar en eventos comunitarios ____
- No sabe cómo contribuir al desarrollo comunitario ____
- Ninguna ____

Cuidado y preservación del medioambiente

13. ¿Qué acciones lleva a cabo su empresa para preservar el medio ambiente en sus actividades?

- Disminución de residuos (orgánicos, papel, cartón, plásticos) ____
- Ahorra energía y agua ____
- Recicla ____
- Participa en campañas de reforestación ____
- Apoya acciones de cuidado del medioambiente ____
- Ninguna ____

14. ¿Considera que las microempresas en Loja son ambientalmente responsables?

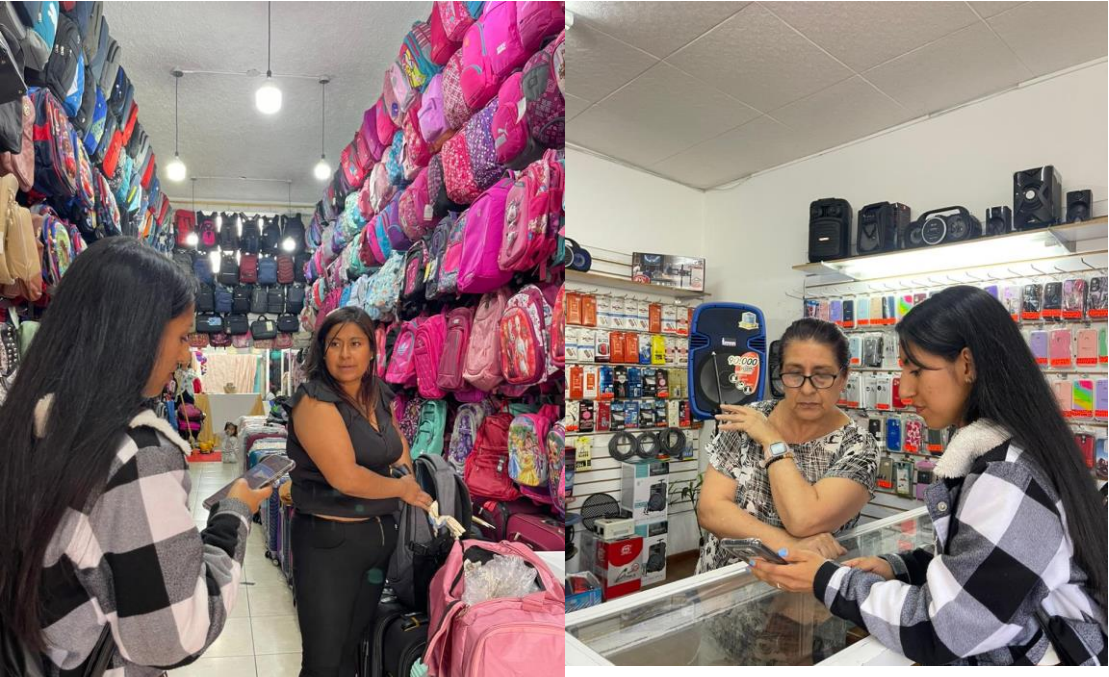
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

15. ¿Qué desafío enfrenta al poner en práctica actividades que le permitan ser ambientalmente responsable?

- Limitados recursos para apoyar acciones y adoptar tecnología sostenible ____
- Espacio limitado para implementar medidas ambientales ____
- Desconoce cómo desarrollar prácticas ambientales ____
- Falta de interés ____
- Ninguna ____

¡Gracias, por su colaboración!

Anexo 2
Aplicación de encuestas





Anexo 3

Entrega de guía a microempresarios

Vinculación con la comunidad

La vinculación de la empresa con la comunidad permite que se sumerja en el combate a problemas sociales que se encuentran en el entorno donde opera.

Objetivo: Generar vínculos y contribuir al desarrollo de la comunidad.

Estrategia	Actividad
Alanzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Patrocinar eventos culturales, deportivos o educativos. ✓ Contribuir con donaciones ya sea económicas o materiales. ✓ Realizar actividades de voluntariado para atender grupos vulnerables de la ciudad de Loja como niños. ✓ Participar en programas educativos o culturales. <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar estudiantes de prácticas (profesionales) - Ofrecer apoyo a instituciones educativas por medio de charlas con temas de interés para los estudiantes.

Preservación del medioambiente

Las microempresas deben enfocarse en promover actividades que les permita conservar el medioambiente, lo que les ayuda a brindar una imagen corporativa socialmente responsable.

Objetivo: Disminuir el impacto ambiental y promover prácticas sostenibles.

Estrategia	Actividad
Gestionar los desechos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar prácticas de reciclaje. ✓ Distribuir los desechos en sus tachos correspondientes. ✓ Usar de manera adecuada los recursos de las microempresas.
Optimizar los recursos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ahorrar energía con la implementación de: <ul style="list-style-type: none"> - Focos ahorradores - Lámparas solares o paneles. ✓ Instalar dispositivos de bajo flujo que permitan reducir la cantidad de agua utilizada. ✓ Evitar dejar recursos (eléctricos) encendidos.
Implementar fundas biodegradables	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar a proveedores de fundas biodegradables que cumplan con estándares de calidad. ✓ Informar a los clientes sobre la adopción de este tipo de fundas.

«Crear un negocio fuerte y construir un mundo mejor no son metas contradictorias: ambas son ingredientes indispensables para el éxito a largo plazo»

William Clay Ford Jr

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para encontrar la información completa de la guía escanee el siguiente código.

GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un pilar fundamental en la manera de crear negocios, la cual pretende que no busquen solo el beneficio propio sino también que fomenten el desarrollo social y bienestar ambiental.

La guía contempla cuatro dimensiones o líneas estratégicas de Responsabilidad Social Empresarial propuestas por la CEMEFI como ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medioambiente.

OBJETIVO

El objetivo de la guía de responsabilidad social es:

- Brindar una guía para que los microempresarios de la ciudad de Loja implementen Responsabilidad Social Empresarial y así logren potenciar las actividades de la empresa en función de las cuatro líneas estratégicas.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA

Está dirigida a las microempresas de la ciudad de Loja, que buscan comprometerse, cumplir y promover la importancia de RSE entre las partes interesadas (grupos de interés o stakeholders).

ENCARGADO

Los encargados de poner en práctica la guía son los propietarios o directivos de la entidad correspondiente.

PARTES INTERESADAS

- Proprietarios/Gerente
- Empleados
- Proveedores
- Clientes
- Sociedad
- Medioambiente
- Gobierno

¿QUÉ ES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

Es el compromiso que asumen las organizaciones con la finalidad de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, social y ambiental, demostrando respeto por los valores éticos, las personas, comunidades y medio ambiente.

BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE RSE

Implementar responsabilidad social empresarial en las organizaciones trae varios beneficios, que permiten a la empresa ser socialmente responsable, esto son:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS O DIMENSIONES

El Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI) propone cuatro dimensiones que permiten a los empresarios identificar las áreas clave de RSE en las que debe enfocarse para ser socialmente responsable, estas son:

- Ética empresarial
- Calidad de vida en la empresa
- Vinculación con la comunidad
- Preservación del medioambiente

¿QUÉ PUEDEN HACER?

Ética empresarial

Busca contar con valores, normas y principios que guíen a las organizaciones para realizar sus operaciones de manera honesta y transparente.

Objetivo: Garantizar una cultura empresarial basada en la ética para generar confianza y mejorar la reputación del negocio.

Estrategia	Actividad
Elaborar un código de ética	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar un código de ética. ✓ Socializar el código de ética con los empleados.
Establecer políticas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantear políticas antisoborno, anticorrupción y de comportamiento ético que permitan a la empresa mostrar una imagen transparente y honesta. ✓ Socializar las políticas con los empleados.
Realizar capacitaciones sobre ética	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programar talleres sobre ética. ✓ Fomentar la participación de directivo y empleados.

Calidad de vida en la empresa

Se encarga de brindar un área de trabajo adecuada que permita a los trabajadores sentirse satisfechos y motivados para desarrollar sus actividades, en base a esto los empleados serán más productivos y la empresa será más competitiva.

Objetivo: Garantizar buena calidad de vida para mejorar el bienestar y satisfacción laboral de los empleados.

Estrategia	Actividad
Elaborar de	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer políticas de horarios flexibles ✓ Crear
programas de bienestar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar actividades de salud física y mental ✓ Programar actividades en equipo ✓ Fomentar la participación de todo el personal
mejorar las condiciones físicas y ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar o adecuar el entorno laboral de la empresa con: <ul style="list-style-type: none"> - Áreas de descanso - Habilitar espacios ✓ Verificar que el área de trabajo se encuentre en adecuadas condiciones ✓ Programar reuniones para evaluar la satisfacción laboral.
Analizar causas de insatisfacción de los empleados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programar reuniones para identificar problemas, solicitar sugerencias o opiniones. ✓ Enviar cuestionarios por medios formales como OnePoll
Brindar beneficios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar reconocimientos en función del desempeño del empleado, por ejemplo: mejor empleado del mes, por brindar buena atención al cliente. ✓ Cumplir con la ley, por medio de la adecuada remuneración a sus trabajadores. ✓ Motivar y apoyar a los trabajadores en su formación y desarrollo profesional.

Anexo 4

Certificado de traducción de resumen

CERT. N.2.1-2025

Loja, 27 de enero de 2025.

La suscrita Raquel Alexandra Valdivieso Vidal

Lic. en Ciencias de la Educación, mención Inglés.

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que la señorita **Karen Ivonne Vasquez Paltin**, con cédula de identidad número **1105090326**, estudiante de la Carrera de Economía de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del resumen del trabajo de Integración Curricular denominado **“La Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas de la ciudad de Loja”**.

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo el interesado hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



Raquel Alexandra Valdivieso Vidal

Licenciada en Ciencias de la Educación, Mención Inglés.

Número de Registro Senescyt: *1031-15-1391598*