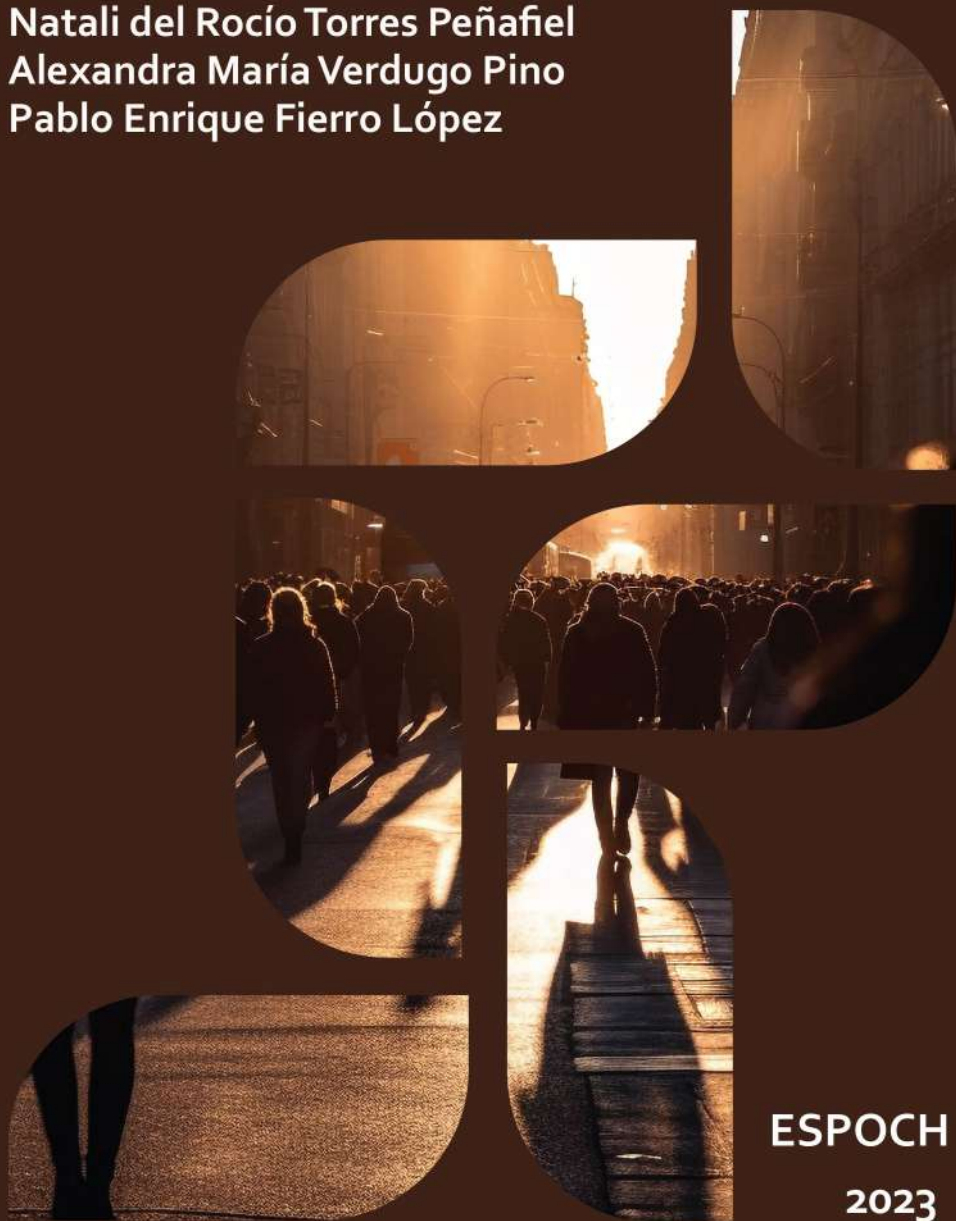


# Desarrollo económico local con responsabilidad social corporativa

Natali del Rocío Torres Peñafiel  
Alexandra María Verdugo Pino  
Pablo Enrique Fierro López



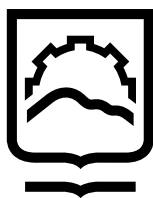
ESPOCH  
2023

**DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL  
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

# DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

---

Natali del Rocío Torres Peñafiel  
Alexandra María Verduga Pino  
Pablo Enrique Fierro López



**Dirección de  
Publicaciones**



**epoch**

**Desarrollo económico local y responsabilidad social  
corporativa**

© 2023 Natali del Rocío Torres Peñafiel, Alexandra María

Verduga Pino, Pablo Enrique Fierro López

© 2023 Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Panamericana Sur, kilómetro 1 ½  
Instituto de Investigaciones  
Dirección de Publicaciones Científicas  
Riobamba, Ecuador  
Teléfono: 593 (03) 2 998-200  
Código Postal: EC0600155

Aval ESPOCH

Este libro se sometió a arbitraje bajo el sistema de doble ciego  
(*peer review*)

Corrección y diseño:  
La Caracola Editores

Impreso en Ecuador

Prohibida la reproducción de este libro, por cualquier medio,  
sin la previa autorización por escrito de los propietarios del  
*Copyright*

CDU: 332 + 658

Desarrollo económico local y responsabilidad social  
corporativa

Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Dirección de Publicaciones, año 2023

168 pp. vol: 17,6 x 25 cm

ISBN: 978-9942-45-144-6

1. Economía local
2. Administración de empresas



## **AGRADECIMIENTO**

Esta obra recoge sueños, ilusiones y sobre todo la esperanza de aportar al Desarrollo Económico Local del Cantón Riobamba, a través del planteamiento de lineamientos que abordan como eje transversal a la Responsabilidad Social Corporativa, los autores, agradecemos a la Academia por promover la investigación científica, y permitirnos contribuir con la sociedad a través de los resultados que presentamos. Agradecemos también a nuestros queridos estudiantes que son la inspiración para creer en los cambios positivos del mañana.

Los autores.

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>DESARROLLO ECONOMICO LOCAL .....</b>	<b>8</b>
1.1. Desarrollo Económico Local .....	8
<b>CAPITULO II</b>	
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .....</b>	<b>32</b>
2.1. Responsabilidad Social Corporativa .....	32
2.2. La responsabilidad Social Corporativa en Ecuador .....	48
2.3. Influencia de los Actores .....	57
<b>CAPITULO III</b>	
<b>VARIABLES DE DESARROLLO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .....</b>	<b>73</b>
3.1. Planteamiento de variables .....	73
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>SECTOR EMPRESARIAL EN EL CANTÓN RIOBAMBA .....</b>	<b>86</b>
4.1. Antecedentes .....	86
4.2. Diagnóstico situacional .....	88
<b>CAPITULO V</b>	
<b>LINEAMIENTOS DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .....</b>	<b>133</b>
5.1. Variable: Turismo .....	136
5.2. Variable: Asociatividad .....	139
5.3. Variable: Alianzas Publico-Privadas .....	140
5.4. Variable: Comercio .....	143
5.5. Variable: Agroindustrial .....	146
5.6. Variable: Centro de acopio .....	149
5.7. Variable: Tecnología .....	151
5.8. Variable: Ferias Inclusivas .....	154
Referencias .....	158

## INTRODUCCIÓN

La presente obra titulada “DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA”, es parte de los resultados del Proyecto de Investigación “Lineamientos para fomentar el Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo” de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH, ejecutado durante el año 2020; esta investigación aborda una profunda revisión bibliográfica que nace de la recolección de información que fundamenta científicamente las variables objeto de estudio para luego diagnosticar la situación actual del caso en análisis, que corresponde al sector empresarial en el cantón Riobamba, para proponer soluciones óptimas que dinamicen la economía en la localidad y además puedan ser replicadas en cantones de similares características a nivel nacional e internacional.

A través de siete capítulos, los autores, presentan la posibilidad de que las empresas pueden contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa e impulsar el desarrollo económico local y nacional. Es importante considerar que la Responsabilidad Social Corporativa se refleja en la salud material y económica de una comunidad, de un estado o de un país.

En el Capítulo I, se desagrega y define a la variable Desarrollo Económico Local, con la finalidad de comprender que se basa y sustenta esencialmente de la capacidad para introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio.

En el Capítulo II, se aborda la segunda variable objeto de estudio en esta investigación, que es la Responsabilidad Social Corporativa RSC; aunque se suele hacer más hincapié en los aspectos sociales y medioambientales de la RSC, los autores de la obra también abordan las buenas prácticas tienen un componente claramente económico con acciones que en ciertos casos tienen efectos a largo plazo. Además, se presenta al lector, deductivamente las experiencias de Responsabilidad Social Corporativa en Ecuador, así también como las organizaciones más representativas que a nivel nacional han asumido este tipo de prácticas y han contribuido con el desarrollo económico del país.

El análisis del papel que juegan los actores locales para promover el Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa se aborda también

en este capítulo, en esta sección se contempla la importancia de la intervención y participación de los organismos públicos y privados a través de las decisiones y ejecución de políticas locales, considerando que la concepción de participación, integración y promoción de iniciativas de desarrollo, se constituyen en una nueva alternativa para lograr el desarrollo económico local, sin dejar de lado las características de la globalización y los resultados que presupone el mismo.

Luego de la revisión Bibliográfica, que antecede, en el Capítulo III se identifican y definen ocho variables o dimensiones del Desarrollo Económico Local con RSC, que más adelante sirven de base para establecer un diagnóstico sistémico estructurado y plantear los lineamientos previstos.

En el Capítulo IV, se analiza el caso objeto de estudio seleccionado, que es el Cantón Riobamba, se inicia con un breve análisis de la línea base para luego presentar el cuestionario o constructo que es un aporte científico práctico de esta investigación, el cual fue elaborado considerando las ocho variables abordadas en el capítulo anterior para ser aplicado en las empresas a través de la selección de una muestra probabilística estratificada, concluyendo así este apartado con la interpretación de los datos obtenidos.

En el Capítulo V, se presenta el resultado de la investigación a través del planteamiento de los Lineamientos de Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa para el caso objeto de estudio que es el Sector Empresarial del Cantón Riobamba; esta propuesta se sustenta y relaciona con toda la información recabada en los capítulos anteriores, pues se desarrolla cada lineamiento en base a las variables, además se presenta el objetivo, acciones e indicadores por cada uno de ellos, con la finalidad de que el sector empresarial tenga un alternativa positiva de desarrollo y evolución promoviendo también los aspectos sociales y ambientales.

## CAPITULO I

### DESARROLLO ECONOMICO LOCAL

#### 1.1. DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

El término desarrollo ha venido a lo largo de la historia, aparece por primera vez en un documento público en la primera declaración interaliada de 1941 y en la carta de atlántico del mismo año. Luego se reafirmó en la conferencia de san francisco en 1945 que dio origen a la Organización de Naciones Unidas (ONU). (Becerra & Pino, 2005)

Entre las décadas de los años 50 y 70 se crearon una serie de teorías sobre el desarrollo y subdesarrollo, en algunas de estas teorías se definían a los países latinoamericanos como subdesarrollados especializados en la exportación de materia prima, y, a su vez a Europa y Estados Unidos se los consideraba como desarrollados por ser especializados en la producción industria, tecnológico y el manejo de las inversiones. En este sentido a continuación en la tabla 1.1 se presenta los enfoques de desarrollo y su evolución a través del tiempo.

Tabla .1.1  
Enfoques De Desarrollo

<b>Enfoque de desarrollo</b>	<b>Definición</b>
Desarrollo social (1980)	Se consideraba al crecimiento económico, como el principal medio para reducir la pobreza y mejorar la calidad la vida.
Desarrollo sostenible (1987)	Esta se define como la capacidad orientada a asegurar la satisfacción del presente sin afectar las futuras generaciones
Desarrollo humano (1990)	Se fundamenta en el ser humano, considerando sus capacidades y su bienestar. Señalando que el desarrollo no solo debe enfocar al crecimiento económico. Busca Equidad (oportunidades entre hombres y mujeres, entre países y generaciones) y sustentabilidad (aspiraciones éticas de asegurar la igualdad de oportunidades, garantizando la supervivencia del planeta y sus habitantes
Desarrollo emprendedor (1993)	Centrado en la promoción de las personas como las aptitudes y competencias empresariales

Fuente: (Durán, 2019)

En 1951, se evidenció una gran contribución al desarrollo de Centroamérica, pues varias propuestas intelectuales y el apoyo técnico de la comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) fueron protagonistas de este. Esta organización busca acceder a mayores niveles de desarrollo. Además, la CEPAL propuso echar las bases de modernización económica mediante políticas públicas activas y la asociación de mercados basados en acuerdos bilaterales que permitieron la existencia y expansión de nuevas actividades productivas e industriales.

El desarrollo está vinculado a la necesidad de incorporar la igualdad y sostenibilidad ambiental en el eje de todas las políticas de desarrollo económico de los países que lo conforman. Es fundamental desarrollar las capacidades productivas, humanas y tecnológicas que permiten alcanzar un posicionamiento en el mercado. La CEPAL, ayuda a impulsar la industrialización mediante la sustitución de importaciones, el comercio intrarregional y la innovación. (Martínez, 2019), esto permite que los países establezcan sus horizontes hacia el impulso del desarrollo.

El Desarrollo como tal, en algún momento, fue comprendido como el enriquecimiento de materiales, es decir, el incremento de la producción de bienes y servicios. Mientras que, en la actualidad busca que una comunidad progrese y crezca económicamente, social, cultural y políticamente. “Esencialmente, hay dos formas básicas de pensar en el desarrollo, como mejoras en las condiciones de vida, junto a los cambios necesarios para su realización” (Márquez, Soto, & Záyago, 2012).

Es muy importante conocer el desarrollo, para poder tomar decisiones sobre la económica de un país o región, pues surge a través de ideas, estrategias, proyectos y alternativas relacionadas con el ámbito político, económico y social. Esto significa que la población tenga oportunidades de empleo y satisfacción de sus necesidades primordiales, utilizando las tecnologías, alianzas e inversiones tanto internas o externas del país.

En este sentido, para llegar al desarrollo de un estado, economía o nación, no solo tiene que ver con la economía de un mercado ni con la economía planificada, sino en la combinación de los dos sistemas económicos, con la finalidad de que los elementos de la economía no solo estén a manos del sector privado o público y se evidencie un desarrollo sostenible. (Perez, 2015)

El desarrollo, siempre ha buscado mitigar la pobreza realizando nuevas estrategias o alianzas para generar el progreso económico en una sociedad, lo que

influye directamente en la producción total y la equidad de los países que se encuentran en vías de desarrollo. Para el efecto, el país debe tener un desarrollo territorial que fortalezca a una estructura nacional donde se proponga establecer polos de diferentes provincias para cerrar brechas la desigualdad y pobreza, esto implica también, alcanzar el desarrollo regional, el desarrollo local, el desarrollo descentralizado y por último al desarrollo humano.

Entendiendo que el desarrollo involucra a todos los territorios, es necesario que exista entre los mismos una relación de colaboración e intercambios que configuren a nivel local e internacional, con una cultura de colaboración entre personas y el entorno apropiado para la innovación y creatividad. Por ello, el desarrollo se mostrará siempre como un proceso local, endógeno, descentralizado y continuo o discontinuo sobre el territorio.

### 1.1.1. Organizaciones que contribuyen al desarrollo de Países

Las organizaciones o alianzas nacionales e internacionales se establecen para fomentar la cooperación y la integración política y economía, a su vez el dialogo entre estados o entidades de un mismo límite geográfico o geopolítico. Estas se agrupan con países que mantienen aspectos en común como el desarrollo, cultura e historia, con la finalidad de promover tratados o convenios para el desarrollo de los miembros.

Una de las organizaciones internacionales más importantes en la actualidad, es la Unión Europea (UE), este organismo ha ayudado a fomentar un desarrollo a nivel particular y global, impulsando el desarrollo de muchos países con la integración política y sobre todo en aspectos económicos ya que se considera una de las economías más avanzadas en el mundo; es evidente que con el paso de los años ha evolucionado desde un mercado común hasta una unión económica y monetaria. Entre sus principales características este organismo posee un arancel aduanero común frente a terceros países, con una libre circulación de personas, mercancías y capitales.

La UE ha contribuido con el desarrollo de cada uno de los países que son miembros, favoreciéndole con proyectos, estrategias y tratados que benefician tanto a empresas como a su población. Entre los beneficios más importantes se tiene:

1. Un espacio de libertadores: en donde la norma es la tolerancia y el respeto entre personas. es demócrata en cuanto a las elecciones de sus gober-

nantes, además existe independencia entre los poderes ejecutivos, legislativos y judiciales.

2. Libre circulación: esto significa viajar sin fronteras, debido a que la población puede movilizarse con libertad y sin exigencia de permisos de trabajo o residencia por cualquiera de sus 27 países miembros.
3. Trabajar y vivir en el extranjero: la UE brinda beneficios para que la población interesada pueda vivir o trabajar en otro país sin necesidad de un permiso laboral, además existe el apoyo para encontrar fácilmente empleo con el servicio de EURES<sup>1</sup>, permitiendo conocer nuevas culturas, ampliando tus horizontes y tener más posibilidad de empleo mejorando la calidad de vida
4. Atención médica en todos los países: los ciudadanos de los países miembros cuentan con una Tarjeta Sanitaria Europea con la finalidad de recibir asistencia médica en cualquier país de la UE con las mismas condiciones, seguridades y garantías de su país de origen.
5. Disfrutar del mercado común: tiene como objetivo permitir que cada uno de los ciudadanos puedan estudiar, vivir, comprar, trabajar y jubilarse en cualquier en cualquier país que forme parte de la UE, además garantizando la libre circulación de mercancías, servicios y capitales en el interior de la UE.
6. Normas medioambientales: todos los países miembros deben cumplir con las normas de certificación EMAS<sup>2</sup>, etiquetas energéticas, requisitos de diseño ecológico y solicitar la etiqueta ecológica de la UE. (Comision Europea, 2019)

Todas las ventajas mencionadas anteriormente contribuyen al desarrollo de los países que conforman la UE brindando una mejor calidad de vida entre ellos, eliminando la desigualdad entre género y cultura otorgando derechos sociales y laborales.

---

1 En 1994 se puso en marcha EURES, la red de cooperación europea de servicios de empleo diseñada para facilitar la libre circulación de los trabajadores. La red ha trabajado siempre intensamente para garantizar la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos europeos

2 EMAS es el acrónimo de Eco-Management and Audit Scheme. Se trata de un instrumento de gestión ambiental para empresas y otras organizaciones, de aplicación voluntaria, que permite evaluar el impacto ambiental, mejorarlo en términos cualitativos y cuantitativos y declararlo de forma oficial y transparente.



Por otro lado, en América latina están presentes organismos como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) que han contribuido con el desarrollo económico de todos los países miembros.

CEPAL es una organización que promueve el desarrollo económico y social mediante la cooperación y la integración a nivel regional y subregional. Entre sus funciones principales se tiene la recolección, organización, interpretación y difusión de información y datos relacionados al desarrollo económico y social de la región. Promoviendo actividades y proyectos de cooperación técnica, teniendo en cuenta las necesidades y prioridades para la ejecución de los proyectos. (CEPAL, 2017)

Los tratados que han llevado a cabo para beneficiar el desarrollo están vinculados estrechamente a la protección de los derechos humanos, igualdad de género, sostenibilidad ambiental y prevención del terrorismo.

Por su parte, MERCOSUR es una organización donde busca proporcionar oportunidades comerciales y de inversión a través de una integración competitiva de economías nacionales al mercado internacional. Mercosur desde los inicios ha buscado promover los pilares fundamentados, como los principios de democracia y desarrollo económico. Esta organización ha brindado múltiples acuerdos en el ámbito laboral, cultural, social, comercial y político. (MERCOSUR, 2016)

Entre las ventajas que proporciona esta organización a sus países miembros se tiene: libre circulación de bienes, servicios y factores productivos, un arancel común externo, libre circulación de los ciudadanos, coordinación de políticas macroeconómicas. Además, este organismo internacional ha contribuido al desarrollo, a través de la gestión de varios tratados y convenios:

- Acuerdo para la facilidad de actividades empresariales en el Mercosur
- Tratado para la constitución de un mercado común
- Acuerdo macro sobre el medio ambiente del Mercosur
- Acuerdo para la creación de un área de libre comercio entre Mercosur y Sudáfrica
- Acuerdo marco interregional de cooperación entre el mercado común y la comunidad Europea.

El desarrollo económico se puede evidenciar bajo el accionar de varios factores como: los modelos económicos, políticas, gobernantes y recursos naturales que posee un país. Sin embargo, en América existen dos grandes brechas en cuanto al desarrollo, por un lado, se tiene a Estados Unidos, un país donde se han establecido normas, estrategias, proyectos, políticas y recursos para mejorar calidad de vida de los ciudadanos; pues, aprovechando todos los recursos naturales que posee, los industrializa para así ser uno de los países con más exportaciones a nivel mundial a su vez impulsa a la innovación en los emprendimientos e invierte en la salud y educación para que sean personas más competitivas y puedan acceder a mejores ingresos. Por otro lado, se tiene el caso de Ecuador, un país en el que no se ha tomado medidas adecuadas y los gobernantes han optado por modelos económicos equívocos que no han impulsado su desarrollo económico y social, pues, a pesar de ser un país rico en recursos naturales no se ha promovido la industrialización y solo se ha aprovechado la materia prima, un claro ejemplo es la producción de petróleo, siendo este uno de los rubros más representativos en las exportaciones, de igual manera en el país existe predominancia del trabajo informal, siendo esto una clara evidencia de subdesarrollo.

### 1.1.2. Desarrollo económico

El desarrollo económico es fundamental en una sociedad, por lo que, es necesario comprender el significado de una economía y sus fines. La economía es una ciencia social que estudia el modo de administrar recursos disponibles para satisfacer las ilimitadas necesidades humanas. Sin embargo se contempla la importancia de abordar esta definición desde varios puntos de vista, según varios autores o expertos en la materia:

(Skousen , 1994) describió que la economía “es el estudio de como los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas”

Según (Samuelson & Nordhaus, 2006) afirma que “el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos”

Estas definiciones abordan la importancia de comprender que en el mundo existen recursos escasos y cuando no se puede acceder a ellos, es necesario administrar los bienes o servicios para conseguir lo que hace falta. Por ende, la economía envuelve a todos los individuos, organizaciones y estados que los involucra,

y su fin principal radica en buscar mejorar las condiciones de vida de las personas en una sociedad, utilizando las actividades económicas en todas sus etapas como: primaria, secundaria, terciaria y cuaternaria relacionadas con procesos de producción de bienes o servicios.

Al conocer la importancia que tiene la economía en el desarrollo se puede determinar que la economía ha ido evolucionando según los pensamientos e ideas de economistas, políticos o gobernantes.

Al surgimiento del desarrollo económico, con la aparición del keynesianismo favorece a las teorías del desarrollo por cuanto al rompimiento de la visión mono económica del neoclasicismo respecto a la existencia de una única situación de pleno empleo. El keynesianismo reintrodujo en el análisis económico una perspectiva dinámica y macroeconómica frente al análisis estático y microeconómico característico del pensamiento neoclásico. (Mora , 2006)

Esto deriva a la economía en dos áreas, la microeconomía que se encarga del estudio de un ente económico; y la macroeconomía que estudia los grandes agregados económicos como: nivel de producción, nivel de empleo y nivel de precios.

Es importante aclarar que al hablar de desarrollo económico no se debe confundir con el crecimiento económico, pues son dos variables diferentes.

El crecimiento económico, es el aumento real de una economía en el paso del tiempo, este crecimiento se mide a través del Producto Interno Bruto (PIB), que es uno de los indicadores más comunes utilizados en el análisis de la macroeconomía cuantitativa en el desenvolvimiento en un país. También se tiene indicadores como: per cápita, de apertura, comercio exterior, producción de bienes y servicios, ahorro e inversión neta en los avances tecnológicos.

El crecimiento es un concepto que permite entender en términos de desenvolvimiento de la economía en una nación, para realizar comparaciones con periodos específicos, estos se los puede realizar variables económicas anual.

Las formas de medir el crecimiento son:

Producto Interno Bruto (PIB): es un indicador económico que utiliza un país para conocer el valor económico que tiene de todos los bienes y servicios al finalizar un periodo determinado.

Producción sectorial: también conocidos como los sectores de actividades económicas, que se establece de acuerdo con cada función o tipo de producción productivo.

- Sector primario agrícola y ganadero: en esta actividad económica se obtiene el producto directamente de los recursos naturales transformados en materias primas no elaboradas y estas a su vez son destinadas a empresas de industrias.
- Sector secundario o industrial: comprende actividades económicas de un país, directamente relacionadas con la extracción y transformación de materia prima en bienes o mercancías.
- Sector terciario: en este sector se incluyen todas las actividades que no producen mercancía, pero se encargan de hacer llegar los bienes o servicios al mercado. Los servicios vinculados directamente son el transporte, servicios financieros, servicios de educación y fortalecimientos de industriales hoteleras para el turismo,
- Sector cuaternario o sector de información: en este sector surge la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+I).
- El sector quinario: son las actividades tradicionales de servicios, el rol principal de este sector es el desempeño a las industrias culturales y de entretenimiento, la educación o la sanidad. (Retos Supply Chain, 2017)

A continuación, se aborda brevemente algunas de las variables más utilizadas en correspondencia al desarrollo económico de un país:

**Productividad económica:** se refiere a la relación entre los recursos empleados con la cantidad de productos obtenidos en la producción, este indicador ayuda a determinar la eficiencia productiva.

**Ingreso nacional:** se toma en cuenta todos los salarios de los trabajadores, ganancias de las empresas, rentas, intereses, utilidades y dividendos de capital.

**Nivel de empleo:** este indicador mide entre la población ocupada con la población económicamente activa, para determinar el grado de fuerza de trabajo en la economía de la producción.

Estas variables mencionadas sirven para medir el crecimiento económico en un país y ayuda a tomar decisiones e implementar estrategias para que pueda obtener un desarrollo garantizando una mejor calidad de vida para una sociedad, para el efecto también es importante considerar los puntos críticos, en este sentido, según (Moran , 2015) estos son los factores que afectan el crecimiento económico:

- Crecimiento demográfico
- Factores políticos y sociales
- Progreso tecnológico
- Propiedad privada
- Mercado financiero
- Gastos de gobierno en infraestructura
- Estabilidad macroeconómica
- Apertura económica

Bajo estas consideraciones, el desarrollo económico se concibe como el proceso mediante los países pasan de un estado atrasado de su economía a un estado avanzado de la misma, este nivel alcanzado de desarrollo representa mejores niveles de vida para la población en su conjunto, tiene como consecuencia que los niveles de vida se vayan mejorando día a día, lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos.

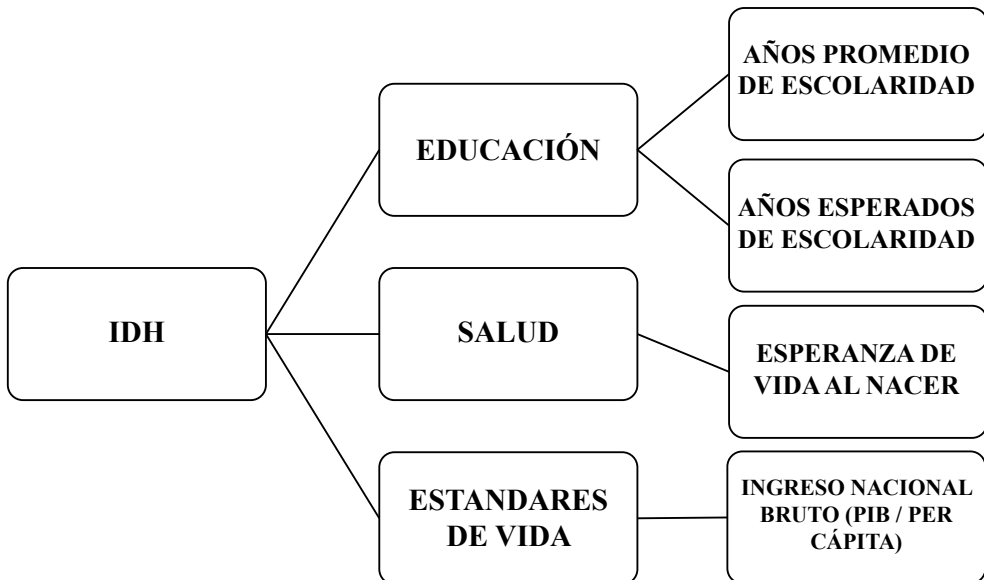
El desarrollo económico de un país se puede medir mediante la implementación de varios mecanismos, entre estos se tiene:

El aumento de la producción per cápita o ingreso por persona: es la cantidad de ganancias que ha recibido por un individuo en un periodo de tiempo, para conocer el valor por cada habitante se divide el ingreso de la renta nacional entre el número de habitantes de un país. Este indicador toma en cuenta las variables del PIB (PPA) per cápita, que calcula la renta según el poder adquisitivo (PPA) per cápita, para analizar y compararlos a nivel global o a su vez con país del mismo sector.

Índice de desarrollo humano (IDH): mide los avances que ha conseguido un país en tres dimensiones básicas de desarrollo humano: disfrutar de una vida

saludable y larga, tener oportunidad de acceder a la educación y tener un nivel de vida digno. El IDH es la medida geométrica de índices normalizados que mide los logros a través de indicadores como: esperanza de vida al nacer, años promedio de escolaridad y años esperados de escolarización e ingreso familiar disponible o consumo per cápita, educación y alfabetización. (Pérez, Ventura, 2015)

Figura 1.1  
Indicadores del Índice del Desarrollo Humano



Fuente: PNUD, 2016

El desarrollo económico también se refiere a la capacidad que tiene una nación para generar riqueza, vinculada a mejorar la calidad de vida de las personas y el crecimiento económico sostenible, esto se logra optando nueva infraestructura en el ámbito tecnológico y social. Además, está diseñado para proporcionar un desarrollo económico que va más allá del crecimiento per cápita ya que se enfoca en la salud, longevidad y nivel educativo.

Es por ello que el desarrollo de un país va estrechamente ligado con el crecimiento, pues sin crecimiento no puede existir desarrollo económico por ello, una de las políticas económicas que adopten los países es aumentar la capacidad de producción de bienes y servicios invirtiendo en la economía para incentivar a la población a generar fuentes de empleo a través de la generación de emprendimientos y proyectos con nueva infraestructura.

### 1.1.3. Regiones económicamente más desarrolladas en el mundo

En la actualidad, América Latina vive una realidad compleja, pues, ha tenido el crecimiento más lento y volátil que el de otras regiones emergentes. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2021) las perspectivas de crecimiento económico mundial se presentan en la siguiente tabla

Tabla 1.2  
Perspectivas de crecimiento económico mundial  
(PIB Real, variación porcentual anual)

	Año 2020	Proyección 2021	Proyección 2022	IDH 2020
Producto Mundial	-3.5	5.5	4.2	
Economías Avanzadas	-4.9	4.3	3.1	
Estados Unidos	-3.4	5.1	2.5	0.926
Zona del Euro	-7.2	4.2	3.6	
Alemania	-5.4	3.5	3.1	0.947
Francia	-9.0	5.5	4.1	0.901
Italia	-9.2	3.0	3.6	0.892
España	-11.1	5.9	4.7	0.904
Japón	-5.1	3.1	2.4	0.919
Reino Unido	-10.0	4.5	5.0	0.932
Canadá	-5.5	3.6	4.1	0.929
Otras Economías Avanzadas	-2.5	3.6	3.1	
Economías Emergentes y en Desarrollo	-2.4	6.3	5.0	
Economías Asia	-1.1	8.3	5.9	
China	2.3	8.1	5.6	0.949
India	-8.0	11.5	6.8	0.645
ASEAN-5	-3.7	5.2	6.0	0.919
Economías de Europa	-2.8	4	3.9	
Rusia	-3.6	3.0	3.9	0.823
Economías de América Latina y el Caribe	-7.4	4.1	2.9	
Brasil	-4.5	3.6	2.6	0.765
México	-8.5	4.3	2.5	0.779

Economías de Medio Oriente y Asia Central	-3.2	3.0	4.2	
Arabia Saudita	-3.9	2.6	4.0	0.854
Economías de África Subsahariana	-2.6	3.2	3.9	
Nigeria	-3.2	1.5	2.5	0.539
Sudáfrica	-7.5	2.8	1.4	0.709
Países en Desarrollo de Bajo Ingreso	-0.8	5.1	5.5	

Fuente: (FMI, 2021)

Como se observa en la tabla 1.2, la economía en el año 2020, en la mayoría de países presenta cifras negativas, esto debido a la gran crisis sanitaria mundial provocada por la COVID-19<sup>3</sup>, en este sentido las proyecciones para los años 2021 y 2022 reflejan un crecimiento que se produjera tras el fuerte colapso registrado en 2020, que tuvo graves repercusiones para las población, especialmente los sectores más vulnerables en los países subdesarrollados. Con respecto al IDH, este también se vio afectado por la pandemia, además de que no todos los países que tienen un alto índice de crecimiento significan que están desarrollados en cuanto a alfabetización, oportunidades para acceder a empleos, buena calidad en salud, bajos índices de pobreza, bajos niveles delincuencia, agua potable para toda la población, repartición de riqueza igualitaria y un índice muy bajo de corrupción.

**Tabla 1.3:**  
Rangos para el análisis del IDH

IDH	Rangos
Muy alto	0,800 y mas
Alto	0,700-0,799
Medio	0,550-0,699
Bajo	Menos de 0,507

Fuente: (PNUD, 2021)

<sup>3</sup> La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Ambos eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.



Tabla 1.4: Países con mayor IDH

Puesto	País	IDH 2020	Esperanza de vida al nacer
1	Noruega	0,954	82,3
2	China	0,949	76,9
3	Alemania	0,947	81,2
4	Suiza	0,946	83,6
5	Irlanda	0,942	82,1
15	Estados Unidos	0,926	79,8
76	México	0,779	75,1
79	Colombia	0,761	77,2
85	Ecuador	0,758	77,1

Fuente: (PNUD, 2021)

Al observar los datos presentados en la tabla 1.4, se evidencia que las dos grandes potencias mundiales, Estados Unidos y China, tienen el mayor crecimiento en el PIB, sin embargo esto no significa que sus todos sus habitantes tienen una excelente calidad de vida, por ejemplo, Estados Unidos a pesar de ser uno de los países con más crecimiento económico tiene brechas de desigualdad y pobreza.

En este sentido, se considera analizar el caso de dos países latinoamericanos: Ecuador y México. Por una parte, tenemos a México que ocupa el puesto número setenta y seis con un IDH de 0,767 además cuenta con una esperanza de vida de 75.10 años; teniendo una fortaleza económica en el sector de servicios que representa el 63,8% del PIB y el 62% de la fuerza laboral, seguido por el sector industrial con el 28% y el 24% de fuerza laboral. (PNUD, 2021). Una de las estrategias que ha implementado este país en el desarrollo económico está enfocada a la ejecución de programas sociales e inclusión financiera para impulsar la inversión privada en la infraestructura y los sectores estratégicos para brindar el incremento en las exportaciones y ser un país más competitivo basado en las siguientes perspectivas:

- Educación de calidad
- Aumentar el gasto en la inversión de infraestructura

- Desarrollo urbano sostenible
- Establecer políticas destinadas a incrementar el ahorro que permita una mejor asignación de recurso de la economía.
- Impulsar un desarrollo de capital humano de los jóvenes del país
- Sostenibilidad fiscal y buen gobierno
- Asignación más eficiente de recursos, un mayor retorno de inversión y mayor eficiencia en la combinación de factores de producción, fomentada con estrategias de pacificación, reducción de violencia, lucha contra la corrupción y el fortalecimiento del estado de derecho.
- Sostenibilidad medioambiental y de cambio climático

Es así como, México es uno de los países más ricos en recursos naturales que favorecen el desarrollo de actividades productivas e industriales, ocupando el doceavo puesto en producción de petróleo a nivel mundial con 2.187.000 barriles diarios y en el quinto puesto en la exportación de petróleo a nivel nacional con 1.224.000 barriles diarios. (Proyectos México, 2019) Además, cuenta con un gran potencial de recursos para la generación de energía con fuentes renovables como: hidráulica, geotérmica, eólica y solar. En cuanto a la división política los estados son libres, soberanos, autónomos e independientes entre sí y se gobiernan con la legislación local.

Con respecto al modelo económico implementado en México, este ha sido modificado en el devenir del tiempo, estableciendo nuevos sistemas de relación entre la producción y la sociedad, que se dan en la estructura económica; mientras que, varios países desarrollados han establecido un mismo modelo por década, este país se ha visto la necesidad de cambiar la visión de desarrollo cada cierto tiempo.

Sin embargo, es importante considerar que en la actualidad se desarrolló el modelo Neo – desarrollismo que establece reconstruir la relación entre poder económico y político para romper el círculo vicioso en cuanto a la regulación, contrato y corrupción; este modelo busca nivelar los desequilibrios regionales y potenciar las exportaciones, fomentando el mercado interno y poder adquisitivo de la población más vulnerable y pobre del país.

Por otro lado, analizando los datos de Ecuador, se puede observar que este país ocupa el puesto ochenta y cinco con un IDH de 0,758 y esperanza de vida de 77,1 años. Ecuador recientemente para mejorar el desarrollo económico ha implementado un nuevo plan económico que tienen como objetivo colocar la deuda en una firme trayectoria descendente, generando empleo, protegiendo a los pobres y vulnerables y eliminar la corrupción. (FMI, 2019)

Dentro de esta planificación, el primer punto pretende lograr un crecimiento en los cuatro pilares básicos:

- Apuntar los cimientos de dolarización
- Promover la competitividad y crear nuevas fuentes de empleo
- Fomentar la prosperidad compartida
- Mejorar la transparencia y luchar contra la corrupción

Para el efecto se busca reducir la pobreza con programas sociales, mejorando la calidad de educación primaria y el gasto en la salud. A su vez el gobierno plantea estrategias para combatir la corrupción, pues el trabajo en estos ejes, ayudarán a mejorar el funcionamiento de empresas, reduciendo el costo del financiamiento público y a promover la inversión y el empleo en los sectores privados (FMI, 2019). Entre las medidas adoptadas se tiene:

- Una normativa anticorrupción
- Evaluación del Riesgo nacional del régimen de lucha contra el lavado de dinero y terrorismo
- Transparencia de las industrias extractivas

Por otra parte, el Ecuador posee una riqueza natural reconocida a nivel mundial, pues gracias a sus condiciones climáticas se puede producir todo el año, además posee reservas ecológicas y turísticas que benefician al desarrollo económico. Otro punto importante a considerar entre su planificación es que Ecuador pretende dejar de ser un economía solo exportadora y pasar a ser una economía del conocimiento y valor agregado, esto a través de firmas de acuerdos internacionales que potencian la producción y que permitan un flujo comercial entre los países de la región. Ecuador pertenece a la Comunidad Andina de Naciones y es miembro asociado del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), de la Organiza-

ción Mundial del Comercio (OMC), del Banco Iberoamericano de Desarrollo (BID) y de la Corporación Andina de Fomento (CAF) entre otros.

Luego del análisis económico que antecede entre México y Ecuador, es importante conocer que México posee la segunda economía más competitiva en América Latina por los diversos tratados, convenios, proyectos y estrategias que ha implementado el gobierno presentando una estabilidad en la economía para poder realizar inversiones; mientras que, el Ecuador se encuentra en vías de desarrollo con una inmersa cantidad de recursos naturales, y su debilidad más grande es la carencia de infraestructura y capital.

#### **1.1.4. Desarrollo Económico Local**

La Globalización y sus exigencias promueven un desarrollo con enfoque a la dimensión territorial. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial surge el concepto del desarrollo endógeno, así como; la dimensión territorial del desarrollo a causa del actuar del estado-nación, por medio del trazado de políticas macroeconómicas a beneficio de la población; accionar que da origen a la planificación del desarrollo (Fierro, Alonso, & Torres, 2016).

El propósito del desarrollo, desde una perspectiva utilitarista, es la maximización de la sumatoria de las funciones individuales de bienestar, sin importar la distribución o equilibrio entre personas de esa suma, en tanto que la igualdad se consigue a partir de la ponderación homogénea de ganancias y pérdidas individuales de bienestar en la función objetivo (Fierro, Torres, Bell, & Torres, 2020).

El desarrollo económico local, es un proceso de crecimiento o cambio en un territorio específico, esta conducido a incrementar el bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la localidad es capaz de liberar un proceso de cambio en su estructura, se encuentra un proceso de desarrollo endógeno. Debido a que cada localidad posee un conjunto de recursos tanto económico, humanos, institucionales y culturales que aportan al crecimiento de esta. Cada localidad se caracteriza, por la actividad productiva que se destaca, por una duración de recursos que esta posee, infraestructura, un sistema social o político y una tradición y cultura, sobre las cuales se enlazan los procesos de desarrollo económico local. Para que se pueda desarrollar un crecimiento económico en la localidad es necesario contar con la participación e iniciativa de todos los actores locales como la sociedad o sus gobernantes, a través de la generación de emprendimientos que permitan iniciar la senda de desarrollo competitivo con otras localidades.

La condición esencial para incrementar el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la correcta utilización de los recursos disponibles y la introducción de innovaciones. (Vazquez , 2016)

El desarrollo local hace referencia a todos los procesos de una acumulación de capital en ciudades, comarcas y regiones específicas. Una oferta de la mano de obra ocupada en una localidad se evalúa si es la calificada para las tareas que desempeña en una unidad de capacidad empresarial u organización que va ligada a las innovaciones o mejoras que se han implementado, obteniendo como resultado si estas favorecen a la acumulación de capital en los sistemas de producción local. A su vez se trata de los procesos de desarrollo económico, que se caracteriza por la organización sistemática de cada unidad de producción buscando un fin para favorecer la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales e internacionales.

Los procesos de desarrollo endógeno se producen al potenciar las capacidades internas que posee una región o comunidad local, del modo que estos puedan ser utilizados para fortalecer la sociedad y la economía interna y a competitividad externa, para que sea sustentable y sostenible en el tiempo.

### 1.1.5. Sistemas de productivos locales

Los sistemas productivos locales (SPL) son las estructuras o modos de una organización empresarial orientada a la producción y comercialización de los bienes o servicios. Esta posee una complejidad debido a que esta e estrechamente ligada con el territorio que lo sustenta. La definición de SPL se deriva de lo que Alfred Marshall denominó Principes of Economics Distritos Industriales (ID) (Matthews & Supple, 1991). Los distritos industriales hacen referencia a las aglomeraciones de todas las empresas de un mismo tipo que se dedican a la producción y comercialización de un bien o servicio; entre dichas aglomeraciones existen empresas que se dedican a la elaboración de un producto como: proveedores de materia prima, productores, comerciante, ensambladores entre otros. Los principales rasgos son:

- Sentido de compañerismo entre empresas
- Mercado laboral con el aprendizaje empírico
- Generación de economías externas

Estos SPL proponen a los ciudadanos a cambiar de mentalidad a las empresas que trabajan en torno a la producción y comercialización de uno o más productos del mismo sector. Las principales características son:

- Micro, pequeñas o medianas empresas (Mipymes)
- Empresas que operan en eslabones de la cadena productiva
- Existe dinámica de asociatividad, para potenciar la competencia, producción e innovación
- Los SPL generan redes de producción, colaboración y soporte

Además los SPL obedecen formas explícitas de la organización de la producción y la economía en las diferentes localidades. A continuación, conoceremos los cambios y mejoras en los sistemas productivos locales.

Tabla 1.5: Definiciones de la teoría económica en redes y sistemas

Distritos industriales	(Marshall 1920) menciona que es la agrupación de pequeñas empresas que se encuentran en el mismo territorio y tratan de mejorar la producción con consecuencia de la división de trabajo de las mismas
Clusters	(Porter, M. 1998) define que “concentración geográfica de empresas e instituciones interconectadas que actúan en un determinado campo o sector”
Sistemas y arreglos productivos locales	(Sebrae 2005; Sepyme 2008) menciona que son un grupo de empresas localizadas en una mismo territorio donde interactúan, cooperan y aprenden entre sí y con otros aspectos locales, tales como: gobierno, asociaciones empresariales, instituciones de crédito y centros de investigación
Redes	Son acuerdos que se dan entre las empresas u organizaciones que ayudan a innovar, acumular conocimiento y a su vez aprovechar una determinada infraestructura

Fuente: (Giorg, Roura, & Naclerio, 2010)

En definitiva, los SPL pueden inducir a que las diferentes empresas desarrollen un aprendizaje e investigación conjunta, pues, están incluidas las unidades de producción de micro, pequeña y medianas empresas localizadas en un territorio específico, para reforzar la base social de conocimientos, acciones y estrategias.

Por otra parte, el desarrollo económico local se ve integrado por dos variables fundamentales que es el desarrollo rural y el desarrollo urbano, esto, debido a que forman parte de las funciones económicas y sociales; pues, el medio rural necesita de maquinarias, insumos y manufacturas que brinda el medio urbano para poder desarrollarse y a su vez el medio urbano necesita del rural para poder distribuir todos los productos que produce en materia prima o productos terminados. Asimismo, en la actualidad, las zonas rurales de una localidad son cada vez más apreciadas porque despliegan las actividades de aire libre, mejor calidad de vida y estilo de vida. Por ello es esencial conservar al medio ambiente para asegurar la oferta de bienes y servicios ambientales.

### 1.1.6. Dimensiones del desarrollo económico local

Dentro del desarrollo económico local, se destacan los elementos de infraestructura, equipamientos y el desarrollo de microempresas, pequeñas y medianas empresas, en las unidades de producción comunitaria. En el cual debe existir un sistema financiero involucrada con estrategias para el desarrollo local.

Por otra parte el desarrollo económico debe estar relacionado con la sustentabilidad ambiental de las actividades productivas y de consumo, fomentando para que las empresas desarrollen una producción y consumo ecológico, en los procesos de producción eco eficientes y el uso de energías renovables, al mismo tiempo implementar programas y proyectos que evalúen el impacto ambiental.

Para que existe un desarrollo económico local se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- Satisfacción de las necesidades básicas de la población
- Mejorar el empleo y las relaciones laborales
- Acceso a los activos productivos como: tierra, financiamiento, crédito, maquinaria, herramientas, equipos de computación entre otros.
- Mejorar la distribución de ingresos
- Sustentabilidad ambiental
- Índice de desarrollo humano (IDH)
- Oferta de servicios con capacitaciones empresariales y tecnología, inclu-

yendo al sistema territorial de investigación y desarrollo para la innovación local (I+D+I).

- Fomentar la creación de nuevas organizaciones o empresas
- Iniciativa de los gobernantes locales para el fortalecimiento de políticas de innovación, fomentando la producción y empleo
- Infraestructura y equipamientos
- Gestión pública local
- Patrimonio cultural y rasgos de la cultura local

En general el desarrollo económico local puede definirse, como el proceso de un desarrollo participativo que promueve los acuerdos de colaboración entre las principales entidades tanto públicos, privados y comunitarios, abarcando a todas las empresas que se encuentra en el territorio como: micro empresas, pequeñas o medianas empresas. Estas a su vez ayudan a impulsan a los procesos de desarrollo sustentable y la movilización de los recursos endógenos, así como las oportunidades externas que buscan fortalecer las actividades locales. En la cual se necesita la elaboración de estrategias de desarrollo que se vincule colectivamente con un mismo interés común orientado a la generación de nuevas oportunidades productivas, un mayor empleo e ingreso para incrementar el nivel y calidad de vida de la población en una zona determinada.

### **1.1.7. Desarrollo económico local en Chimborazo**

Chimborazo, es una de las 24 provincias que tiene el Ecuador, los niveles de desarrollo y crecimiento económico aún son bajos, como consecuencia de la derivación de los indicadores económicos nacionales, sin embargo existen varios factores particulares como la ausencia de políticas que impulsen su desarrollo y que han impedido la evolución de los sectores productivos, afectando a la economía de las familias en la localidad, lo que incide directamente en la calidad de vida de su población, es así como, en la tabla 1.6 se observa varios indicadores macroeconómicos que permiten evidenciar el desarrollo económico local de tres provincias del Ecuador incluido Chimborazo.



Tabla 1.6: Provincias del Ecuador con mayor IDH al 2018

Provincia	IDH	Esperanza de vida al nacer	Años promedio de escolaridad	Años esperados de escolaridad	Per cápita (\$)
Pichincha	0.822	77,8	11,6	15,1	9.599,8
Tungurahua	0,768	77,2	10	14,9	4124,8
Chimborazo	0,718	75,6	8,5	14,3	4491,6

Fuente: (PNUD, 2021)

El desarrollo económico en Chimborazo analizado desde el indicador macro-económico IDH, se encuentra en el rango alto, con el 0.718 al igual que Tungurahua con 0.768 en comparación de con Pichincha que se encuentra en el rango muy alto con un IDH de 0.822; en este sentido, se evidencia que Chimborazo cuenta con recursos suficientes para tener una economía más desarrollada y poder competir con las demás provincias, pues, cuenta con un alto IDH. Además, Chimborazo tiene una economía más flexible para poder iniciar un negocio o emprendimiento y a su vez poder invertir en otras empresas que cuenta la provincia, en comparación con provincias más grandes como Pichincha, que, para iniciar con un negocio necesita un capital más elevado, donde las grandes empresas tienden a absorberlas y no garantiza tener un posicionamiento a largo plazo en el mercado.

### 1.1.8. El desarrollo económico en la ciudad de Riobamba

Las actividades económicas más relevantes de la ciudad de Riobamba, por la situación geográfica que se encuentra son: la agricultura, ganadería y riego. Sin embargo, ahora se han implementado nuevas actividades que se encaminan al turismo, actividades de comercio al por mayor y menor, incentivando la fabricación de artesanías, ventas de paquetes turísticos y el servicio de enseñanza entre otros, tal como se observa en la tabla 1.7.

Tabla 1.7: Principales Actividades de Riobamba

Sector	Actividad	Porcentaje de ocupación de la PEA INEC, 2010
Sector Primario	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	19,79%
	Explotación de minas y canteras	0,23%
	Subtotal	20,02%

Sector secundario	Industrias manufactureras	8,59%
	Subtotal	8,59%
Sector terciario	Suministro de electricidad, gas y vapor	0,33%
	Distribución de agua, alcantarillado y desechos	0,21%
	Construcción	5,58%
	Comercio al por mayor y menor	17,65%
	Transporte y almacenamiento	5,75%
	Actividades de alojamiento y servicios de comida	3,44%
	Información y comunicación	1,26%
	Actividades financieras y de seguros	0,79%
	Actividades inmobiliarias	0,05%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	2,63%
	Actividades de servicios administrativos	0,93%
	Administración pública y defensa	6,82%
	Enseñanzas	9,05%
	Actividad de atención a la salud	3,03%
	Artes, entretenimiento y recreación	0,49%
	Otras actividades de servicio	2,45%
	Actividades de los hogares como empleadores	3,34%
	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0,02%
	Subtotal	63,80%
No especificado	No declarado	4,62%
	Trabajador nuevo	2,97%
	Subtotal	7,59%
	Total Cantón Riobamba	100%

Fuente: (INEC, 2010)<sup>4</sup>

4 El VII Censo de Población y VI de Vivienda, o simplemente Censo 2010 fue un censo programado a realizarse en Ecuador. El censo poblacional se desarrolló el 28 de noviembre de 2010. Hasta la fecha de edición de la presente obra no se cuenta con datos actualizados por parte de los organismos gubernamentales pertinentes (04-2021).

Las actividades, más representativas del cantón Riobamba, están vinculados directamente al sector terciario con el 63,80% de la PEA del cantón, que se encuentra por los trabajadores del sector urbano. Mientras que en el segundo sector más ocupado es el primario con un 20,02% que se basan especialmente a las actividades de la agricultura.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) de Riobamba es la institución de Gobierno Seccional que regula y promueve el desarrollo económico local en el cumplimiento de lo que dispone el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) en el art:54, que indica que se debe promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo atención especial en el sector de la economía social y solidaria, con el propósito de regular fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales que se desarrollen en los locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal, para que promuevan el crecimiento económico y la reactivación en las instituciones públicas o empresas privadas para mejorar la calidad de vida de los riobambeños. (Romero, Urritia, Vayas , & Navas , 2017)

El GADM de Riobamba ha implementado mejoras que han impulsado el crecimiento del cantón como: mantenimiento de plazas, cementerios, camales y plaza de comercialización de ganado. Bajo ese modelo han implementado mecanismos y estrategias que permitieron mejorar la gestión administrativa de los servicios municipales en aras del desarrollo económico local de la ciudad (GADM Riobamba, 2018).

Entre las acciones más importantes que se han efectivizado para promover el desarrollo económico en la ciudad se tiene:

- Adecuación e implementación de infraestructura en el área del Centro de faenamiento
- Capacitaciones en cuanto al servicio al cliente, manipulación de alimentos, relaciones humanas, autoprotección y seguridad para que cuenten con licencias ambientales.
- Riobamba cuenta con 11 mercados certificados y se posesiona en uno de los primeros del país, beneficiando a 225.741 habitantes y a 5.801 comerciantes

- La ciudad cuenta con 60 cámaras de seguridad en los mercados y 24 cámaras de seguridad en el camal municipal
- Respecto al turismo se han implementado condiciones favorables, en cuanto a la infraestructura, baterías sanitarias y adecuación de la parada del ferrocarril para un turismo comunitario en la parroquia del Calpi.
- Se ha organizado a los empresarios turísticos que capacitan y brindan señalización y cuentan con promoción y difusión de publicaciones a nivel nacional e internacional.
- Se ha implementado nuevas rutas deportivas de aventura para el turismo
- Se ha fortalecido a las capacitaciones a los emprendimientos como: ferias de economía popular y solidaria promoviendo el comercio justo y Riobamba emprende. Generando oportunidades entre las instituciones de educación superior y los sectores productivos nacionales

El desarrollo económico local del cantón de Riobamba se encuentra en crecimiento y es esencial que se mantengan y se creen nuevas empresas, además de contar con financiamiento para proyectos innovadores, capacitación e impulsar a una economía informada, eliminando brechas de desigualdad y lo más importante tener gobernantes que generen políticas, proyectos y estrategias que impulsen y dinamicen la economía local.

## CAPITULO II

### RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### 2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

##### 2.1.1. La Responsabilidad

La responsabilidad es la capacidad que tiene una persona para actuar en una forma que sus acciones no originen ningún tipo de daño para sí mismo o para los demás y con conciencia de cada uno de sus actos. De igual manera la responsabilidad exige coherencia al actuar y es acorde a valores, principios o formas éticas. A su vez también es denominada como conducta para cumplir toda obligación o deber que se estipulen en las normas, leyes y costumbres.

Por otro lado (Contero, 2017) menciona que la responsabilidad es un valor o una cualidad de todo ser humano, que cumple con las obligaciones, decir u ofrecer algo con plena conciencia de sus actos. Responsable es quien entiende las consecuencias de hacer o dejar hacer lo que promete, sabe comportarse de una manera correcta y garantiza el cumplimiento de los compromisos adquiridos, brindando confianza y tranquilidad entre la gente porque realiza correctamente su trabajo en el transcurso de su vida.

Según (Pérez M. , 2019) hace referencia a un valor que presente en la conciencia de la persona que estudia la ética sobre la base moral. Además, la responsabilidad es una meta de competencia nutrida por atributos poderosos como ser disciplinado y sistemático.

Bajo estos preceptos se determina que la responsabilidad va ligada con el aprendizaje ya que cualquier ser humano adquiere un nivel de inteligencia emocional a lo largo de los años. Del mismo modo a través de deberes, normas y obligaciones ayudan a contribuir a que una persona sea responsable, confiable y brinde credibilidad.

## 2.1.2. Responsabilidad social

La Responsabilidad Social (RS) es el compromiso, obligación y deber que poseen las personas, miembros de una empresa o sociedad que contribuyen voluntariamente a que exista una sociedad más justa y que proteja al medio ambiente. La RS se originó por la preocupación de los individuos o empresas para mitigar los daños ocasionados al medio ambiente por la actividad económica que realiza cada uno de ellos.

La responsabilidad social es el análisis final que implica una postura pública para proteger los recursos económicos y humanos de la sociedad y la voluntad de ver que esos recursos se usan para fines sociales y no solo para el interés propio de personas privadas y públicas. (Frederick, 1960)

El concepto de RS es un comportamiento anti-maximización de beneficios, asumidos para beneficiar a otros distintos shareholders<sup>5</sup> de la empresa. Por lo tanto, existe solamente una RS de la empresa de utilizar sus recursos y organizar sus actividades con el objetivo de aumentar sus beneficios, siguiendo las reglas de juego de mercado (Friedman, 1970).

La Responsabilidad Social es un concepto adoptado por las organizaciones privadas responsables, ya que se refieren a estrategias de sustentabilidad a largo plazo de las empresas, en logia al desempeño y lucro, debido a que contemplan la relación a los efectos sociales o ambientales de sus actividades, con un objetivo de contribuir al bien común o interés general. Para mejorar la calidad de vida de la comunidad. (Martínez, Bogota , & Silva , 2010)

Los primeros estudios sobre la RS se realizaron en la década de los 1950 en EE.UU y en España en la década de 1960. El cumplimiento de la RS genera beneficio para la sociedad y las empresas u organizaciones, debido a que aumenta la reputación, fomentando una confianza pública y mejorando la salud de los trabajadores y de los individuos que son miembros de la sociedad.

Una de las normas que estable la responsabilidad social es la ISO 26000. Que se define como la responsabilidad de una organización ante los impactos que las organizaciones ocasionan en la sociedad y el medio ambiente. Mediante un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sostenible,

---

<sup>5</sup> El término equivale a nuestro accionista, es decir, quien posee una participación (interest) en la propiedad (ownership) de una empresa. Por ello, a veces se les denomina también shareowners.

incluyendo la salud y el bienestar.

### El desarrollo sostenible

Se refiere al tipo de desarrollo capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de generaciones futuras. Es la actividad sostenible que se pueda conservar a lo largo de los años. (Velazco, 2013)

El desarrollo sostenible viene ligado a promover la autosuficiencia regional, reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano en la sociedad asegurando que la actividad económica mejore la calidad de vida para todos. Esta a su vez utiliza los recursos eficientemente para promover un máximo reciclaje y reutilización, para que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental, adquiriendo una confianza en el desarrollo e implantación de nuevas tecnologías limpias para restaurar los ecosistemas dañados.

La responsabilidad social busca fomentar las relaciones de equilibrio entre los unos y los otros, ser socialmente responsable es ser consciente del impacto de nuestras acciones en la sociedad y el medio ambiente. Por ello una persona socialmente responsable es aquella que busca cambios positivos en la sociedad y lo hace a través de valores y comportamientos como: la justicia social, igualdad o el altruismo. La RS crece por la participación de los grupos de interés en la construcción de objetivos, estrategias, acciones e indicadores alineados a las estrategias de la organización, se fortalece mediante la sistematización de información y evidencia de acciones y resultados que puede ser medido y comprobado.

La responsabilidad social aumenta las cuotas de bienestar social en cuanto a la competitividad, sostenibilidad y la cohesión social. Por ello la RS persigue objetivos como:

- Implantar la preocupación por los resultados, pero a su vez desarrollar un comportamiento ético.
- Impulsar la innovación y los modelos de desarrollo sostenible para enfrentar los retos sociales
- Generar un valor compartido

### 2.1.3. Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es concebida por la sociedad como la nueva filosofía que toda empresa debería aplicarla. Debido a que las empresas socialmente responsables valoran el impacto de sus acciones en las comunidades, trabajadores y el medio ambiente.

#### Origen y evolución de la RSC

La evolución de la RSC tuvo sus indicios en el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; lo cual se consideró como una fase inicial de la RSC ya que no existía un concepto como tal que lo definiera. Frente a las condiciones que se desarrollan en esos tiempos existía una explotación sobre los trabajadores en la revolución industrial, lo cual provocó el surgimiento de líderes empresariales que fueron los pioneros de los cambios, entre ellos tenemos a:

Robert Owen quien demostró que la producción puede ser eficiente y responsable, lo cual creó una importante comunidad industrial en New Lanark que hoy en día es declarada patrimonio de la humanidad, donde el apoyo mutuo eran las normas. Implementó la diversidad de medidas de bienestar, que comprendían la sanidad pública y la educación, desterrando el trabajo infantil y las condiciones inadecuadas para los trabajadores.

Por lo cual a mediados del siglo XX se caracteriza por la primera fase de la RSC en 1950 donde se desarrolló una postura filantrópica empresarial que según el diccionario de la Real Academia Española la filantropía “es la persona que distingue por el amor a sus semejantes y por sus obras hacia la comunidad”. Lo cual se obtuvo la primera definición formal sobre la Responsabilidad Social Corporativa que Bowen en (1953) publicó en su libro “Social responsibilities of the businessmen” se definió la relación entre empresa y la sociedad como una obligación de los empresarios para impulsar políticas corporativa que sirvan para tomar decisiones o para seguir lineamientos de acción. Además señala que la responsabilidad social era una idea voluntaria de los empresarios para intentar contrarrestar los problemas económicos que pueden ocasionar las empresas y a su vez alcanzar los objetivos de la organización. (Lee, 2008)

En 1960 la RSE marcó un gran avance en el desarrollo conceptual, pero este no llegó hasta los años 1970. Donde se desarrolló una etapa más práctica en



cuanto a la definición de responsabilidades de la empresa, donde se llevó a cabo una propuesta del Corporate Social Performe (CSP) como una forma de medir la RSC. Por otro lado Fitch (1976) definió el RSC en un término de resolución de problemas y dijo que “la responsabilidad social corporativa es un intento por resolver los problemas sociales causados parcial o totalmente por las empresas”.

En 1980 la RSC se encuentra en una etapa estrategia, ya que se dio más investigaciones y alternativas de los conceptos como una capacidad de respuesta social corporativa. Se definió el modelo stakeholders, contrario al modelo neoclásico de responsabilidad social, esta posee una visión más amplia de la economía y analiza la empresa dentro de un contorno interno y externo, ampliando un horizonte gerencial sobre los roles de responsabilidad. Ferman además sostiene que los grupos de interés son indispensables y que siempre se deben tener en cuenta para la planificación estratégica de cualquier negocio. Ya que afecta a todos los miembros que lo rodean. Es decir, a sus socios, trabajadores, proveedores, competidores y clientes. (Carroll, 1999)

En 1990 la RSC tiene un desarrollo sectorial e institucional, ya que la globalización economía pone de manifiesto los problemas impactos socio-ambientales derivados de la actuación de grandes corporaciones en el ámbito global. Se proliferan las investigaciones empíricas sobre la RSC y a su vez crean instituciones en casi todos los países para promover la RSC. Además los gobiernos empiezan a tomar parte y crean consejos o secretarios de estado, leyes sobre el reporte social o sostenibilidad y directivas europeas. En el año 2000 la Responsabilidad Social Corporativa toma una etapa de comunicación y la empresa ciudadana donde enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad. De igual manera existe un auge de Rendición de cuentas y la comunicación en la materia de RSC a través de informes. (Cueto & Cuesta , 2017)

Contemplando el origen y evolución de la Responsabilidad Social Corporativa, a continuación, se presentan algunas definiciones sobre la responsabilidad social corporativa:

La Responsabilidad Social Corporativa es la noción de que las corporaciones tienen una obligación a grupos constituyentes en la sociedad que no sean accionistas y más allá de lo prescrito por la ley y el contrato sindical. Además, esa obligación debe ser adoptada voluntariamente (Jones, 1980).

La Responsabilidad Social Corporativa es una forma de dirigir las empresas

basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambientales y sobre todo la sociedad en general (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa , 2004).

#### **2.1.4. Teorías de Responsabilidad Social Corporativa**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un concepto de carácter controvertido que se lo ha venido analizando y debatiendo sobre las disciplinas relacionadas con la dirección y relación de empresas. Según (Garriga & Mele, 2004) Demuestran que la responsabilidad social empresarial presenta un amplio campo de teorías, así como la proliferación de enfoques, todos ellos controvertidos, complejos y poco definidos.

Las principales teorías de RSC propuestas por Garriga y Melé se basan en cuatro aspectos susceptibles observados en cualquier sistema social: la adaptación al medio, la consecución de objetivos y la integración social. Mientras que Casino y Morales lo caracterizan por su rigurosidad formal y amplio poder explicativo, que facilita el entendimiento en su ámbito de aplicación de acuerdo a los criterios de cómo se origina cada una. (Tinoco Cantillo , Arango Buelvas , & Benavides, 2012)

Teorías instrumentales: se centran en estudiar las distintas actividades sociales que permitan cumplir de mejor forma sus objetivos para la creación de riqueza empresarial, debido a que buscan generar más ingresos a través de la evolución de actividades sociales, inversión en actividades filantrópicas, interacción de recursos humanos y un marketing que incremente sus ingresos. Enfocándose en aspectos como:

- Maximización del valor para el accionista: sostiene que las organizaciones han sido creadas para generar riquezas y obtener máxima rentabilidad, donde se respeten las leyes y normas que regulan cada una de las actividades económicas
- Estrategias para lograr la ventajas competitivas: este enfoque se basa en tres perspectivas como: inversiones sociales en un contexto competitivo, perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales y estrategias para la base de pirámides económicas

- **Mercadeo de causa social:** en fin de este enfoque es que sus clientes obtengan productos de calidad para que así la empresa tenga una buena percepción de imagen y reputación con una mayor lealtad, credibilidad y respeto.

**Teoría integradoras:** esta se desarrolla una serie de propuestas con el fin de buscar el desarrollo de actividades de RSE, la empresa se centra en la capacitación, cumplimiento de leyes, identificación y respuesta a las demandas sociales, que busca ser reconocida por la sociedad. Este grupo de teoría está constituido por cuatros enfoques según (Garriga & Mele, 2004):

- **La gestión de asuntos sociales:** examina los procesos por los cuales la empresa se identifica, evalúa y responde a asuntos políticos y sociales que pueden afectar al negocio.
- **El principio de responsabilidad pública:** plantea que se debe comprender leyes y reglamentos para que se desarrolle un comportamiento empresarial apropiado. Además, contempla la participación de empresas para el desarrollo de políticas públicas en relación con el estado.
- **La gestión de los grupos implicados (stakeholders):** se orienta hacia las personas o grupos que se ven afectados por las políticas o prácticas empresariales.
- **El desempeño social Corporativo:** se incluye una búsqueda de legitimidad social para solucionar problemáticas sociales.

**Teorías éticas:** es la responsabilidad ética de las empresas para con la sociedad y es basada en acciones responsables por parte de las mismas. Se basa en el principio que expresa que se debe y no se debe hacer o a su vez la necesidad de construir una sociedad mejor. Cumpliendo sus obligaciones con los stakeholder, a su vez considerar los derechos humanos y el respeto al medio ambiente ya que se enfatiza al compromiso que asume la organización con un desarrollo sostenible y que rinde con un bien común.

- **La teoría normativa de grupos implicados (stakeholder):** analiza las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos de interés.
- **Los derechos universales:** esta se basa en los derechos humanos y el respeto al medio ambiente con el Pacto Global en 1999. Que se relacionan

con los valores fundamentales de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

- El desarrollo sostenible: tener en cuenta a las generaciones presentes y futuras y evaluar la sostenibilidad.
- El enfoque del bien común: que la empresa debe crear riqueza y ofrecer productos y servicios de una manera justa, equitativa y eficiente con respecto a la dignidad y a los derechos fundamentales de los individuos.

### 2.1.5. Hitos en la evolución de la Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Corporativa, en el devenir del tiempo, presenta varios hitos los cuales se analizan en la tabla 2.1.

**Tabla 2.1:**

Hitos de la evolución de la Responsabilidad Social Corporativa

Año	Iniciativa	Características
2000	Consenso Europeo de Lisboa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener la economía más competitiva y dinámica del mundo</li> </ul>
	Pacto mundial de las naciones unidas, enfocándose a los objetivos del milenio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento económico duradero</li> <li>• Mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y social</li> </ul>
2001	Libro Verde de RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomenta un marco europeo de RSC</li> <li>• Debates para mejorar e impulsar la RSC</li> </ul>
2002	Foro Europeo Multistakeholder sobre la RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar y promover las mejores prácticas para la aplicación de la RSC</li> </ul>
	Pacto mundial de las naciones unidas	
2005	La CE aprueba estrategias de crecimiento empleo y desarrollo sostenible para RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear valor para los accionistas</li> <li>• Construcción de una nueva cultura corporativa</li> </ul>

2006	Libro blanco de la RSE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reporte y verificación de memorias de sostenibilidad</li> <li>• Implementar sistemas de gestión integral que recojan aspectos ambientales</li> <li>• Inversión socialmente responsable</li> <li>• Promover las buenas practicas entre empresas</li> </ul>
2007	Mesa de dialogo social sobre la RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integral de forma voluntaria las dimensiones sociales y ambientales en operaciones de negocio y en sus relaciones con grupos de interés</li> </ul>
2008	Creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción de RS de las empresas</li> <li>• Diseño, gestión y seguimiento de programas y ayuda para la difusión y fomento de la RSC</li> </ul>
2011	Nueva comisión de la CE. A nivel estatal se aprueba la ley de economía sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción pública de la RS</li> <li>• Comunicaciones al CERSE</li> </ul>

Fuente: (SENDOTU, 2011)

En definitiva, las diferentes instituciones y organizaciones formadas por multitud de estados e interés han desarrollado iniciativas a nivel mundial. Con el fin promover y fomentar el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones a nivel mundial. Generando proyectos globales para buscar una uniformidad de principios, actuaciones y medidores de la responsabilidad social corporativa.

Por ello para que una empresa sea considerada con RSC debe fomentar y respetar los derechos humanos sin discriminación alguna, debe proporcionar un tipo de trabajo con seguridad e higiene y a su vez contar con programas de formación y desarrollo para impulsar la participación de los trabajadores. Elaboración de políticas ante la conservación del medio ambiente y colaborar con programas de formación e integración en ámbitos de educación, cultura y arte.

La empresa que está comprometida con la RSC debe desarrollar códigos de ética que se defina valores e ideales. Además, se debe realizar campañas o programas para mitigar la generación de equipos tóxicos que afectan a la comunidad orientada a la sostenibilidad ecológica, así también como la elaboración de planes de seguridad laboral y ofrecer beneficios orientados al bienestar del personal.

### **2.1.6. Características de la responsabilidad social corporativa**

- Va más allá del cumplimiento de leyes y una normativa aplicable, debido a que son obligaciones que se debe cumplir una empresa u organización que desarrolle una actividad económica
- Es una práctica voluntaria
- Seguir estrategias de marketing responsables
- La responsabilidad social corporativa no consiste ni en ceñirse a la legalidad ni en ser filántropo
- Se basa en el desarrollo sostenible, como en aspectos económicos, sociales y ambientales. Con el objetivo de maximizar los beneficios a corto plazo para otros que hacen compatible a largo plazo con la conservación del medio ambiente
- Se basa en la transparencia y la participación de las partes interesadas en toda la cadena de valor
- Relación con los grupos de interés
- Es u proceso dinámico que afecta a cada una de las áreas funcionales y procesos de la empresa
- Crean un valor compartido de forma que las empresas buscan generar un retorno de la inversión para sus propietarios y accionistas. Esta se vincula con la innovación, especialmente en términos de desarrollo de nuevos productos o servicios que llevan al éxito comercial y ayudan a abordar retos sociales.

### **2.1.7. El proceso de integración de la RSC en la gestión de las empresas**

La gestión estratégica de la RSC es un proceso estratégico integrador en el que se ven identificados los agentes en la sociedad inmersos en las diferentes

actividades económicas que desarrollan las empresas u organizaciones. Para su desarrollo se debe establecer diferentes grupos de interés y sus necesidades, desde una perspectiva global es importante implementar criterios de responsabilidad que afectan a toda la organización y a toda la cadena de valor. En este sentido, es esencial tener políticas responsables emprendidas desde la empresa para generar resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados y comunicados de forma transparente. Conforme a lo expuesto, se establece que son principios, valores y características. (Vázquez , 2005)

**Tabla 2.2:**  
Proceso de integración de la RSC

Integradora	Se trata de un proceso abierto en el que tiene cabida todos los agentes de sociedad que, en un momento dado, se ven afectados por la actividad de la empresa
Participativa	Es necesario conocer las demandas de los grupos de interés, por lo tanto se deben desarrollar procedimientos y mecanismos de dialogo. El objetivo es mantener un constante flujo de información con los grupos de interés
Sostenible	La empresa debe general valor social, económico, y medioambiental. La RSC es mucho más que realizar actividades de acción o marketing social.
Global	Afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participantes y en todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad.
Transparente	Información y diálogo con los grupos de interés. Transparencia en la información generada mediante los indicadores cuantitativos y cualitativos, que permitan realizar un seguimiento de todos los procesos
Medible y comunicable	Se deben utilizar indicadores que permitan evaluar el desarrollo de los contenidos y puesta en marcha de los sistemas y procedimientos.
Transversal y estratégico	Debe ser reintegrada en todas las áreas de la empresa. La RSC es un instrumento estratégico que debe impregnar la política general del negocio. Para poder anticipar los posibles riesgos sociales y medioambientales que se generan a partir de las decisiones, para que se pueda mitigar los impactos negativos.

Innovadora	La RSC es un factor clave en la gestión empresarial y actúa como una palanca de cambio y transformación social positiva. Debido a que supone una nueva forma de hacer y entender los negocios.
Extensiva	Todas las organizaciones deben de ser partícipe de los valores que supone la RSC
Verificable	Expertos independientes externos han de verificar la correlación de lo dicho con lo realmente hecho
Coherente	La RSC supone adoptar compromisos que se contemplen en un plan de acción.

Fuente: (Vázquez , 2005)

### 2.1.8. Enfoques y áreas de la responsabilidad social corporativa

Al conocer cada una de las características de la RSC se puede identificar que el objetivo de la misma, radica en el impacto positivo que brindan las empresas con la actividad económica, al mismo tiempo que contribuye a la competitividad y la sostenibilidad de la empresa con un equilibrio entre en crecimiento económico, bienestar social y aprovechando los recursos naturales y el medio ambiente de forma responsable.

La RSC ha adquirido una gran importancia en los últimos años, como consecuencia de la globalización de los mercados y de las exigencias y demandas de una mayor transparencia y un compromiso con la sociedad. Por ello actualmente, las empresas trabajan en un entorno en el que ser responsable es un requisito primordial para poder competir, lo que hoy en día a convertido a la RSC en un elemento estratégico ya que su implementación busca tener un resultado en lo social, económico y ambiental con el desarrollo de políticas, sistemas de protección medioambiental, acciones que promuevan una mejor relación con la comunidad, clientes o proveedores que logren un beneficio mutuo, tanto para la organización como para los colectivos que afectan o son afectados por la organización y los stakeholders o grupos de interés.

La RSC no es más que una forma de dirigir una organización o institución, basada en la gestión de los impactos que su actividad genera a sus trabajadores, comunidades locales, medioambiente y la comunidad en general. Por ello hoy en día se han implantado avances en sostenibilidad y derechos humanos y se enfo-



can en una integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que fue aprobado en septiembre del 2015, en lo cual se formó una alianza mundial que se materializó en el establecimiento de los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) para poner fin a la pobreza, proteger al planeta y garantizar que cada una de las personas goce de paz y prosperidad en los próximos 15 años.

Los ODS suponen una oportunidad única, para trabajar estratégicamente en las actividades que se vinculen con el núcleo del negocio, favoreciendo a las acciones que se realicen tenga un alto impacto, sean sostenibles y perduren en el tiempo. (Sedisa, 2020)

La Responsabilidad Social corporativa se basa en tres áreas fundamentales como la responsabilidad interna, central y externa de una organización. (IONOS, 2019)

Área de responsabilidad interna: incluye a todos los procesos y estrategias internas que orientan a la ética de la empresa, su principal responsable es el gerente y busca establecer:

- Responsabilidad comercial/rendimiento económico
- Cumplimiento de la legalidad sin fisuras

Área de responsabilidad central: incluye todas aquellas acciones de la empresa cuyos efectos recaen sobre el medio ambiente y la sociedad. Se hace referencia al CO<sub>2</sub> y la contaminación atmosférica, así como las condiciones laborales de sus empleados. Donde se centra en las partes interesadas (stakeholders) como:

- Empleados
- Proveedores de fondos
- Clientes
- Vecinos
- Organismos gubernamentales
- Medios de comunicación

Área de responsabilidad externa: es cuando una empresa se vuelve activa y caritativa (generalmente en termino económicos).

- Donaciones

- Patrocinios
- Acciones sociales (voluntariado corporativo)

A continuación, en la tabla 2.3. se abordan las Empresas más reconocidas a nivel mundial por su Responsabilidad Social Corporativa según (FORBES, 2019):

**Tabla 2.:**  
Empresas con mejor RSC a nivel mundial

Empresa	Iniciativas que contribuyen la RSC
<p>Lego</p> <p>Es una empresa de juguetes de Dinamarca, fundada en 1932</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña para construir juguetes a base de caña de azúcar</li> <li>• Programas de reducción de CO2 en los empaques y la reducción de sus cajas certificadas por FSC (Forest Stewardship Council</li> <li>• Fomenta la iniciativa de Climate Savers WWF</li> <li>• Talleres en los aeropuertos de Enaire</li> <li>• Difundir la misión de volvo 2020</li> <li>• Fomentar el espíritu empresarial</li> <li>• Programas extraescolares</li> <li>• Colaboradores educativos de First Lego</li> <li>• Garantizan que no se consuma recursos y materiales a un ritmo mayor que el que se regeneren</li> <li>• Fomenta la equidad de genero</li> </ul>
<p>Microsoft</p> <p>Es una compañía tecnológica multinacional que se dedica al sector de la informática, desarrolla, Manufactura, licencia y provee soportes de software. Fundada en 1975</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft YouthSpark apoya a los jóvenes en oportunidades de educación y empleo</li> <li>• Programa conecta ahora o Ciberaul@s</li> <li>• Programas de formación ocupacional sobre nuevas tecnologías para personas desempleadas</li> <li>• Proyecto Dono</li> <li>• Microsoft crea un sistema de predicción ambiental</li> <li>• Desarrolla Water Risk Monetizer para medir riesgos de agua</li> </ul>

<p>Google</p> <p>Es una empresa que se especializa en servicios de internet y sobre todo como motor de búsqueda. Fundada en 1998</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectos de STEN, brinda educación de calidad para quienes no pueden tener acceso</li> <li>• Programas alfabetización para la educación de niños de África y Afganistán</li> <li>• Programas de empoderamiento a través de tecnología</li> <li>• Proyecto 10 al 100 (Project 10-100)</li> <li>• Campaña Glogglers para los recursos humanos</li> <li>• Instalaciones Googleplex crea un buen ambiente laboral abierto y tolerante con: estrategias de motivación, horarios flexibles e instalaciones verdes</li> <li>• Google verde, una página exclusiva para contribuir y generar el menor impacto al medio ambiente</li> <li>• Goegle Grants programa exclusivo de donaciones</li> </ul>
<p>The Walt Disney</p> <p>Es la compañía de medios de comunicación y entretenimientos más grandes del mundo. Se fundó en 1923</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas del FMCD para impulsar el cuidado y regeneración de los ecosistemas y hábitats</li> <li>• Programa NatureRocks, Disney Kids, celebración de la naturaleza, voluntears, viva más saludable (creo 50 espacios para niños)</li> <li>• Cadena de abastecimiento responsable</li> <li>• Apoyo a las organizaciones sin fin de lucro para preservación de la naturaleza como: Disney Worldwide Conservation (DWCF)</li> <li>• Disneyland desarrollo un plan de conservación de agua</li> </ul>

<p>L'OREAL</p> <p>Es una empresa francesa de cosméticos y belleza, creada en 1909</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El primer sistema que mide el impacto de los cosméticos en el planeta y sus habitantes</li> <li>• Programa Buy &amp; Care L'oreal,</li> <li>• Campaña Global Compact LEAD</li> <li>• Programa embellece tu futuro es un programa de acción social impulsada y desarrollado por L'oreal y la fundación Tomillo y colaboración de CEGOS</li> <li>• Programas medioambientales para la gestión responsable de los embalajes y envases con una política de packaging</li> <li>• Gestión responsable de las materias primas</li> <li>• Programa L'oreal for the Future para respaldar a organizaciones que a mujeres vulnerables y contribuir a la generación de los ecosistemas dañados y a los esfuerzos para prevenir el cambio climático</li> <li>• Impulsa la reducción de residuos, reducción del consumo de agua, reducción de las emisiones de CO2 y mejorar la eficiencia energética con el empleo de energías renovables</li> </ul>
<p>Toyota</p> <p>Empresa dedicada a la producción de automóviles y fue creada en navidad para todos"1937</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa para reducir baterías y residuos</li> <li>• Campañas de siembras y reforestación</li> <li>• Medición de huella de carbono</li> <li>• Tecnología híbrida</li> <li>• Programa de capacitación técnica para la empleabilidad y crecimiento profesional (TTEP)</li> <li>• Campaña solidaria "navidad para todos</li> <li>• Programas Dibujo el auto de tus sueños</li> <li>• Grupo voluntariado "manos para todos"</li> <li>• Programa mi primera huella profesional</li> <li>• Prevención de blanqueo de capital</li> <li>• Programa social conduciendo un México mejor</li> <li>• Entrego autos a la fundación teletón</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de (FORBES, 2019).

## 2.2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ECUADOR

Las empresas son el eje fundamental para el desarrollo de la sociedad, desde los años noventa, se ha puesto en prácticas diferentes estrategias de gestión, de las que se toma en cuenta las necesidades y responsabilidad de la compañía con los clientes, accionistas, proveedores y el medio ambiente. La aplicación de la responsabilidad Social Corporativa (RSC) empezó en los países más desarrollados especialmente en Europa quienes fueron los pioneros y de poco se fue expandiendo, aunque el manejo de la misma en Latinoamérica y en Ecuador es escaso. A pesar de que, existen normas y estándares internacionales como las normas ISO 26000 y estándares internacionales que sirven como una guía para el sector empresarial mundial.

Ecuador, a lo largo de los años ha asumido las actividades empresariales e institucionales con Responsabilidad Social Corporativa, haciendo hincapié en los principios y valores éticos de organizaciones; un ejemplo claro es el de la Fundación Esquel en Ecuador que inició sus actividades desde 1998 y es pionera en la RS, por lo que se crea el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) en el 2005 que se constituye como ONG.

En Ecuador se han realizado cambios en cuestión de legislación y exigencias a las empresas, haciendo que el sector ecuatoriano se preocupe cada vez más por los efectos que causa la actividad en la que se dedican cada una de las organizaciones o empresas. Se ha elegido el humanismo contemporáneo y la ética empresarial y ético ecológico como corrientes de pensamiento. Dentro de la RSC, es necesario considerar la posición del humanismo contra del consumismo, indicando que las actividades superficiales van contra la dignidad humana y no permite un desarrollo integral de personas. Por ello las empresas tienen compromisos y responsabilidad. (Villacís, Suarez, Güillín, & Minshely, 2016)

Muchas de las empresas ecuatorianas han incluido dentro de la planificación estratégica actividades enfocadas a la ayuda social, económica o ambiental, generando beneficios para esta, como mejorar la imagen corporativa. De esta manera la RSC va tomando fuerza en las diversas organizaciones del país y se relaciona con la ética empresarial y la integridad moral.

### 2.2.1. Sistemas e instrumentos de gestión de la RSC en Ecuador

Hoy en día son varios estándares, normas, certificados o guías que se contemplan la RSC como sistemas o instrumentos de gestión. Tomando en cuenta que la mayoría de ellos entra en un contexto de voluntariedad. Por ello se cuenta con una guía ISO 26000 que cuenta con el apoyo internacional de los grupos de interés e integra diversas dimensiones que forman parte de la RSC además se centran los aspectos laborales, ambientales y gestión de calidad.

Tabla 2.3.:  
Sistemas e instrumentos de gestión de RSC en Ecuador

Tipos de Gestión	Instrumentos de gestión de la RSC
Gestión Integral de la RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía ISO 26000</li> <li>• IRSE</li> <li>• CERES</li> <li>• PNBV</li> </ul>
Gestión de aspectos específicos de la RSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad y excelencia: Normas ISO 9001</li> <li>• Medio ambiente: ISO 14001</li> <li>• Compras sostenibles: ISO 20400</li> <li>• Corrupción: ISO 37001</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

#### Norma ISO 26000

Los principios de la Responsabilidad Social según las (Normas ISO 26000, 2010) es la guía que ofrece una orientación armonizada y a nivel global para todas las organizaciones ya sean del sector público o privado. Esta norma es el resultado de un consenso internacional entre los representantes de un grupo de interés en torno a la responsabilidad social que está diseñada para fomentar la aplicación de buenas prácticas para el medio ambiente. Además, es una poderosa herramienta que ayudara a las organizaciones a realiza buenas acciones. Para que realicen un desarrollo sostenible con la actividad económica sin poner en peligro el medio ambiente. Por ello se han definido 7 principios de responsabilidad basadas en las ISO 26000. (Guambo, 2018)

7. Rendición de cuentas: implica la obligación para las direcciones de las empresas de responder a quienes controlan los intereses de la organización y responder ante las actividades competentes
8. Transparencia: revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre políticas, decisiones y actividades que realice la organización
9. Comportamiento ético: se basa en valores de honestidad, equidad e integridad, que implican la preservación de personas, animales y el medio ambiente
10. Respeto a los intereses de las partes interesadas: que los objetivos de interés no solo se limite a los intereses comunes de los dueños, socios, clientes y proveedores.
11. Respeto de legalidad: debe cumplir con todas las leyes, políticas y regulaciones aplicables.
12. Respeto a los derechos humanos: que cada una de las empresas deben respetar los derechos humanos tanto de sus empleados como clientes y reconocer su importancia como su universalidad.
13. Respeto a la normativa internacional de comportamiento: toda organización debe respetar la normativa internacional del comportamiento.

A la hora de abordar la responsabilidad social se debe entender tres relaciones que son: entre la organización y la sociedad, entre la organización y sus partes interesadas y entre las partes interesadas y la sociedad. Por ello la responsabilidad social cuenta con materias fundamentales que cubren los impactos más probables, como económico, ambiental y social que deben abordar dichas organizaciones.

- Gobernanza de la organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- El medio ambiente
- Prácticas justas de operación

- Asuntos de consumidores
- Participación activa y desarrollo a la comunidad

Esto principios ayudan a las organizaciones en su esfuerzo por operar de la manera social mente responsable que la sociedad exige cada vez más. (Estévez, 2015)

Beneficios y oportunidades internas de ser socialmente responsable

- Atraer colaboradores e inversiones de calidad
- Promover nuevas oportunidades de negocio
- Mejorar la reputación y las marcas
- Incrementar las ventas y la fidelidad del cliente

Beneficios y oportunidades externas

- Influencia de competidores y presiones en la cadena de suministros
- Medios de comunicación
- Gobiernos con marcos regulatorios y políticas públicas más exigentes
- Consumidores más exigentes
- Expectativas de la comunidad internacional

### Instituto de Responsabilidad Social empresarial (IRSE)

Es la primera iniciativa institucional en Ecuador en la RSC, es una organización privada, sin fines de lucro, sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionismo social a través de un humanismo autentico y solidario.

El IRSE gira alrededor de tres ejes como son: a) información y difusión, b) formación de capacidades y por ultimo c) investigación y desarrollo. (IRSE, 2016)

Los servicios que ofrece el IRSE

- Diagnostico
- Planificación



- Acompañamiento
- Stakeholders
- Memoria de sostenibilidad
- SG21 Y RSE
- Capacitación AD HOC
- Proyectos sociales sostenibles

### Consortio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial (CERES)

CERES es la red más importante de organizaciones comprometidas que logra promover la responsabilidad social del país. Desde el 2005 ha promovido un enfoque comparativo en la generación de un valor agregado, busca innovación y sensibilización y apoyo a los negocios de manera socialmente responsable, como un mecanismo de ambiente justo y sostenible. Es una organización privada sin fines de lucro. Apoya a la sostenibilidad de las empresas. (CERES, 2019)

Además el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial obtuvo un convenio el 25 de noviembre del 2019 con el Fondo de inversión ambiental sostenible (FIAS) y el Ministerio del Ambiente para crear un acuerdo de un Fondo de Responsabilidad Social y Sostenible con el fin de aumentar el aporte del sector privado hacia un desarrollo sostenible y se espera que este fondo ayude a lograr los objetivos como las Metas AICHI para la diversidad Biológica y la agenda 2030 de desarrollo sostenible.

Las actividades que realiza son:

- Líneas estratégicas: impulsar la Responsabilidad y la Economía Circular y la Responsabilidad Social como un Modelo de gestión Organización y el Consumo Responsable. Enfocándose al Ambiente y Desarrollo para conseguir optimizar los procesos productivos o servicios con la implementación de mecanismos sostenibles
- Networking: espacio donde los miembros se relacionan compartiendo sus conocimientos y aprendizajes para intercambiar experiencias mediante un dialogo público - privado. a través de la red FORUM EMPRESA

- Capacitación: fortalecimiento de los conocimientos tanto de los miembros como los diferentes actores de la sociedad y crearon la Escuela de Sostenibilidad
- Acompañamiento: brindan un soporte desde un proceso autodiagnóstico hasta la gestión cotidiana con respecto a los temas de responsabilidad.
- Visibilidad: difundes los logros y noticias de los miembros, comparten información de temas actuales sobre la RSE y generan alianzas de colaboración con medios de comunicación.

### Plan de Desarrollo Nacional (PDN)

El PDN es fundamental para el desarrollo de la RSC en Ecuador, ya que se organiza en tres ejes programáticos y nueve objetivos nacionales de desarrollo, sobre la base de la sustentabilidad y el desarrollo territorial (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

- Sostenibilidad ambiental
- Equidad, cohesión cultural e integración social
- Mejorar la calidad de vida de la población
- Promover un ambiente sano y sustentable
- Garantizar un trabajo estable
- Construir y fortalecer la identidad nacional
- Garantizar los derechos y la justicia
- Construir un Estado democrático para el Buen Vivir

### Las Normas ISO

La norma ISO 9001 pretende un consenso internacional sobre las buenas prácticas en gestión de calidad, con independencia de la actividad de la organización o tamaño del sector público o privado. Actualmente se dio una nueva actualización de la norma con cambios en la tecnología, diversidad de negocio y un sistema de gestión de calidad más efectivo. (ISO 9001, 2015)

Los 7 principios de la gestión de calidad son:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Compromiso de las personas
- Enfoque a procesos
- Mejora
- Toma de decisiones basadas en la evidencia
- Gestión de relaciones

Además, esta norma promueve la adopción de este enfoque a través de procesos para desarrollar, implementar y mejorar la eficiencia de un sistema de gestión de calidad para incrementar la satisfacción al cliente. Para la correcta aplicación de esta norma existen herramientas como el Software ISOTools Excellence que cuenta con características adecuadas para dar respuestas a los requerimientos de la organización.

Por otro lado tenemos la Norma ISO 14000 que tienen un enfoque de la gestión medioambiental, centrándose la 14001 y la 14004 en los sistemas de gestión medioambientales. La ISO 14001 proporciona a las organizaciones un marco para proteger el medio ambiente y responder con las condiciones ambientales cambiantes, con un equilibrio con las necesidades. La metodología que se aplica es PSCA (planificar, hacer, verificar y actuar) que promueve un proceso interactivo usando las organizaciones para conseguir la mejora continua (ISO 14001, 2015). Además, establece un enfoque sistemático para gestionar el medio ambiente como:

- Protección al medio ambiente
- Mitigación de los impactos ambientales
- Ayuda a la empresa a cumplir con la legislación
- Consigue beneficios financieros

La ISO 20400 es una norma internacional sobre las compras sostenibles, que se publicó en agosto del 2016. Es una norma de orientación, no de un estándar de requisitos por lo que no es certificable. Esta norma está dirigida a todas las orga-

nizaciones sin importar el tamaño, independencia de que sea tanto como sector público o privado, ya que se puede aplicar a todas las decisiones de compra.

Mientras que la norma ISO 37001 es un sistema de gestión Anti-Soborno con el fin de ayudar a las empresas a combatir el soborno y promover una cultura empresarial ética. A su vez al ser miembro de esta norma no garantiza que la empresa sea libre de soborno, pero contribuye a que implementen controles que mejoren su capacidad de prevención, detección y tratamiento de riesgo del soborno.

### 2.2.2. Empresas ecuatorianas reconocidas por la Responsabilidad Social Corporativa

El Ecuador en la actualidad busca fomentar la participación de las empresas en la RSC, de modo que ayuda a mejorar a imagen y la reputación de estas que esto a su vez permite aumentar las ventas, atraer y fidelizar a un mayor número de clientes. Asimismo, los trabajadores se sienten más motivados, al ser partícipes de proyectos que ofrecen beneficios para el individuo y al entorno que lo rodea. De este modo la RSC atrae a la empresa un buen talento humano que incrementen la productividad y fortalecimiento de la competitividad en el mercado. A continuación, en la Tabla 2.se menciona a las 10 empresas con mejor reputación en el país.

**Tabla 2.4.**  
Empresas con RSC en Ecuador

No.	Empresa	Puntuación
1	Corporación Favorita	10000
2	Pronaca	9059
3	Nestlé	8454
4	Cervecería Nacional	8292
5	Holcim	8239
6	Coca-Cola	7706
7	Unilever Andina	7334
8	Conecel (Claro)	7279
9	Corporación GPF	7245
10	Arca Continental	7212

Fuente: (UNIVERSO, 2020)

Es importante indicar que cada una de las empresas que se observa en la tabla 2.4. contribuyen a la RSC, de igual manera se enfocan en proyectos, programas

o taller que beneficien a la comunidad y al medio ambiente. Una iniciativa que fomenta la RSC es la publicidad a través de email marketing, App y redes sociales como una herramienta de sustentabilidad y competitividad para el negocio. Además, incentivan a tomar acciones correctivas hacia el medio ambiente como la plantación de árboles, reciclaje y fomentan una cultura de alimentación saludable.

El estado debe dar ejemplo al priorizar las contrataciones con las empresas con prácticas de RSE demostradas y verificadas, para que contribuya confianza entre los dos sectores público y privado. Un claro ejemplo se lo desarrolla en Europa que se han implementado políticas de reconocimiento a las empresas que optan por las prácticas de Responsabilidad social Empresarial que contribuyen a la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Las prácticas de la RSC han dado un valor agregado a todas las empresas, el mayor impacto social que ofrece la aplicación de modelos de RSE para la organización es la construcción de relaciones laborales, resultantes del entendimiento y el compromiso efectivo de los stakeholders. Brinda un desarrollo estratégico y operacional como: asegurar el liderazgo, adaptarse a cambios sistemáticos que establecen un desarrollo sostenible, brindar una mejor gestión de riesgo y reputación, aprender de los stakeholders para desarrollar mejoras en los productos o servicios y otorgar confianza entre la empresa y los stakeholders. (CARE, 2010)

La RSC es hoy una de las grandes oportunidades que tienen las empresas en innovación, diferenciación y legitimación. Todo esto permite proporcionar un ambiente receptivo y atractivo que impulsa e incrementa las oportunidades de negocio y brinda como resultado que el país se considere más atractivo para poder adquirir inversiones e incentivar la economía. La aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en empresas otorga beneficios como:

- Disminución de conflictos
- Valoración de la imagen institucional y de la marca
- Mayor capacidad de reclutar y mantener talentos
- Flexibilidad y capacidad de adaptación
- Sustentabilidad del negocio a largo plazo
- Acceso a mercados
- Acceso a capitales

## 2.3. INFLUENCIA DE LOS ACTORES

### 2.3.1. Instituciones de Gobierno Central

Según (López C. , 2014) el Gobierno Central es:

Un conjunto de entidades constituidas por ministerios, oficinas y otros organismos bajo el ámbito del Poder Ejecutivo. Se incluye estas dependencias del Gobierno Central que pueden operar en el ámbito regional o local de acuerdo a la constitución política y la ley orgánica del poder ejecutivo. Se considera Gobierno Central a los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, así como al Ministerio Público, Jurado Nacional de Elecciones, Oficina Nacional de Procesos Electorales, Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, Consejo Nacional de la Magistratura, Defensoría del Pueblo, Contraloría General de la República y Tribunal Constitucional.

El Gobierno Central para (MEF, 2003) menciona que “a través de las entidades que lo conforman, cuenta con autonomía, administrativa y funcional, que le permite desarrollar un conjunto de actividades administrativas, económicas, financieras y sociales, en cumplimiento de normas legales y metas establecidas en los Planes Nacionales de Desarrollo.

En Ecuador existe 123 entidades vigentes entre ellos: estructura presidencia, secretarías nacionales, consejos sectoriales, ministerios, secretarías, institutos de investigación, institutos de promoción, agencias de regulación y control, empresas públicas, secretarías técnicas, banca pública, consejos nacionales para la igualdad, servicios, otra institucionalidad y direcciones. En la actualidad el Gobierno promueve la reactivación de la economía mediante el trabajo artesanal con un proyecto denominado Artesano Artista en el cual artesanos identificados por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, exponen y comercializan sus productos en la II Feria Virtual Somos Ecuador; el proyecto se realizó con el fin de buscar una reactivación económica en donde también ofrecen créditos a través del Banco del Pacífico (Ecuador, 2020).

El Gobierno actual busca no solo aumentar la cantidad de gasto público sino mejorar su calidad en obras de beneficio económico y social. Para lograr este objetivo se canalizan importantes recursos a la construcción de infraestructura económica y social, de manera que sirvan como pivotes para la transformación

de la “matriz productiva” y el crecimiento inclusivo, pues el modelo basado en el petróleo no es sostenible a largo plazo. Se trata de aumentar la formación bruta de capital, FBK, y crear los prerrequisitos para el despegue de la industrialización del país. Igualmente, con la inversión en infraestructura social se quiere mejorar la oferta de capital humano, complemento del capital físico en la propuesta de crecer y redistribuir el ingreso nacional para lograr un desarrollo con más democracia. Los gastos gubernamentales promueven el cambio social que contribuye a la reducción de la pobreza y mejora el bienestar colectivo, por eso, el Gobierno ecuatoriano destina importantes recursos a la educación y salud en procura de que la población joven mejore sus ingresos futuros, dado que la salud y educación aumentan el capital humano.

### 2.3.2. Instituciones de Gobierno Autónomo

Los Gobiernos Autónomos según (Muñoz, 2011) menciona que:

A través de la descentralización obligatoria, progresiva y definitiva de las competencias del gobierno central a los gobiernos descentralizados se fomenta alcanzar la mayor autonomía posible a fin de que las regiones y territorios puedan impulsar sus proyectos de desarrollo para el Buen Vivir y puedan llegar a convertirse en una suerte de régimen autónomo. Reconoce cuatro niveles de gobierno descentralizado: regiones, provincias, cantones y parroquias, enfatiza en el gobierno regional como nivel intermedio y en los municipios como nivel local, otorgándoles un mayor número de competencias, aunque reconoce a las provincias y parroquias por su peso histórico y su cercanía a la población. (p. 117)

Según la (CEPAL, 2018) los GAD son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana. Están organizados de la siguiente manera: GAD Regionales, GAD Provinciales, GAD Cantonales y GAD parroquiales.

En el art.28 del Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización (COOTAD, 2010) los Gobiernos autónomos menciona que:

Cada suscripción tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción de desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus

competencias. Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados: Los de las regiones, los de las provincias, los de los cantones o distritos metropolitanos y los de las parroquias rurales; en las parroquias rurales, cantones y provincias podrán conformarse circunscripciones territoriales indígenas afroecuatorianas y montubias, de conformidad con la Constitución de la ley, la provincia de Galápagos de conformidad con la Constitución, contará con un consejo de gobiernode régimen especial.(p.15)

En la actualidad, hablar de descentralización en el Ecuador es, sin duda alguna, hablar de cambios importantes en la concepción de los gobiernos seccionales y sus sistemas de gestión, a su vez, les conlleva a enfrentar grandes desafíos y cambios en su estructura política, administrativa y económica. La Constitución plantea un proceso nuevo y efectivo de descentralización, basado en el ejercicio de competencias exclusivas por niveles de gobiernos y de la transferencia complementaria de otras competencias por parte del Estado central hacia los distintos gobiernos autónomos descentralizados, conocidos como Gobiernos Regionales, Gobiernos Provincias, Distritos Metropolitanos, Municipios y Juntas Parroquiales, también denominados GAD o simplemente gobiernos autónomos (Gómez, 2013). Las municipalidades del Ecuador tienen la función de desarrollar proyectos y obras en beneficio de la población, así también promover procesos de desarrollo económico local dando una especial atención en el sector de la economía social y solidaria, en el cual se deberá coordinar con otros niveles de gobierno.

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Riobamba menciona que se debe priorizar las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus parroquias urbanas y rurales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, en el cual conlleva asumir una visión integral, asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales (Cadena, 2015). El Municipio de Riobamba para mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón en el 2016 menciona que “es necesario un instrumento en el cual fortalezca la base económica local, a través del impulso de un entorno competitivo que posibilite el desarrollo de las empresas, la generación de empleo local y la erradicación de la pobreza” (GADM, 2016) aseguran que el desarrollo económico local promoverá el mejoramiento de la economía local por medio de acciones que ayuden a la generación de empleo, al fortalecimiento de micro y pequeñas unidades productivas, innovación tecnológica, la formación del recurso humano y que conlleve al crecimiento de los ingresos de la población.



El gobierno autónomo de Riobamba ha tomado la determinación de intervenir mediante un Plan de Desarrollo Cantonal que coloque a la ciudad como eje de la economía en la zona centro del país y para realizarlo toma en cuenta los siguientes ejes como: la creación de un espacio de reflexión y concertación entre los actores privados y públicos, fortalecimiento del talento local y la asociatividad en el desarrollo de nuevos emprendimientos, fomento al espíritu emprendedor y la innovación empresarial y promoción de emprendimientos de grupos de atención prioritaria.

### 2.3.3. Asociaciones y Gremios

Según (García & Rojas, 2010) una asociación puede definirse como:

La agrupación voluntaria de personas físicas, con capacidad de obrar, que nace con voluntad de permanencia para servir a unos fines de interés general, lícitos y determinados. Tienen como objetivo incidir en el comercio ambulante, bien para mejorar su desarrollo, y/o para resolver las diferentes problemáticas asociadas a él. Estas asociaciones además, se convierten en función de su representatividad en interlocutores más o menos eficaces ante las diferentes administraciones para ordenar, regular y legislar en materia de comercio ambulante, además de resolver las problemáticas particulares y de grupo de sus asociados, y/o de los vendedores en general.(p.5)

Las organizaciones gremiales según (Tirado, 2015) afirma que:

Son constituidas para definir, expresar, promover y representar los intereses y las preferencias de conjuntos de individuos que comparten una posición socioeconómica similar; son los casos de los trabajadores, los profesionistas, los agricultores, los empresarios, los maestros y los burócratas, entre otros. Estas agrupaciones asumen que recogen y representan los intereses y las preferencias individuales de sus afiliados, los procesan y los transforman en propuestas generales de decisiones privadas y públicas cuya realización promueven. Otra importante tarea a su cargo es la de la construcción simbólica de sus afiliados y de sí mismas para el conjunto de la sociedad.

En otras palabras para (Bonnet, 2018) las asociaciones o gremios privados de la producción menciona que:

Su función es ejercer de manera legítima y transparente, una acción

colectiva en favor de una industria o una actividad particular o del conjunto de la actividad privada; su papel principal consiste en conseguir por parte del Estado la provisión de bienes públicos, esto es, bienes y servicios que benefician a toda la sociedad y en particular al sector privado que conjuntamente representan; uno de los requisitos fundamentales para su éxito es lograr que la asociación correspondiente sea realmente representativa, pues para tener mayor influencia los gremios deben congregarse a la totalidad de las compañías que hacen parte de la industria.

Las asociaciones gremiales son organizaciones en las que se reúnen a personas con el único objetivo de promover el desarrollo y protección de actividades que tienen en común ya sea por su profesión, oficio, sector productivo o de servicios. De igual manera las asociaciones son numerosas y están presentes en todos los ámbitos de actividad económica, velan por el progreso y desarrollo profesional de los asociados que han conformado.

En el Ecuador la gran mayoría de trabajadores se concentra en 1567 asociaciones de servidores públicos, con un 49% de participación, el resto está distribuido en comités de empresas, asociaciones privadas y públicas. En el año 2017 seis gremios productivos del país plantearon diferentes alternativas para sortear el momento complejo por la situación económica y entre ellas se planteó que se debe trabajar en conjunto con el Gobierno para recuperar el ritmo de crecimiento de la economía, incentivos en materia tributaria para las pequeñas y medianas empresas, reducción de trámites y facilidades para la contratación de personal, entre otros (Comercio, 2017). Según Christian Whali presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas menciona que lo ideal para sacar a un país adelante frente a una situación económica desastrosa es asociarse en este caso para mejorar la cadena productiva junto a las cámaras de Agricultura y la CCQ para promover este concepto que busca la articulación de toda la cadena de valor agroalimentaria a las nuevas necesidades del consumidor interno y externo. Las asociaciones AEBE, Acorbanec, Anecacao, Expoflores y la cámara Nacional de Acuicultura en el 2019 aportaron con más de \$10300 millones de ingresos vía exportación, según detallan las cifras del Banco Central del Ecuador.

En Riobamba se constituyó la Corporación Regional Económica Empresarial Riobamba- CreceR, con el objetivo de consolidar al cantón como el eje de la economía en la zona centro de país, con capacidad de articular la actividad pro-

ductiva y comercial obteniendo así una región desplegado en los sectores agropecuario, turístico, comercial, artesanal e industrial a través de un sector productivo de calidad generadores de empleo, potenciando así la economía local. La Asociación de Mujeres “Nueva Vida” por medio de este proyecto CreceR elaboran productos orgánicos de tubérculos propios provenientes de la sierra como son: melloco, mashua y oca; de esta manera han generado actividades comerciales para los integrantes de esta asociación quienes se están consolidando. Este proyecto atraído la atención de diferentes actores locales, nacionales e internacionales que son necesarios en la región los cuales aprovechen las ventajas en este caso de los productos andinos encontrándose necesarios para seguir incrementando las iniciativas económicas necesarias para el cantón.

### 2.3.4. Sector Turístico

El Turismo según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) menciona que:

Es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Para (González & Ramos, 2014) el turismo lo definen como:

Una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje; donde son gestionados sus insumos, en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuáles se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geografía donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un período mayor a un día y menor a un año.(p.34)

En otras palabras, (Lamboggia, 2014) afirma que el turismo es un sector:

De gran importancia y dinamismo para la economía de los países receptores. Este sector está conformado por varios sectores de la economía como la hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerado una de las industrias más grandes del mundo.(p.2)

El turismo es uno de los sectores principales y hace referencia a diferentes actividades en el cual ayuda a equilibrar la economía de un país por medio de bienes y servicios de consumo, de igual manera el desarrollo del turismo puede incrementar el ingreso total del país y especialmente los ingresos de las personas que están relacionadas con empresas turísticas. El turismo básicamente contribuye a mejorar la calidad de vida de la población.

El Ecuador cuenta con un gran potencial como destino turístico, y radica en su diversidad natural y cultural, debido a esto ha permitido a ser fuente de desarrollo económico siendo uno de los principales sectores con un aporte relevante del Turismo Internacional. El turismo en el Ecuador para el año 2019 creció un 4% y para el año 2030 tienen el propósito de ubicar al país como un destino turístico sostenible, el objetivo de esto es que “el turismo sea una fuente de ingresos para el país y para ello el plan comprende cinco ejes: movilización, destino, conectividad, fomento e inversión; en donde el monto estimado para este proyecto será de 14 millones de dólares” (Vanegas, 2019). Es un sector con proyección en el corto y largo plazo que tendrá resultados tangibles en la generación de riqueza, empleo, buen vivir e impacto económico. “Las divisas que dejó el 2019 fueron de 1852,5 millones de dólares y mencionan que la meta en ingresos para 2021 es una cifra conservadora y si se logra un crecimiento del 10% será un objetivo que se pueda lograr” (Telégrafo, 2020).

En cuanto al Cantón Riobamba ha convertido al turismo en una actividad socioeconómica de proyección y crecimiento, transformando la misma en una actividad multisectorial; cabe recalcar que uno de los problemas que tiene el cantón actualmente es el GADM Riobamba ya que no impulsa programas y proyectos sin embargo consideran que es efectiva la inversión que realiza el municipio y no tienen necesidad de que inviertan empresas turísticas en la ciudad, por el contrario los establecimientos de alojamiento y gastronomía señalan que un 66% no se sienten beneficiados por las actividades que realiza el GADM y aseguran que no existe promoción alguna sobre el turismo de la ciudad (Miranda, 2018). Las empresas privadas podrían participar como organizaciones que al mismo tiempo

que velan por sus intereses colaborarían en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, ya que sin la participación de ellos, el futuro del desarrollo local no están prometedor. Si bien no existen estadísticas especializadas al respecto, los atractivos por los que visitantes nacionales y extranjeros visita la ciudad son: la estación de tren Riobamba hasta la gran obra de ingeniería denominada Nariz del Diablo, áreas naturales protegidas como la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; que abarca al Coloso de los Andes, el Chimborazo, y el nevado Carihuayrazo; el Parque Nacional Sangay, área Patrimonio Natural de la Humanidad, todos ellos ligados a la cultura local (Miranda, 2012).

Los centros de Turismo Comunitario son otras de las opciones que están equipados con infraestructura típica andina, ideales para recibir a turistas nacionales y extranjeros, en donde ofrecen museos interpretativos y alojamiento lo cual complementa la experiencia comunitaria de los turistas que lo visitan. Esta propuesta socio-económica impulsa al desarrollo del sector rural en donde existen áreas atractivas para el turista que busca opciones diferentes a lo que ofrece la ciudad (GADM, 2020).

### 2.3.5. Sector Comercial

El comercio para (Bigné, 2003) lo define como:

La actividad económica consistente en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación, también es denominado al cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Los sectores comerciales son de gran importancia en el desarrollo económico de la sociedad, por reunir de manera planificada a las tiendas las cuales se le incorpora el comercio de artículos y el servicio que oferta al consumidor con la posibilidad de establecer comparaciones para adoptar decisiones en productos, calidad y precios.

Según (Horna, Guachamín, & Cevallos, 2008) el comercio “radica en que muchas de las demás actividades económicas tienen alguna relación con el comercio de bienes y/o servicios, lo cual genera una cadena de negocios de todos los tamaños, desde un vendedor hasta un supermercado”.

El comercio es una actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, sea para su uso o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor; dentro de las actividades se puede

determinar que son comerciales o industriales en donde existe un intercambio de bienes y servicios que se afectan a través de un comerciante.

El Comercio es uno de los sectores más robustos y diversificados de la economía ecuatoriana, representa el 9,5% del PIB, pero registra el 23% del total de las empresas del país y concentra el 41% del total de los ingresos del sector empresarial. Por su naturaleza, es un sector diverso y dinámico en el que sus actividades principales son los supermercados y distribuidores, tiendas de ropa y calzado, así como venta de vehículos, de productos farmacéuticos, de combustibles, comercialización de electrodomésticos y de productos para la construcción.

La industria de Alimentos y Bebidas en Ecuador representa el 38% de todo el sector industrial del país; siendo su desarrollo bastante interesante y competitivo, además su producción nacional ha ido en aumento durante los últimos años. Para ir a la par del desarrollo del sector, NIRSA trabaja de manera constante en la diversificación de su portafolio y ofrece al mercado nacional productos de calidad al alcance de todos que incluye: productos congelados (camarón, atún, corvina, dorado, tilapia y wahoo), productos congelados complementarios, jugos, arroz, conservas y fideos (EKOS, 2019)

La actividad comercial en Riobamba se encuentra inserta dentro de la dinámica del amplio desarrollo de los servicios urbanos ha crecido, ya sea relacionada con el trabajo por cuenta propia o al comercio que contrata mano de obra (GADM, 2014). El Gobierno municipal en turno carece de estrategias de comercialización para todos los sectores comerciales que están ubicados dentro de la ciudad y por consecuencia no toman acción que beneficien a la competitividad o a la formulación de objetivos conjuntos que ayuden al desarrollo económico que desde el punto de vista del Gobierno municipal generan mejoras sobre el tema, pero lamentablemente no se logra el objetivo y de esta manera existe una ineficiencia para la atracción de clientes potenciales o inversión en la ciudad. De igual manera hay que rescatar que las empresas privadas hacen esfuerzos por mejorar la competitividad en el cantón pero al igual que ellos encuentran problemas e imposibilidad de crear cambios sustanciales y un ambiente competitivo ya que no cuentan con el apoyo directo del gobierno local.

### **2.3.6. Sistema Financiero**

El sistema financiero según (López & González, 2008) lo define como:

Un conjunto de instituciones, instrumentos y mercados a través de los cuales se canaliza el ahorro hacia la inversión. En este contexto tendrán un papel muy importante los intermediarios financieros cuya función principal será fomentar el trasvase del ahorro hacia la inversión, teniendo en cuenta las distintas motivaciones y necesidades financieras de ahorradores e inversores. Este ahorro será canalizado desde las unidades excedentarias (prestamistas) hacia las unidades deficitarias (prestatarios), mediante la intervención de una serie de intermediarios financieros. (p.2)

En otras palabras, para (Uca, 2007) define al sistema financiero como:

Conjunto de instituciones que realizan algún o algunos tipos de operaciones financieras directas o indirectas, facilitando, por lo general, que los excedentes monetarios de algunas entidades puedan satisfacer las necesidades de liquidez de otras entidades. Estas instituciones se denominan también intermediarios financieros ya que habitualmente no facilitan sus propios recursos sino los de otros agentes económicos. (p.3)

El sistema financiero para (Dueñas, 2008) manifiesta que:

Opera como un intermediario entre las personas u organizaciones que disponen de suficiente capital y aquellas que necesitan y solicitan recursos monetarios para desarrollar proyectos de inversión e impulsar la actividad económica, conoce el movimiento del mercado de dinero y de capitales y usufructúa información clave del mercado bancario; de igual manera facilita la circulación del dinero en la economía permitiendo la realización de un sinnúmero de transacciones diarias. (p.4)

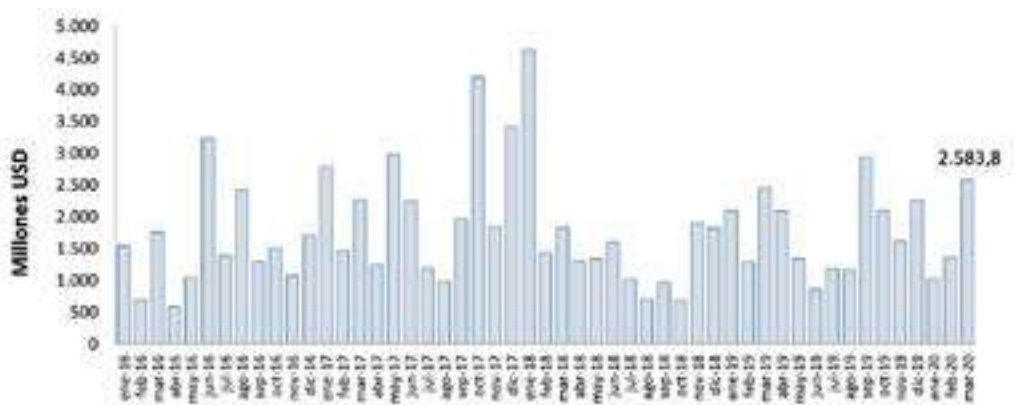
El funcionamiento del sistema financiero se basa en un conjunto de instituciones en el cual están encargados de captar e invertir el dinero de las personas y facilitan el movimiento del dinero en la economía, de igual manera trabajan como intermediarios ya que por medio de ellos se puede fomentar el desarrollo de la economía y proyectos de inversión; en sí las instituciones financieras son los intermediarios entre quienes tienen disponibilidad de recursos y quienes lo necesitan.

En el Ecuador el Panorama Financiero conformado por el Banco Central del Ecuador (BCE) y las Otras Sociedades de Depósito (OSD) presentaron movimientos en los niveles de liquidez por USD 2,583.8 millones en marzo de 2020,

mientras que en el mes anterior este valor fue de USD 1,366.3 millones. Los cambios en la liquidez en el período de análisis se deben a las operaciones del sector externo por USD 2,069.6 millones (80.1%), sector público por USD 359.8 millones (13.9%), sector privado por USD 146.8 millones (5.7%); y, los otros sectores por USD 7.6 millones (0.3%).

### LIQUIDEZ DEL SISTEMA FINANCIERO

Millones de USD, Mensual 2016-2020



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las fuentes de liquidez aumentan con los pasivos que el sistema financiero mantiene con los demás sectores de la economía interna y externa; y, con la redención de activos en poder de las entidades financieras (EFI). Estas transacciones no necesariamente implican dinero en circulación en la economía, pero sí constituyen el reflejo de las actividades económicas entre los sectores institucionales.

Para marzo de 2020, los principales movimientos de las fuentes de la liquidez del sistema financiero tuvieron su origen en los siguientes rubros: disminución de las reservas internacionales por USD 1,290.2 millones, reducción de los otros activos externos de las Otras Sociedades de Depósito (OSD) por USD 479.7 millones y aumento de los pasivos externos del BCE por USD 299.7 millones.

En el Cantón Riobamba con datos de la Superintendencia de Bancos se puede evidenciar que actualmente existen 10 bancos que operan; y según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria existen 28 cooperativas que en conjunto realizan un mayor esfuerzo por mantenerse vigentes ayudando a dinamizar



la economía. Las Instituciones Financieras del Cantón Riobamba contribuyen al desarrollo económico local por medio de créditos entre los principales sectores de comercio, actividades agropecuarias e industrias manufactureras; según (Asobanca, 2018) el mayor volumen de crédito es el de consumo 35,4%; microcrédito 30,5% y comercial con 22,9% y de esta manera aporta a que los habitantes de la ciudad desarrollen innovaciones personales.

### 2.3.7. Instituciones de Educación Superior

La educación superior para (Calderón, Zamora, & Medina, 2017) mencionan que:

La educación superior en todo el mundo tiende a ajustarse a los cambios que ha sufrido el capitalismo en todos los órdenes: social, político, económico, ideológico, cultural. La universitaria cuyos objetivos medulares son: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura. La misión de estos centros de educación superior a cargo del Estado es preparar, técnicos, profesionistas y científicos que estudien y aporten al desarrollo de las ciencias y las humanidades y que contribuyan con propuestas para la solución incluyente de los problemas de la sociedad mundial y de la nación en que se encuentren. *(p.315)*

Según (Guerrero & Faro, 2012) consideran que la educación tiene como objetivo:

La formación de capacidades y actitudes de los individuos para su integración a la sociedad como seres que sean capaces de regular el status quo y a la vez puedan transformar la realidad social en pos de los valores vigentes en un momento histórico determinado. Por tanto, la tarea de la educación superior es la formación de profesionales competentes; individuos que resuelvan creativamente, es decir, de manera novedosa, eficiente y eficaz, problemas sociales. *(p.39)*

La educación superior para la (UNESCO, 2009) menciona que:

Ayuda a erradicar la pobreza, fomentar el desarrollo sostenible y alcanzar objetivos acordados en el plano internacional, además en esta misma conferencia se destaca la responsabilidad de la educación superior como comprender y hacer frente a problemas económicos, culturales, sociales y científicos, de promover el pensamiento crítico y la ciudada-

nía activa, y debe velar por ella los entes interesados, en particular los gobiernos.

La educación superior es uno de los factores más importantes ya que ayuda al desarrollo de un país, y no solo en el desarrollo personal, sino que a su vez produce un avance a nivel nacional por medio de la profesionalización, a medida que se invierta más en el sector educativo, la población puede acceder a un mejor nivel de formación académica y de vida.

En Ecuador existen 60 universidades, de las cuales 29 son particulares, se suman 186 institutos superiores técnicos y tecnológicos, entre ellos 95 son particulares; la educación y principalmente la superior en el Ecuador ha tenido que generar cambios importantes en torno a cómo se educa a los estudiantes de los centros de educación superior dejando atrás paradigmas clasistas recurrentes, hasta hace poco dentro del área académica no solo a nivel superior sino también a niveles de educación básica. La Sociología, la Psicología, la Pedagogía, la Antropología y principalmente la Ciencia y Tecnología, han logrado una sustanciosa evolución durante los últimos 20 años, esto prácticamente ha obligado al proceso de enseñanza- aprendizaje a trasladarse hacia un nuevo ambiente, un nuevo nivel que surge del avance tecnológico al cual la educación tiene que estar estrechamente ligado principalmente en la utilización y optimización de los recursos constituidos por las TIC.

En la actualidad el país y todo el mundo está atrevesando una situación económica muy fuerte y es por eso que las instituciones de educación superior tendrán que encontrar soluciones innovadoras para su estabilidad financiera por el probable déficit en sus ingresos para los próximos años; se debe mencionar también que el régimen académico de la educación superior aporta a las políticas gubernamentales que regulan principalmente la validez de los títulos y grados académicos promoviendo la participación de los y las estudiantes en programas de vinculación con la sociedad y programas académicos a ser realizados por las universidades y escuelas técnicas tomando en cuenta que estos programas deben estar dirigidos hacia la innovación en la investigación (Cobos, 2018)

En Riobamba, el Ministerio de Inclusión Económica y Social en coordinación con el Instituto de Economía Popular y Solidaria y la SENESCYT promovieron acciones para fortalecer al sector de la Economía Popular y Solidaria con el objetivo de generar acuerdos con las instituciones de educación superior para

desarrollar procesos de capacitación a los actores entre ellos artesanos, pequeños productores y emprendedores de la ciudad (MIES, 2019). En el 2018 se plantearon diferentes propósitos entre ellos mencionaron que era necesario desarrollar competencias necesarias por medio de la educación superior y la formación técnica y tecnológica para generar empleo digno y emprendimientos que adopten aptitudes productivas, rescataron también los proyectos que fueron presentados por estudiantes de la ESPOCH como innovadores e impulsores de la economía.

### 2.3.8. Economía Popular y Solidaria

En el art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria menciona que:

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía Popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Según (Pinda, 2017) la Economía Popular y Solidaria se define como:

El conjunto de recursos, capacidades y actividades, de las instituciones que reglan la apropiación y disposición de los recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo realizados por los trabajadores, sus unidades domésticas (familiares y comunales), y las organizaciones específicas que se dan por extensión para lograr tales fines (emprendimientos unipersonales y familiares, redes de ayuda mutua, juntas con fines de gestión económica, cooperativas, asociaciones diversas) organizando los procesos naturales y las capacidades humanas con el objetivo de reproducir la vida y fuerza de trabajo en las mejores condiciones posibles esta economía opera a través de: la producción para el autoconsumo individual o comunitario, el trabajo asalariado, la producción para la venta obteniendo mediante estos dos últimos ingresos que a su vez permiten el acceso a los productos del trabajo de otros y la obtención de donaciones de

diverso tipo, transferencias monetarias y subsidios de costos y precios respecto a los valores de mercado.

En otras palabras para (Constitución de la República del Ecuador, 2008) la Economía Popular y Solidaria afirma que:

Es un sistema económico en la cual se integran instituciones, valores, y regulaciones que rigen los procesos de producción, distribución, circulación y consumo de acuerdo a las relaciones de cooperación, trabajo y naturaleza; el sentido es el desarrollo de la vida, es decir, la generación de las condiciones materiales para el sustento o la subsistencia de todos, lo cual se refleja en el concepto de sostenibilidad utilizado en la ley mencionada.

En el Ecuador nace de la necesidad de mejorar las condiciones de vida de todos los ecuatorianos especialmente de los sectores más vulnerables y para ello existen dos formas de organización la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario. En el Art.283 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. En el Art.311 menciona que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y del micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

En Riobamba se dio el proyecto denominado Somos tus Manos Ecuador, en el cual fue un éxito en la ciudad ya que obtuvieron alrededor de 18 mil dólares en ventas de las 40 asociaciones participantes, la feria recibió cerca de 11 mil visitantes en donde accedieron a los productos de los emprendedores de distintos sectores de la Economía Popular y Solidaria en las categorías de alimentación, moda, artesanías, artículos para el hogar, turismo entre otras; Francisco Aranda

presidente de la corporación Entzaya Aintzjea menciona que gracias al Instituto de Economía Popular y Solidaria pueden exponer sus productos e impulsar el crecimiento económico mediante ellos (IEPS, 2015). La Economía Popular y Solidaria es una propuesta del Gobierno para entender la economía diferente que antepone al ser humano sobre el capital, y la red de ferias es una apuesta del IEPS para mostrar lo mejor de sus emprendimientos como lo ha hecho la ciudad de Riobamba.

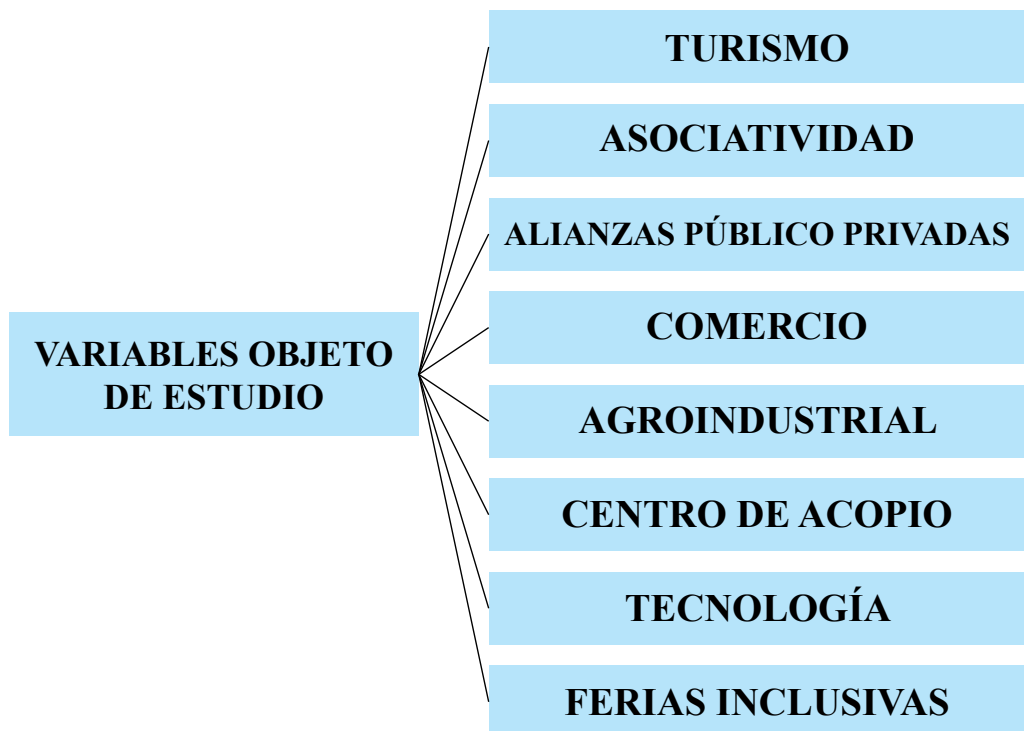
## CAPITULO III

# VARIABLES DE DESARROLLO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### 3.1. PLANTEAMIENTO DE VARIABLES

Partiendo de las conceptualizaciones expuestas en los capítulos anteriores, se contempla necesario identificar las variables que se relacionan de forma sistémica con el Desarrollo Económico Local y la Responsabilidad Social Corporativa, es así como en la Figura 3.1., se plantean las mismas:

**Figura 3.1.**  
*Variables de Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa*



### 3.1.1. Turismo

El turismo hoy en día es considerado como un fenómeno que cobra una mayor importancia dentro de la economía mundial, además siendo una alternativa de sustentabilidad y poner fin a la pobreza, el hambre y promover el bienestar de la comunidad.

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de los individuos o grupos de personas y se fundamenta por los diferentes motivos de recreación, descanso, cultura o salud. Estos se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro destino, en el que se desarrolla o ejercen alguna actividad lucrativa no remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (De la Torre, 1994).

Para la Organización Mundial del Turismo (OTM, 2008), este debe entenderse como el conjunto de actividades que realizan en un ámbito social y cultural que cada una de las personas durante sus viajes a lugares distintos a los de su origen, los cuales implican un gasto turístico y se lo realiza por un periodo determinado, con fines de ocio, por trabajo entre otros motivos.

Desde un enfoque sistémico, el turismo se lo conoce como un conjunto de elementos o partes que se relacionan, de este modo se conforma un sistema turístico. Sergio Molina (2000) establece una fundamentación más estructurada que tienen un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas, cuyas partes son:

14. Superestructura: es el conjunto de las instituciones públicas y privadas que soportan de una manera jurídica y legal a toda actividad turística, así como los procesos que se llevan a cabo en el mercado de dicho producto. De esta manera es esencial considerar los soportes o base legal del ámbito turístico, partiendo de un orden jerárquico.
15. Demanda: está constituida por los turistas y por las diversas necesidades físicas y espirituales. Además, se encuentra compuesta por los turistas residentes del país o los extranjeros.
16. Atractivo: son aquellas que se constituyen como uno de los principales motivos al flujo turístico. Y a su vez se los puede clasificar en:
  - Sitios naturales

- Folklore
  - Museos y manifestaciones culturales
  - Eventos programados
  - Realizaciones técnicas y artísticas
17. Equipamiento e instalaciones: esta comprende cada uno de los establecimientos especializados en la presentación de dicho producto y las instalaciones que lo apoyan.
18. Infraestructura: son los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico, normalmente estas sirven también en la gestión de otras actividades económica que resultan para satisfacer las necesidades sociales. Además, se clasifica en una infraestructura interna y externa que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro.
19. Comunidad local: conformado por todos los residentes que se encuentran de forma permanente en la localidad o también conocidos como la comunidad receptora. (Molina, 2000)

### 3.1.2. Asociatividad

La asociatividad es muy importante a la hora de ganar más competitividad en el mercado ya que existe un compromiso y convicción entre empresarios capaces de enfrentar los retos de la apertura de los mercados. Para que se desarrolle una asociación existen varias razones que pueden ser internas, competitivas o estratégicas. Ya que realizan altos niveles de desarrollo tecnológico y cambios profundos en cuando al modo de enfocar y dirigir las organizaciones y así procuran una supervivencia empresarial, especialmente en las Mipymes ya que son un nuevo entorno económico mundial.

La asociatividad surge como un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que se enfrentan a un proceso de globalización. Cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los demás participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial (Vegas Rodríguez , 2008).

Para lograr una asociatividad se debe establecer brechas de confianza y aplicando compromisos entre las dos partes, para que de esta manera puedan trabajar



en equipo, buscando objetivos, metas e intereses comunes.

### Tipos de asociatividad

20. Redes de cooperación
21. Articulación comercial
22. Alianza en cadenas productivas
23. Alianzas cluters
24. Joint Venture

La asociatividad se ha convertido es un modelo eficiente para mejorar el acceso a nuevos mercados, transparencia administrativa, mejor formación laboral y tener un mejoramiento continuo de las capacidades empresariales para cumplir con el objetivo en común que es ganar más rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

### 3.1.3. Alianza Público -Privado

Las alianzas Público – Privado (APP) se refieren a un acuerdo entre el sector público y privado y son buenas alternativas para el desarrollo de proyectos. Orientada a desarrollar infraestructura y servicios públicos en ámbitos de educación, salud y calidad. Las APP también aportan mayor eficiencia y sostenibilidad a los servicios públicos, de igual manera pueden permitir una mejor distribución de los riesgos entre las entidades públicas y privadas.

Las APP son colaboradores voluntarios a través de las cuales los individuos, grupos y organizaciones se ponen de acuerdo en trabajar conjuntamente para cumplir una obligación o llevar a cabo una iniciativa específica, comprendiendo los riesgos, así como los beneficios y revisando la relación regularmente siempre que sea necesario. (Pérez M. , 2017)

Es importante concebir que las APP contribuyen a la diversificación de la economía y mejora la competitividad y ayudan solventar las limitaciones del sector público en beneficio para la ciudadanía, además ayudan a estimular la inversión en la infraestructura y fortalecer el impulso y crecimiento de la economía de una región o país.

### 3.1.4. Comercio

El comercio, se encuentra estrechamente relacionado con la actividad que desarrolle la empresa y la figura del comerciante o empresario. De la cual se desarrolla la actividad económica que es el intercambio o transferencia de bienes y servicios de los diferentes actores económicos posibles. Esta se considera como una de las actividades más antiguas de los cuales se fundamentaron las primeras economías. Como al principio se dio el trueque y fue evolucionando y se extendió a diversas fronteras para hacer llegar los diversos productos a los posibles consumidores. (Raffino, 2020)

Cuando se habla de comercio se entiende toda actividad que involucra un intercambio de productos o servicios a través de la compra o venta del mismo, de igual manera se ha creado organizaciones que regulan el proceso del comercio como es la Organización Mundial del Comercio (OMC) con el objetivo de ayudar e impulsar a los productores de bienes y servicios a llevar adelante a las actividades que brindan.

Los elementos del comercio que hacen posible dicho proceso son: el fabricante, el distribuidor y el consumidor. (Pérez, 2020)

- El fabricante: es quien se encarga de manufacturar los productos que serán comercializados a partir de las materias primas. Además de producir en grandes cantidades para cubrir con la demanda de los mismo ante el universo extenso de los compradores.
- Distribuidor: es quien compra de una forma directa al fabricante y es el encargado de repartir y llevar los productos mayoristas o minoristas, los cuales se encargan de vender la mercancía que llegara al consumidor final. El distribuidor juega un papel importante para la venta del bien o servicio ya que es el que facilita el alcance de la mercancía y lo posee en los puntos estratégicos de venta para una mayor adquisición para el consumidor.
- Consumidor: es una persona natural o jurídica que demanda los productos o servicios a los proveedores a cambio de dinero, para satisfacer una necesidad o para el funcionamiento óptimo de la empresa.

El comerciante ocupa un papel fundamental en la economía de una localidad, región o país, ya que su principal función es la compra y venta de mercancías

para la obtención de una ganancia por el intercambio. El comerciante posee dos tipos como: comerciante individual y comerciante colectivo. (Pérez, 2020)

### Tipos de comercio

- Comercio mayorista: es aquel que compra en grandes cantidades, directamente a los fabricantes o agentes y lo revenden a otros distribuidores o a personas en cantidades pequeñas.
- Comercio minorista: es aquel que adquiere la mercadería al mayorista y compra por volumen.
- Comercio formal e informal: esos dos tipos de comercio se distinguen el uno del otro por estar o no sujetos a los estatutos legales. Por un lado, está el comercio formal que es aquel que se encuentra regulado por el estado y está sujeto a la normativa, y su importancia es que tiene la capacidad de impulsar, dinamizar, diversificar la economía de un país. Mientras que el comercio informal realiza sus actividades fuera de la normativa y evade los impuestos y demás formalidades jurídicas.
- Comercio electrónico o e-commerce: es un tipo de comercio más modernos que se trata de la compra o venta de los artículos a través de plataformas electrónicas y redes de comunicación masivas.
- Comercio justo: es un sistema que sustenta la relación comercial voluntaria entre los productores y consumidores. Buscando cambiar los hábitos y reglas convencionales para que se desarrolle un comercio más justo y equitativo.
- Comercio nacional o interno: es el intercambio de bienes o servicios dentro de un país ya sea de una manera local o regional.
- Comercio internacional: es aquel que se realiza la compra o venta de los productos que se lo realizan fuera del país. Se lo clasifica en comercio de exportaciones (venta) e importaciones (compra).

El comercio es muy importante en una economía de una región o país, ya que es el encargado de conseguir productos que no se producen localmente y poderlos distribuir a la sociedad a cambio de un valor monetario. Además, esta actividad sirve para mantener el dinero en circulación, mejorar la economía y el nivel de vida de los ciudadanos.

### 3.1.5. Agroindustrial

La agroindustria es la actividad económica que comprende tanto a la producción industrialización y comercialización de productos agrarios pecuarios, forestales y bilógicos. Además, implica el desarrollo para ejecutar cada uno de los procesos que sirven para transformar las materias primas en productos elaborados. Facilitando la durabilidad y disponibilidad del producto, esta a su vez se divide en dos categorías como: la alimentaria (encargada a la transformación de materia prima de agricultura, ganadería y pesca y silvicultura), en esta transformación se incluyen los procesos de selección de calidad y la clasificación por tamaño, embalaje y almacenamiento de los productos agrícolas. Por otro lado, tenemos la rama no alimentaria (es la parte de transformación de los productos que sirven como materias primas, utilizando los recursos naturales para realizar diferentes productos industriales) (Jardin , 2013).

La agroindustria según la Organización de las Naciones Unidad para la Alimentación y la Agricultura (FAO) se refiere a la subserie de actividades de manufacturación mediante las cuales se elaboran materias primas y productos intermedios derivados del sector agrícola. Además, son productos que sufren alguna transformación y son procedentes de la agricultura, actividad forestal y pesca. (Tafur, 2014)

A continuación, en la Tabla 3.1. se clasifica a la agroindustria (Jardin , 2013)

**Tabla 3.1.:**  
Clasificación de la agroindustria

<b>Sin transformación</b>	<b>Con transformación</b>
Centros de acopio <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche</li> <li>• Pescado</li> <li>• Frutas y verduras</li> <li>• Materia prima para la industria</li> </ul>	Primer grado de transformación <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservación y empaque del producto o elaboración (deshidratado de frutas y verduras, secados de tostado de pipas de girasol y tabaco, enlatados de frutas y verduras, pasteurizado de leche y miel, etc.)</li> </ul> Segundo grado de transformación <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subproductos de leche y carne</li> <li>• Tratamiento del cuero</li> <li>• Productos panadería y pasta</li> <li>• Derivados de azúcar</li> </ul>
Almacenamiento <ul style="list-style-type: none"> <li>• Silo de granos</li> <li>• Almacenamiento de materia prima o producto elaborado</li> <li>• Cámaras frigoríficas</li> <li>• Congeladoras</li> </ul>	Tercer grado de transformación <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tejedurías, subproducto del cacao, café instantáneo, muebles y marroqui-nería</li> </ul> Servicio <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incubadoras de huevos</li> <li>• Tratamientos de desperdicios</li> </ul>

Fuente: (Jardín , 2013)

(Salcedo & Lya, 2014) investigadores del Departamento de Agricultura y Protección al consumidor de la FAO, señalan que la pequeña agricultura es un factor fundamental ya que cada vez la agroindustria participa en el desarrollo socioeconómico. Tomando en cuenta que mientras exista un buen manejo de la agroindustria se obtiene beneficios como:

- Brindar un ingreso digno al campesino.
- Genera fuentes de trabajo estables.

- Reducción de las pérdidas de post-cosecha y aumenta la conservación de los productos, de igual manera ayuda a generar un valor agregado, permitiendo ampliar la oferta de productos con mejores características nutritivas.
- Mayor flexibilidad comparativa con diferentes industrias.
- Mayor flexibilidad en integración de los procesos de capital y mano de obra.
- Desarrollo equilibrado, justo y sustentable.
- Prolongar la vida útil de los productos.

### 3.1.6. Centro de acopio

El centro de acopio según el Diccionario de la Real Academia Española señala como la acumulación de grandes cantidades de un producto en un espacio determinado. Por lo habitual el centro de acopio existe por aquellos productores pequeños, que por cuestiones de tamaño, empaque y mercadeo se encuentran con dificultades para comercializar los productos de manera directa. Estos espacios de acopio sirven para los pequeños productores ya que reducen costos y negocian en conjunto, obteniendo un mayor beneficio al vender las mercancías (Pérez Porto & Gardey, 2015).

Nivel de procesos- captura de valor

- Producto de campo
- Producto fresco
- Producto seleccionado-clasificado-encerrado
- Pre cortados (atmosferas modificadas)
- Pre cosidos (esterilizados y deshidratados)
- Productos transformados con un valor agregado

El centro de acopio puede ser definidas por dos categorías como:

25. Centro de acopio de materiales: la principal función es consolidar las compras de insumos y materiales para los grupos de agricultores en una

zona determinada, buscando un propósito para obtener mejores precios, condiciones de pago y mejores servicios para que los vendedores puedan ofertar los insumos como: fertilizantes y nutrientes agroquímicos para elevar la calidad de las cosechas.

26. Centro de acopio de productos agrícolas: la principal función de este acopio es la consolidación de la oferta de los productos de la zona con el fin de ofertar a un mayor volumen con estándares de calidad, empaquetado y movilización de abasto local y regional

Es importante comprender que el centro de acopio beneficia a los pequeños productores, para que puedan competir con los mercados de grandes centros urbanos, con calidad y cantidad suficiente para abastecer y hacer frente a la demanda. De igual manera el centro de acopio ayuda a que los productores sometan a un proceso de selección y empaquetado según la calidad para que lo puedan distribuir a los diversos mercados.

### 3.1.7. Tecnología

La tecnología ha sido un motor de progreso y se ha convertido en un factor indispensable para el crecimiento económico de un país. Además, brinda una mayor productividad por la automatización del trabajo, generando que la oferta de empleos aumente.

La tecnología es el conjunto de instrumentos y conocimientos que el hombre aplica para transformar la realidad material o inmaterial, en orden a satisfacer las necesidades humanas, buscando un uso más eficiente de los recursos y posibilitando el protagonismo personal y colectivo de individuos y los pueblos. (Palomo Pérez , 1997)

Es el conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso, que puede ser la solución de un problema específico del individuo o la satisfacción de alguna de sus necesidades (Raffino M. , 2020)

Al comprender que una tecnología es el conjunto de conocimientos técnico, se las clasifica en los siguientes tipos:

- Tecnología fija: es una tecnología no reutilizable. Como: las refinerías, la petroquímica, el cemento y la refinería de combustibles.

- Tecnología flexible: se usa los conocimientos técnicos para la elaboración de otro tipo de servicios o producto. Como: la farmacéutica, simulación 3d y la automotriz.
- Tecnología blanda: es la agrupación de los conocimientos que se relación con la planificación, comercialización y la administración. Como: procedimientos de marketing, conexiones de wifi, logística, recursos humanos y herramientas de administración.
- Tecnología dura: es el conjunto de conocimientos técnicos, que ayudan a generar aparatos como las maquinas. Ejemplos: impresora, radio, brújula, molinos de viento, celular, etc.
- Tecnología en equipo: esta tecnología se aplica para las industrias como son las industrias plastias o industrias textiles.
- Tecnología de operación: esta tecnología es el resultado de técnicas que se observaron por un tiempo determinado, sirviendo como una precisión de la observación para incorporar lo observado. Ejemplo de incidencias de tecnologías de equipos o procesos de la fabricación de un producto o servicio.
- Tecnología de producto: se agrupa las técnicas, características y conocimiento que se ocupan para la construcción de un producto o servicio en particular.
- Tecnología limpia: esta tecnología implica que se lo elabora de una manera racional y equilibrada de los recursos para no perjudicar al medio ambiente. (R, 2018)

La tecnología en la actualidad ha logrado tener un lugar indispensable para potenciar el desarrollo y oportunidades. Según la revista Forbes menciona que la tecnología en la nube y la inteligencia artificial está marcando nuevas tendencias en beneficios a las industrias, como la nueva creación de procesos que elevan la productividad, generando nuevas áreas en las compañías en cuanto a la innovación y tecnología, por lo que es necesario proponer una integración con las capacidades humanas y la tecnología para impulsar a las empresas. Además, manifiesta que la automatización de tareas no significa que se generara mayor desempleo sino por lo contrario aumenta las ofertas de empleo, mayores ganancias y un mayor crecimiento para las empresas y el país.



Desde esa perspectiva, la tecnología seguirá impactando a la humanidad de una manera positiva y potenciando a la economía, con la optimización del uso de recursos en industrias y transformar a las empresas. Tomando en cuenta que para que las empresas prosperen en una economía digital y globalizada, las habilidades o destrezas de cada uno de los colaboradores deben seguir el ritmo y el avance tecnológico.

### 3.1.8. Ferias inclusivas

Según la (República del Ecuador - Asamblea Nacional, 2008) en el art No. 6 numeral 13 menciona que la feria inclusiva es: “evento realizado al que acuden las entidades contratantes a presentar demandas de bienes y servicios, que generen oportunidades a través de la participación incluyente, de artesanos, micro y pequeños productores en procedimientos ágiles y transparentes, para adquisición de bienes y servicios, de conformidad con el reglamento” (Tapia Hermida & Riera Suárez, 2018). Las ferias inclusivas es un evento público que promueve la participación de actores de la economía popular y solidaria, artesanos, micro y pequeñas unidades productivas, para incrementar la producción nacional y el desarrollo de la economía del país, es un procedimiento que pueden utilizar todas las entidades contratantes para satisfacer sus requerimientos en cuanto a la contratación de obras, bienes y servicios (SERCOP, Manual operativo de ferias inclusivas, 2017)

De igual manera se establece que el procedimiento consta de tres fases como:

- Fase preparatoria: incluye la elaboración y modificación de un plan anual de contrataciones, así como la elaboración de estudios de mercado y presupuestos.
- Fase precontractual: se establece una convocatoria que inicia con la publicación de la propuesta en el portal del Instituto del Servicio Nacional de Contratación Pública.
- Fase contractual: en esta fase se cumple con todas las acciones estipuladas en lo suscrito.

Las ferias inclusivas ayudan a elevar el nivel de desarrollo social y productivo de los habitantes. Además, ayuda a la formación de redes de productores, enfocándose en generar productos y a su vez disminuir los obstáculos de acceso al mercado público, de este modo, se desarrolla un fortalecimiento en la economía

popular y solidaria, generación de empleo, construcción equitativa, distribución de la riqueza a corto plazo, fortalecimiento de una democracia sustantiva e incrementa la generación de oportunidades.

## CAPITULO IV

### SECTOR EMPRESARIAL EN EL CANTÓN RIOBAMBA

#### 4.1. ANTECEDENTES

La ubicación del Cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo en Ecuador, constituye sin duda la principal ventaja competitiva del territorio, pues al ubicarse en el centro del país su presencia es estratégica para favorecer el relacionamiento con todas las regiones y principales ciudades del país.

Según el último censo de población del cantón Riobamba al año 2010 la población, fue de 234.170 habitantes de los cuales el 69,43 % residían en el área urbana y el 30,57 % en el área rural. De este total de población el 42,36% son hombres, y el 57,64% son mujeres en la zona rural y el 47,89% son hombres y el 52,11% son mujeres en la zona urbana. (INEC, 2010)

El Cantón Riobamba ocupa una superficie de 979,70 km<sup>2</sup>, está constituido por cinco parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquies; y de once parroquias rurales: San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punín, Cubijíes, San Luis, Pungalá y Licán. (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba, 2020)

Las principales actividades en el Cantón son la producción agrícola/ganadera, explotación de áridos y pétreos, manufactura, turismo, comercio y el emprendimiento. La producción agropecuaria se caracteriza por ser una actividad desarrollada especialmente en el área rural con pequeñas extensiones de tierra, con poca transformación e industrialización de productos, la cual abastece al consumo interno de la ciudad de Riobamba a través de las plazas, mercados y centros comerciales populares, resaltando que el excedente de producción se comercializa en las demás urbes a través de los grandes mercados mayoristas de ciudades vecinas como Ambato, Quito y Guayaquil, donde tienen gran demanda por su calidad.

#### 4.1.1. Análisis económico productivo

Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo ubicada en la región andina del Ecuador, a pesar de que no cuenta con un parque industrial, dispone de

9.690 microempresas, pequeñas, medianas y grandes (INEC, 2016) que generarían empleos directos y promueven el desarrollo Local del Cantón.

Contemplando el enfoque económico, en el Cantón se pueden distinguir dos realidades diferentes; en el área rural la economía se fundamenta esencialmente por las actividades primarias como la agricultura y la ganadería, caracterizada como diversos factores como: de organización comunitaria, insumos agrícolas, crédito y financiamiento, capacitación, mercados, sistemas de comercialización, entre otros; mientras que en el área urbana, gran parte de la población, realiza actividades de comercio de bienes y servicios.

Según información generada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2019), los sistemas productivos del Cantón Riobamba tienen cuatro orientaciones: mercantil, marginal, combinado y empresarial.

En la tabla 4.1., se observa el análisis del sistema productivo en el Cantón Riobamba, considerando que la superficie destinada a actividades agrarias es de 38882,7 hectáreas, se establece que los sistemas productivos de mayor peso en la economía cantonal son el mercantil y el marginal, con el 70,30% y 24,36% de la superficie, respectivamente, lo cual evidencia que los procesos productivos en actividades primarias siguen manteniendo técnicas tradicionales que no han logrado avanzar hacia sistemas que puedan generar economías de escala y por ende un desarrollo económico local promotor de riqueza; por otro lado, hay un incipiente desarrollo del sistema productivo combinado que ocupa el 4,24% de la superficie con uso agrario y un empresarial con el 1,10%.

**Tabla 4.1:**  
Sistemas Productivos del Cantón Riobamba

Sistemas Productivos	Hectareas	%
Empresarial	429.22	0.43%
Combiando	1648.47	1.65%
Mercantil	27837.19	27.87%
Marginal	10058.85	10.07%
No aplica	53680.64	53.75%
SNAP	6223.52	6.23%

Fuente: (MAG, 2019)

De acuerdo con el Plan Estratégico Programático Institucional del (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba, 2010) los principales problemas que tiene el Cantón en el ámbito económico productivo son el incumplimiento de políticas de Estado y ausencia de políticas del gobierno local para un desarrollo económico cantonal con una creciente explotación laboral y un limitado acceso a beneficios sociales, además de una evidente desorganización en los procesos productivos ya que no se cuenta con una normativa clara que impulse y motive al productor agropecuario, artesanal, turístico, industrial, etc.

La inestabilidad económica del cantón Riobamba no permite alcanzar niveles de desarrollo económicos apropiados para el incremento del empleo y subempleo y por ende el desarrollo económico esperado (Romero C. e., 2017) por lo que es necesario contar con estrategias que permitan mejorar la calidad de vida de la población riobambeña, en este sentido, es imperante la identificación de la problemática actual en el ámbito económico productivo del cantón, con la finalidad de plantear lineamientos que promuevan el Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa que ayuden a la generación de fuentes de empleo, al fortalecimiento de micro y pequeñas unidades productivas, redes de cooperación, redes de comercialización, formación del recurso humano, fortalecimiento del tejido económico generando el desarrollo en un entorno competitivo, que posibilite el progreso de las empresas, la generación de nuevas fuentes de empleo y lucha efectiva contra la pobreza y la desnutrición,

### 4.2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Considerando la necesidad de diagnosticar la situación actual del sector empresarial del Cantón Riobamba y sobre todo partiendo del análisis bibliográfico especializado realizado en los capítulos anteriores, se aborda como punto de partida a las ocho variables del Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa, para estructurar la herramienta de diagnóstico o constructo que constituye un aporte científico evidente en la presente obra.

En este sentido, se contempla como población a las 9.690 microempresas, pequeñas, medianas y grandes (INEC, 2016) y como muestra a 427 de ellas, seleccionadas bajo el método estadístico de muestreo probabilístico estratificado, el cual se muestra en la tabla 4.2.

**Tabla 4.2:**  
Muestreo probabilístico estratificado

Tipo De Empresa	Nº Empresas	Muestreo Estratificado
Micro	9248	320
Pequeñas Y Medianas	423	102
Grande	19	5
Total Empresas	9690	427

**4.2.1. Instrumento de Diagnóstico**

**Encuesta aplicada a las Empresas del cantón Riobamba**

Objetivo: Determinar la situación actual del desarrollo económico local con responsabilidad social en el cantón de Riobamba provincia de Chimborazo

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y responda con sinceridad analizando la realidad de su entorno. Esta encuesta es anónima y debe ser respondida por las empresas del cantón Riobamba.

**DESARROLLO**

Nombre de la Empresa: .....

Departamento o Área: .....

Marque con una X su respuesta:

Preguntas	Nunca	Casi Nunca	A veces	Con Frecuencia	Siempre
<b>TURISMO</b>					
1. ¿Cree que las empresas que se dedican al turismo generan un valor agregado a los productos y servicios que ofrecen?					

2. ¿Considera que el turismo contribuye a la economía local del cantón Riobamba?					
3. ¿Considera que la calidad es muy importante en los lugares turísticos?					
4. ¿Conoce si el equipamiento e instalaciones de la empresa se encuentran en las condiciones adecuadas?					
5. ¿Considera que la infraestructura es esencial para un mejor desenvolvimiento en el turismo?					
6. ¿Cree Ud. que las actividades productivas del turismo impactan positivamente en las comunidades locales?					
<b>ASOCIATIVIDAD</b>					
7. ¿Considera que la gestión que realizan las organizaciones para asociarse es la adecuada?					
8. ¿Cree que la cooperación y trabajo en equipo son fundamentales para que una asociación tenga éxito?					
9. ¿Piensa que los compromisos entre las dos partes son esencial para que la asociacion alcance las metas establecidas?					
10. ¿Considera que la asociatividad garantiza el posicionamiento en el mercado?					
11. ¿Considera importante potenciar el encadenamiento productivo a nivel local para fortalecer a los emprendimientos locales?					

12. ¿Está de acuerdo que una asociatividad ayuda a mejorar el acceso a nuevos mercados y fortalecer las capacidades empresariales?					
<b>ALIANZA PÚBLICO-PRIVADAS</b>					
13. ¿Considera que las alianzas están orientadas a desarrollar infraestructura y servicios públicos?					
14. ¿Considera que una alianza genera un incremento de eficiencia?					
15. ¿Cree que una alianza promueve una sostenibilidad a largo plazo?					
16. ¿Piensa que el desarrollo de una alianza beneficia a mejorar los suministros de servicios públicos?					
17. ¿Considera que existe un equilibrio en la distribución de riesgo entre empresas públicas y privadas?					
<b>COMERCIO</b>					
18. ¿Considera que los comerciantes cumplen los requerimientos que exige la demanda?					
19. ¿Cree Ud. que los intermediarios pagan a los productores un precio justo?					
20. ¿Está usted de acuerdo que se establezca un seguimiento y control sobre los precios de los productos?					
21. ¿Considera Ud. Que el gobierno garantiza un beneficio equitativo de las oportunidades y la formación de procesos productivos en el cantón?					
<b>AGROINDUSTRIAL</b>					



22. ¿Piensa que las empresas cuentan con la tecnología adecuada para la industrialización de productos?					
23. ¿Conoce si las agroindustrias establecen planes de desarrollo sustentable?					
24. ¿Considera importante la responsabilidad social corporativa en la toma de decisiones de la empresa?					
25. ¿Considera que los procesos son los adecuados para la transformación de los productos agrarios, forestales y biológicos?					
<b>CENTRO DE ACOPIO</b>					
26. ¿Considera que un centro de acopio beneficia a los pequeños productores?					
27. ¿Cree Ud. que se debe desarrollar cursos de capacitación para para potenciar la comercialización de los productos a través de servicios de valor agregado?					
28. ¿Considera que se debe ejecutar un plan de ayuda técnica para el sector comercial?					
29. ¿Considera que el centro de acopio fortalecerá la oferta de productos de calidad y empaçado?					
30. ¿Cree que es necesario asegurar acuerdos de comercialización, procedimientos y comercialización para el aumento de la demanda?					
<b>TECNOLOGÍA</b>					
31. ¿Piensa que la automatización del trabajo ha beneficiado a los empleados de las empresas?					

32. ¿Considera Ud. Que las empresas del Cantón están en constante innovación?					
33. ¿Cree que la tecnología ayuda a incrementar la productividad en las empresas?					
34. ¿Considera Ud. que la tecnología optimiza el uso más eficiente de los recursos?					
35. ¿Piensa que el correcto uso de las tecnologías beneficia al crecimiento económico de las empresas en el Cantón?					
<b>FERIAS INCLUSIVAS</b>					
36. ¿Considera Ud. que la normativa nacional vigente brinda las facilidades necesarias para las ferias inclusivas?					
37. ¿Las capacitaciones socio-productivas contribuyen a la evolución de su empresa?					
38. ¿Considera que la asistencia técnica es adecuada para cumplir con los objetivos?					
39. ¿Considera que el Fortalecimiento en los grupos asociados es fundamental para realizar las ferias inclusivas?					

Mencione las debilidades organizacionales de la empresa

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

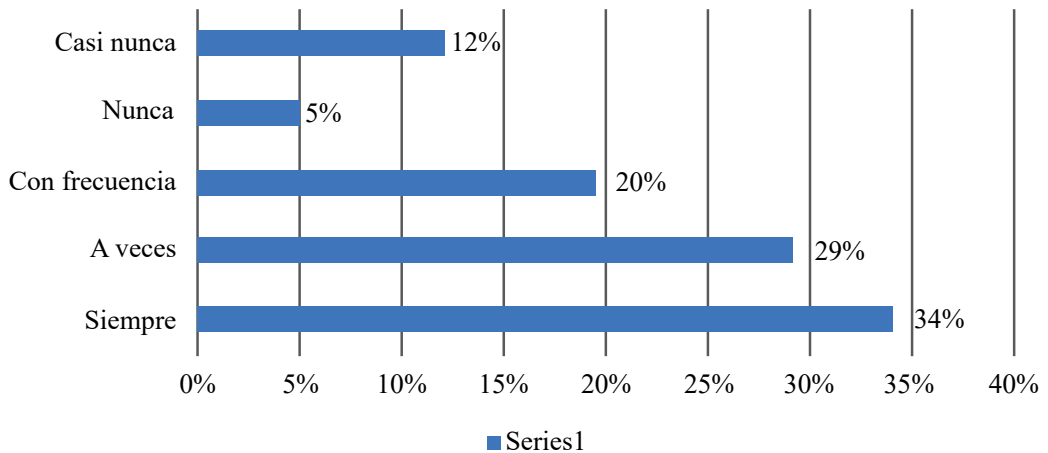
¡Gracias por su colaboración!

### 4.2.2. Análisis e interpretación de Resultados

Variable: Turismo

Figura 4. 1.

Pregunta 1 ¿Cree que las empresas que se dedican al turismo generan un valor agregado a los productos y servicios que ofrecen?



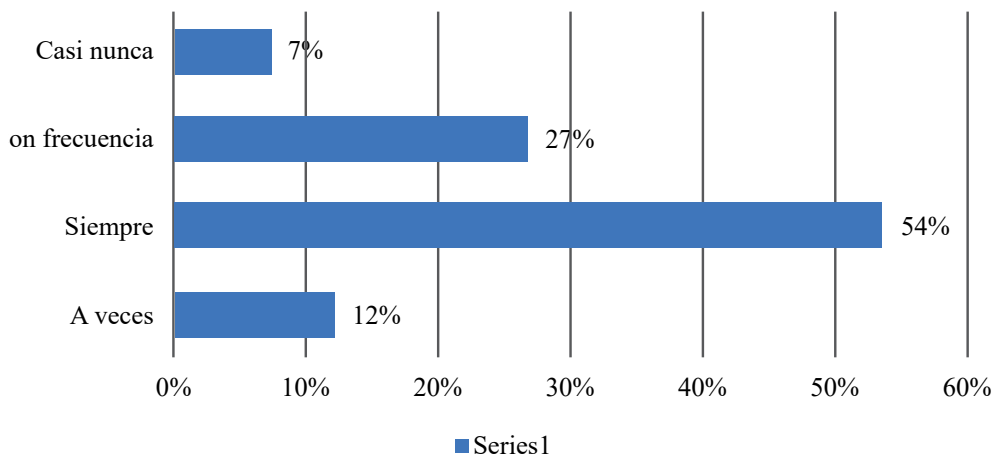
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con las encuestas realizadas a varias personas en la localidad se ha determinado que un 34% de ellos, piensa que las empresas que se dedican al turismo generan un valor agregado las mismas que captan un mayor nivel de ingresos con el fin de mejorar y establecer una atención de calidad , por otro lado el 20% aduce que dichas empresas con frecuencia tienen un beneficio adicional en

algunos de sus productos o servicios por lo tanto no satisfacen las requerimientos de cada uno de los consumidores, lo que desencadenara en un mínimo número de clientes reduciendo así su utilidad, ahora bien el 5% de las personas se encuentran insatisfechas, es decir las empresas no han cubierto sus necesidades con nuevas e innovadoras ideas que llamen la atención de los usuarios, lo que genera un gran impacto a su economía.

**Figura 4.2.**

Pregunta 2. ¿Considera que el turismo contribuye a la economía local del cantón Riobamba?

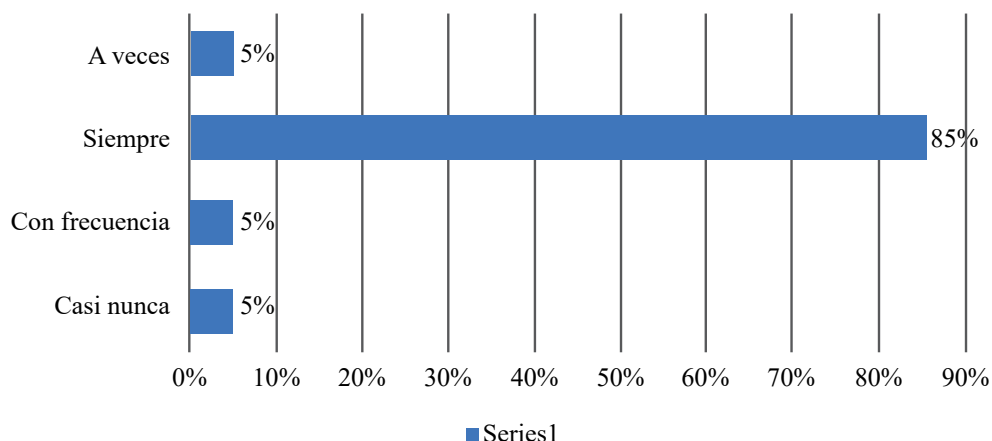


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Al analizar los resultados existe un 54% considera que el turismo contribuye en la economía local del cantón Riobamba, ya que hace representación a ingresos, cuya contribución ayuda al empleo sin dejar a un lado que el sector turístico contribuye al PIB del país luego de la construcción de la agricultura -pesca. Además el 12% manifiesta que solo a veces se ve al turismo como generador económico de la localidad, esto puede ser por que no se ha presentado una diversificación de la oferta turística para los clientes. Por otro lado el 7% expresa que nunca el turismo se lo ha visto como algo que genere ingresos representativos, tal vez por que ellos no se han visto beneficiarios de los servicios antes mencionados.

**Figura 4.3.**

Pregunta3. ¿Considera que la calidad es muy importante en los lugares turísticos?

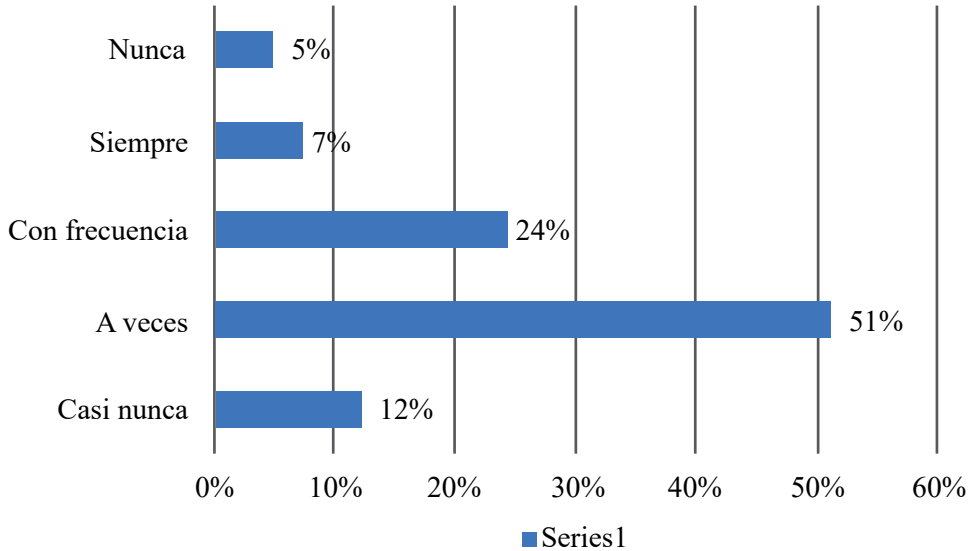


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con las encuestas realizadas el 85% piensa que siempre es importante la calidad que brindan los lugares turísticos, ya que es la imagen es una carta de presentación que tiene con sus consumidores, es decir que estas personas han recibido un trato adecuado y que dichos lugares han sabido satisfacer sus necesidades. Por otro lado, el 5%, dice que casi nunca es bueno el servicio que ofrecen, viendo esto de manera insatisfecha con respecto a lo recibió, se podría deber a que algunos lugares no tienen las instalaciones adecuadas lo que hace que los clientes no vuelvan más, disminuyendo así los ingresos de la agencia.

**Figura 4.4.**

Pregunta 4. ¿Conoce si el equipamiento e instalaciones de la empresa se encuentra en las condiciones adecuadas?

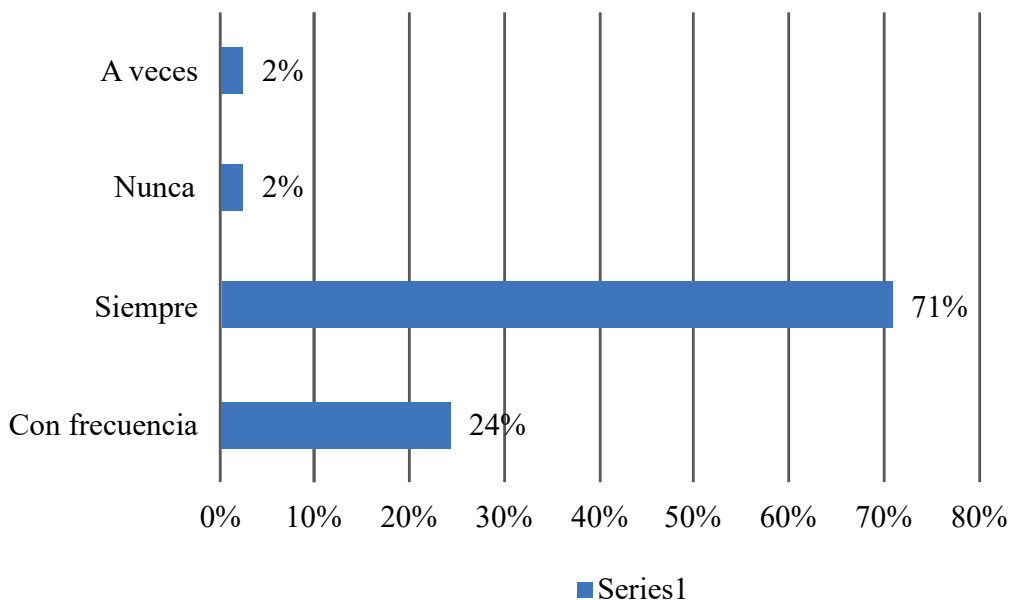


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Como podemos observar en las encuestas realizadas el 51% ,manifiesta que solo a veces se conoce si el equipamiento e instalaciones de los lugares turisticoss se encuentran en las condiciones adecuadas, esto puede deberse a que los lugares son al aire libre lo que no es lo mismo que estar en la ciudad lo que provoca descontento en los consumidores que son los que generam ingresos importantes en el sector del turismo, sin embargo el 24% que con frecuencia si conoce el buen estado que tienen las instalciones para mantener una estadia placentera . finalmente el 5% , dice que nunca , esto podria ser por que no han tenido una informacion brindada del personal que trabaja en los lugares turisticos dejando asi al descontento a los clientes.

**Figura 4.5.**

Pregunta 5. ¿Considera que la infraestructura es esencial para un mejor desenvolvimiento en el turismo?

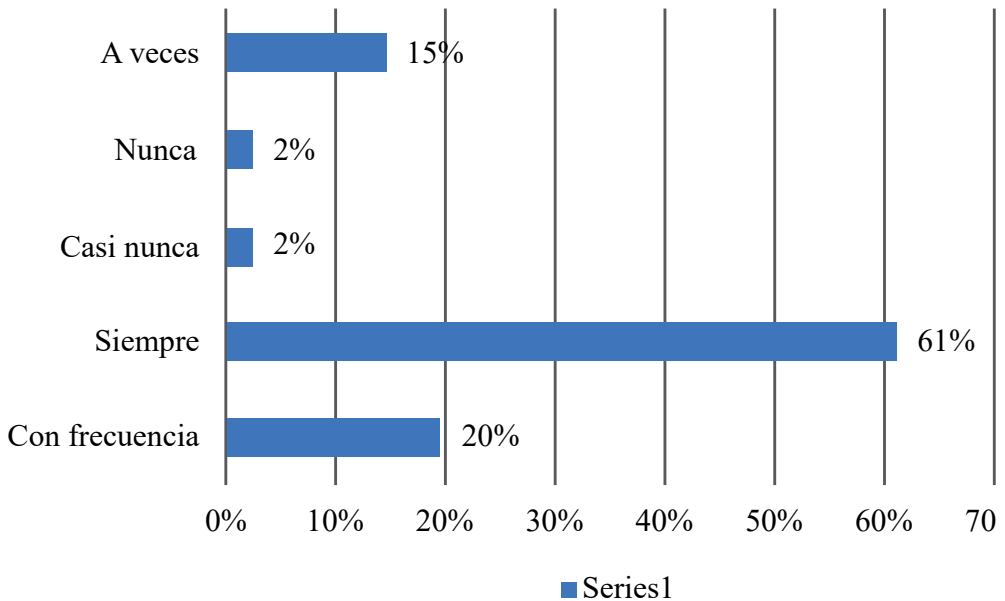


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con esta grafica podemos denotar que el 71% considera que siempre la infraestructura es esencial para un mejor desenvolvimiento en el turismo , lo que genera un ambiente adecuado para cada uno de los visitantes, ya que con ello captariamos un mayor numero de clientes, en donde cada una de las instalaciones representara un entorno de tranquilidad y paz hacia los mismos. Tambien se puede observar que 24% de los encuestados manifiesta que con frecuencia no es necesario una buena infraestructura , siempre y cuando las empresas ofrezcan un buen servicio en donde puedan cubrir con todas sus necesidades. Por otra parte el 2% considera que no es importante que el sector turistico no cuente con unas adecuadas edificaciones ya que en su carta de presentación se encuentra todos sus prestaciones que cubren con todos los requerimientos de los diferentes usuarios.

**Figura 4.6.**

Pregunta 6. ¿ Cree Ud. que las actividades productivas del turismo impactan positivamente en las comunidades locales?



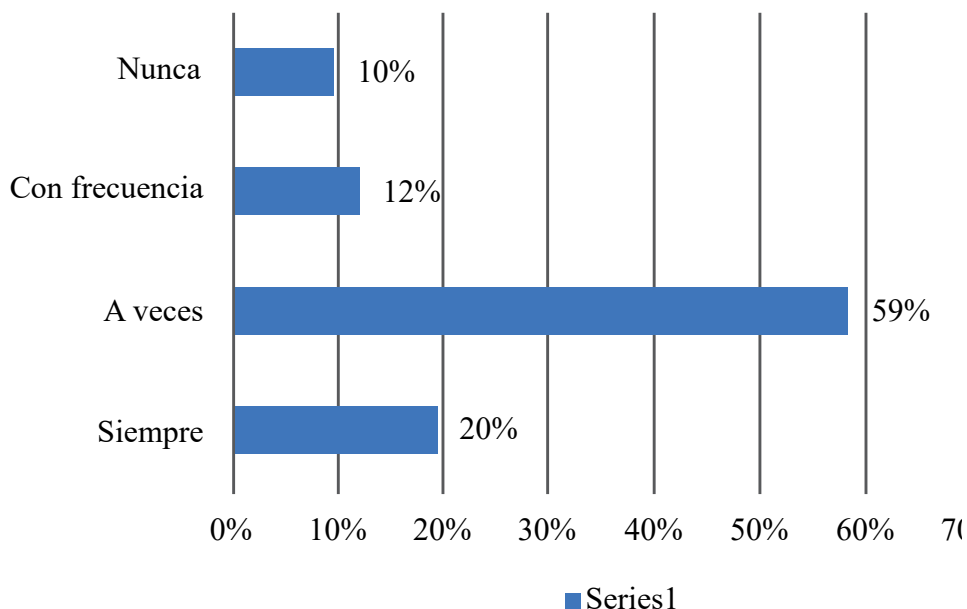
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Al analizar los resultados existentes que el 61% indica que las actividades productivas del turismo siempre tienen un impacto en las comunidades locales, por los altos niveles de destrucción en la flora y fauna de dichos lugares por lo que ha provocado que estos sectores aledaños no tengan una confianza en las agencias de turismo para que los usuarios puedan admirar la belleza de sus paisajes. Además el 20% expresa que con frecuencia este es un problema que las compañías turísticas no toman al momento de compartir sus prestaciones con los usuarios los mismos que ayudan a la contaminación perjudicando así al trabajo. Para concluir el 2% piensa que nunca dichas acciones dañan a la naturaleza de los panoramas de su localidad ya que no se han visto afectadas por estos efectos nocivos.



**Figura 4.7.**

Pregunta 7. ¿Considera que la gestión que realizan las organizaciones para asociarse es la adecuada?

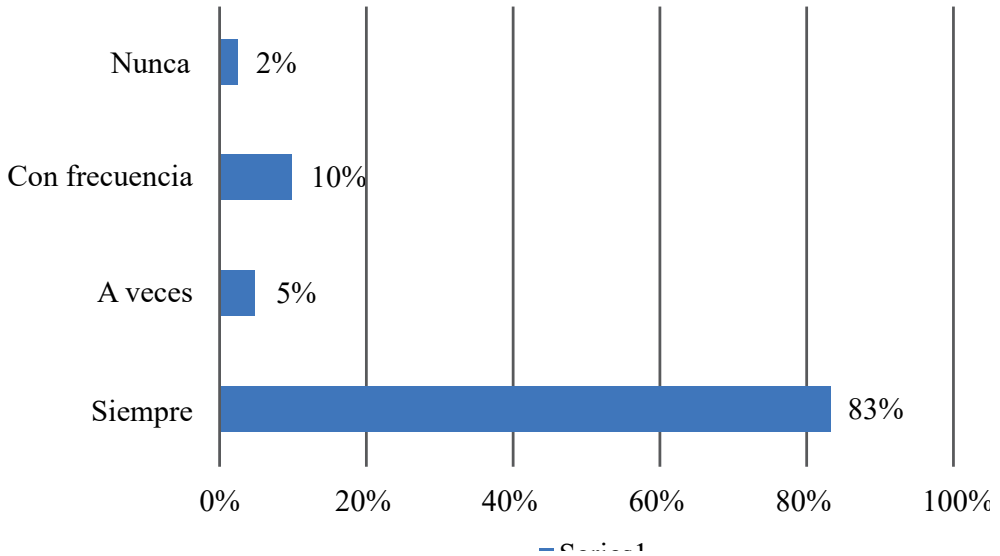


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Con los resultados obtenidos se puede denotar que el 59% de las personas manifiestan que a veces la gestión que realizan las organizaciones son las adecuadas ya que plantean un cronograma para la realización de todas sus actividades previstas para no tener ningún percance con los tiempos de los usuarios, y de esta manera ofrecer un servicio de calidad. Por lo tanto, el 20% aduce que dichas entidades siempre tienen una excelente gestión, ya que se ha visto reflejado en todo desenvolvimiento en cada uno de sus productos y prestaciones en donde la demanda de sus clientes ha sido satisfecha, por último, nos encontramos con un 10% que expresa que nunca han encontrado una buena comisión en dichas empresas las cuales no satisfacen a los clientes.

**Figura 4.8.**

Pregunta 8. ¿Cree que la cooperación y trabajo en equipo son fundamentales para que una asociación tenga éxito?

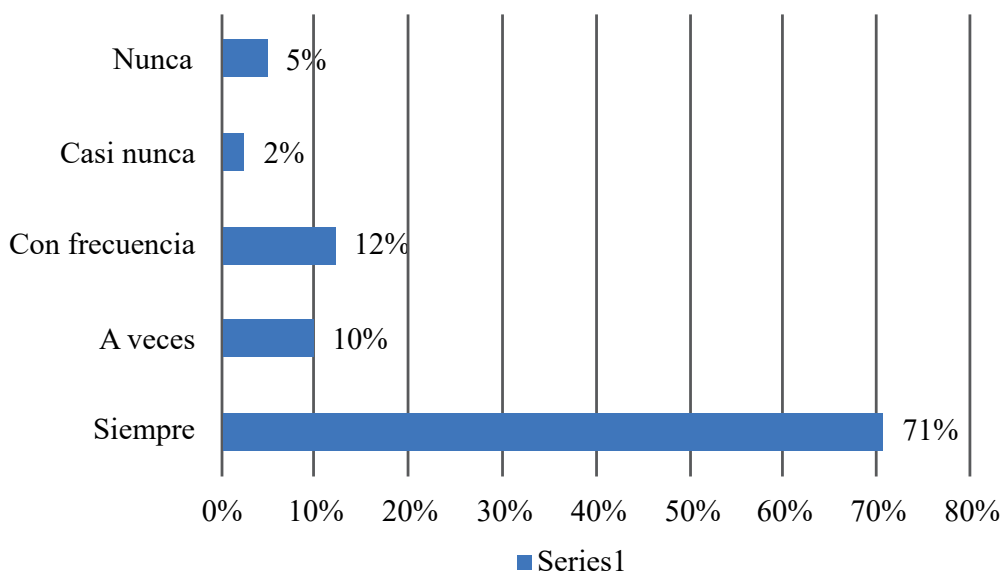


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con las encuestas se determina que el 83% piensa que siempre es necesario que la cooperación y el trabajo en equipo cumplan un rol fundamental para el éxito de una organización, estableciendo normas de convivencia y buenas relaciones laborales, en donde el trabajo de uno sea complementario de otro y de esta manera poder lograr las metas propuestas. Sin embargo el 2% determina que no es necesario una buena gestión para que las entidades que prestan sus servicios tengan un mayor resultado en el futuro dejando a un lado el compañerismo y solo viendo por los beneficios de unos y no de todos.

**Figura 4.9.**

Pregunta 9. ¿Piensa que los compromisos entre las dos partes son esencial para que la asociacion alcance las metas establecidas?

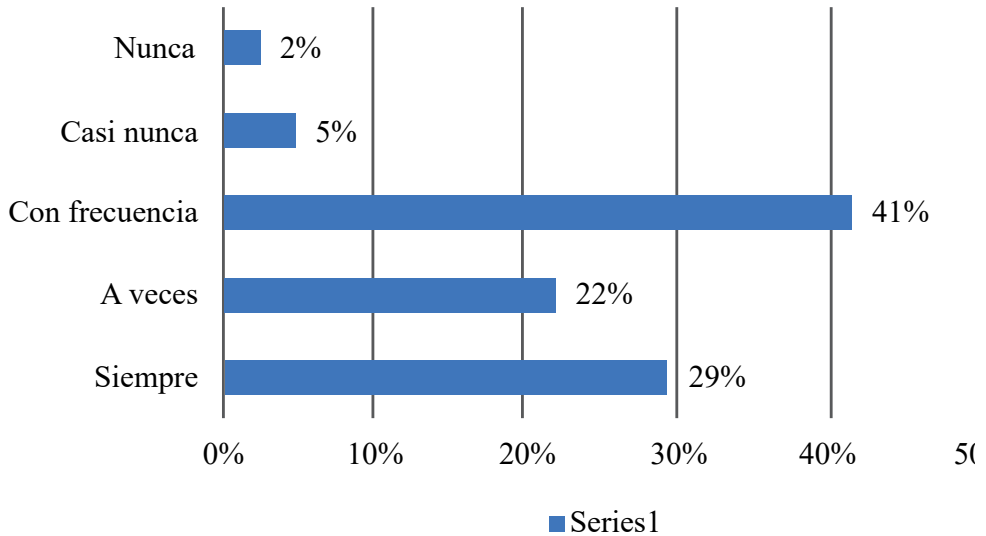


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis de esta grafico podemos denotar que un 71% piensa que siempre es fundamental los compromisos en ambas partes al momento de realizar cualquier tipo de negociación ya que la misma ayudara al éxito de la empresa , en donde se fortalecerá el compromiso al momento de tener los resultados adecuados, por otro lado se encuentra un 12% que establece que con frecuencia es necesario mantener responsabilidades y un buen desempeño para que de manera oportuna logren sus metas ya sean a corto o largo plazo , y al final esta el 5% visualiza que nunca se deberá mantener un enfoque en las entidades ya que las mismas saben cuales son sus funciones en las cuales se encuentra el giro ya que de eso dependerá el los fracasos o triunfos para cada una de las partes.

**Figura 4.10.**

Pregunta 10. ¿Considera que la asociatividad garantiza el posicionamiento en el mercado?

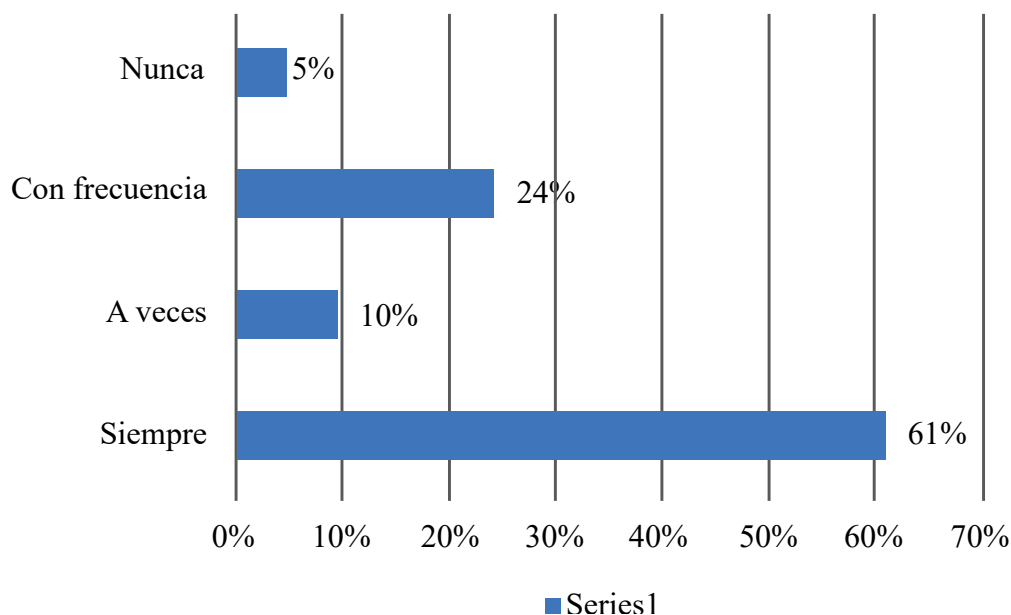


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Mediante los resultados obtenidos tenemos que el 41% expresa que con frecuencia una asociación garantiza el posicionamiento en el mercado, cuando sus productos han sido de calidad y se ha denotado la diferencia con la competencia por ende dichas empresas lograran que el número de clientes se incremente cada día más, ahora bien el 22% en su punto de vista manifiesta que solo a veces las asociaciones puedan logran posicionarse en el mercado, ya que no cumplen con algunos requerimientos de los diferentes clientes, por lo tanto hace que su producto sea consumible pero no primordial, al final detectamos que un 2% no le importa tener un beneficio de reconocimiento sobre su mercadería ofrecida en el mercado competitivo.

Figura 4.11.

Pregunta 11. ¿Considera importante potenciar el encadenamiento productivo a nivel local para fortalecer a los emprendimientos locales?

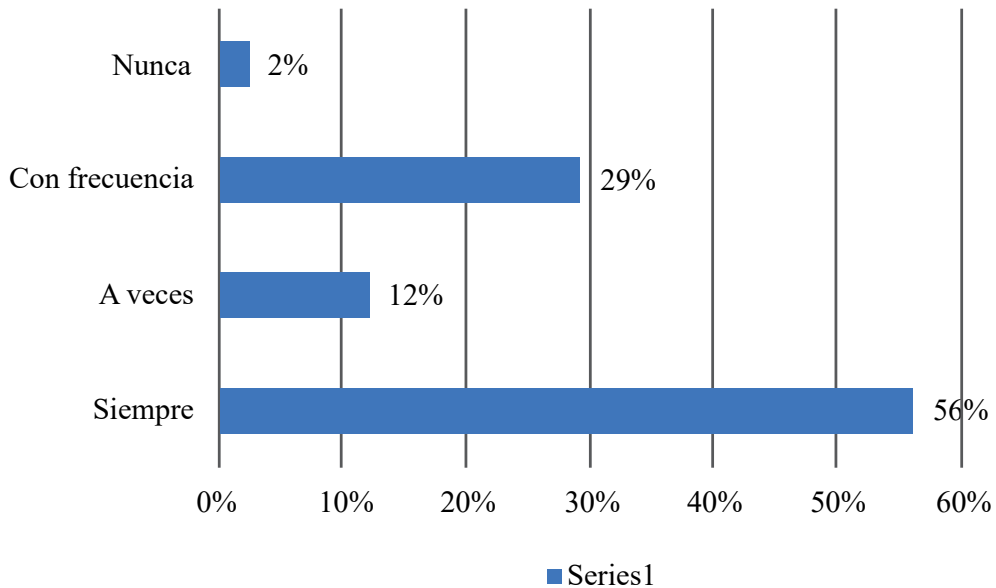


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Al analizar la gráfica de resultados podemos denotar que el 61% considera que siempre es importante potenciar el encadenamiento productivo a nivel local ya que con ello ayudaran a un mayor crecimiento económico para cada uno de los emprendimientos, en donde a su vez sean reconocidos por presentar un producto de calidad hacia las demás personas, la misma que será eficiente, por otro lado el 24% considera que no es de mayor categoría el desarrollo de cada una de sus ideas las cuales sean acogidas de mejor manera por los individuos. Finalmente, el 5% es a quienes no les importa incluirse en un conjunto para destacar su producto, y así puedan interactuar con otras asociaciones de tal manera que obtengan beneficios conjuntamente y aumentar el nivel de competitividad.

**Figura 4.12.**

Pregunta 12. ¿Está de acuerdo que una asociatividad ayuda a mejorar el acceso a nuevos mercados y fortalecer las capacidades empresariales?

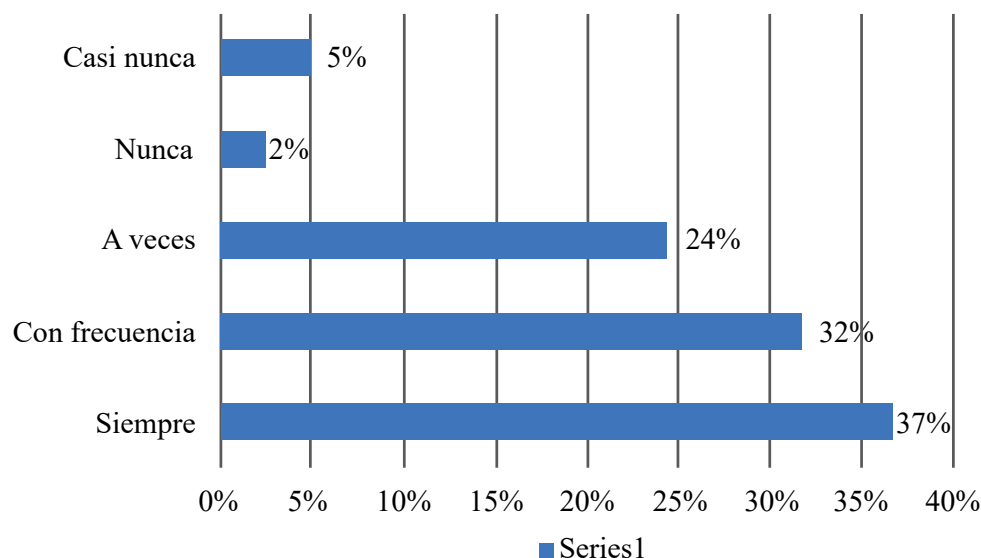


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis del presente gráfico podemos visualizar que el 56% está de acuerdo que una asociatividad es esencial para el fortalecimiento de nuevos y amplios mercados ya que con ello aumentara las capacidades empresariales que se reflejaran en los ingresos de cada una de ellas, ya que al formar este tipo de alianzas se promoverá un amplio crecimiento financiero. Por ende, el 29% piensa que las organizaciones puedan brindar una mejor forma de asistencia para sus federaciones con el aumento de sus potencialidades empresariales. Además, el 2% está en desacuerdo con que para estar en los mercados influyentes y tener buenas capacidades en manera de las empresas tenga ver estrechamente con la unión con otras entidades, pudiendo desarrollarse de manera individual.

**Figura 4.13.**

Pregunta 13. ¿Considera que las alianzas están orientadas a desarrollar infraestructura y servicios públicos?

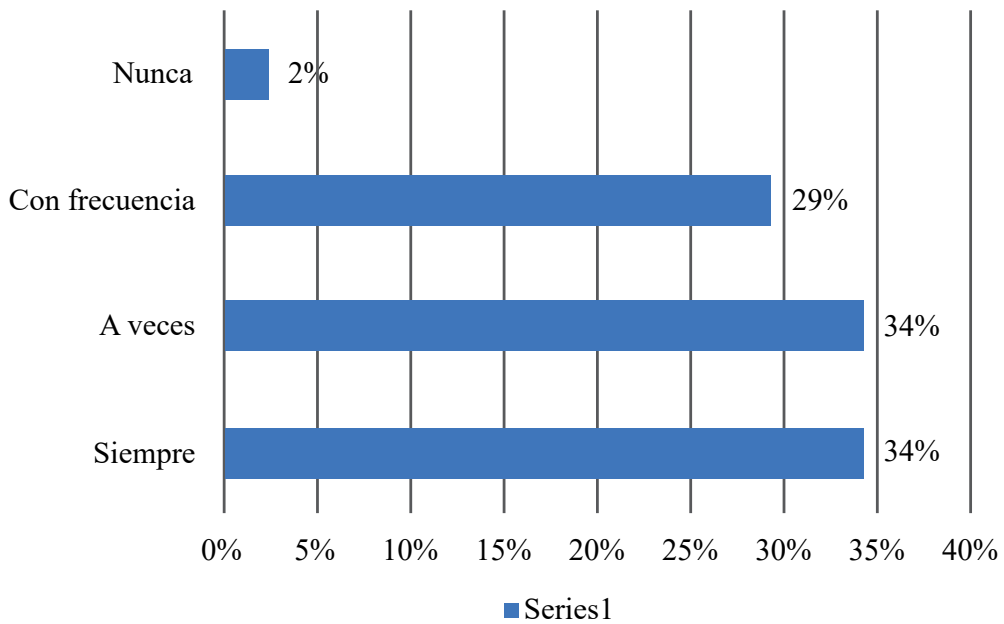


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con el gráfico se observa que el 37% de los encuestados considera que las alianzas están orientadas al desarrollo de la infraestructura y servicios públicos debido a que esto les otorgara de una mejor manera la captación de sus clientes. Por ende, el 32% considera que las federaciones estas encaminadas en el desarrollo de las subestructuras y en la administración de los bienes debido a que no siempre ven el porvenir de las misma sino más bien algo material por ende no ponen énfasis en su construcción, por otro lado, se encuentra que un 2% consideran que no es apropiado tener algún tipo de correlaciones con otras entidades para el funcionamiento de la misma y el mejoramiento de su establecimiento.

**Figura 4.14.**

Pregunta 6.14. ¿Considera que una alianza genera un incremento de eficiencia?



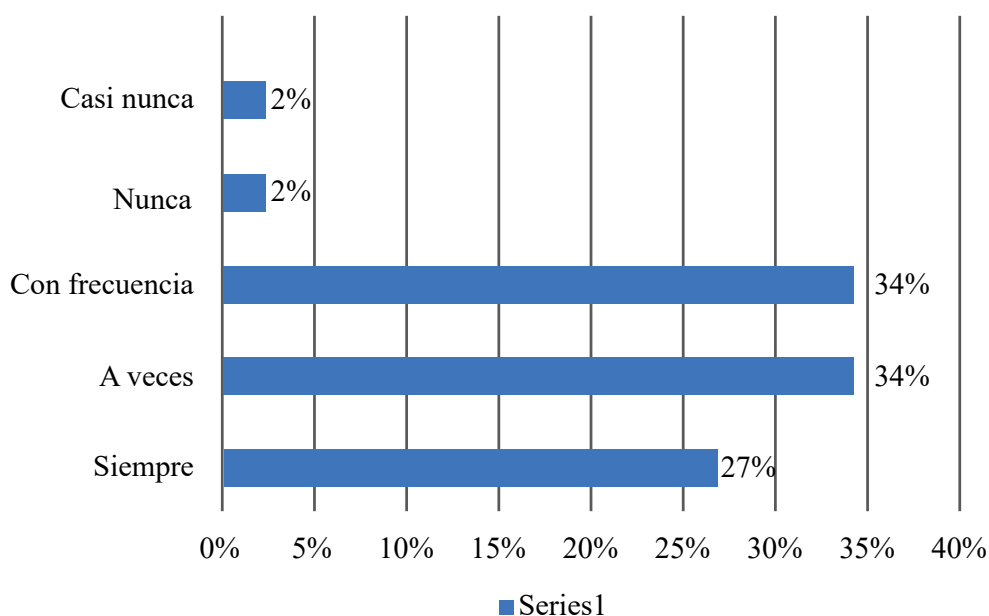
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

De acuerdo con las encuestas realizadas el 34% considera que una alianza generara algún incremento en su eficiencia debido a esto hace que su rentabilidad vaya creciendo más, por lo que establece nuevas herramientas de trabajo. Por ende, el 29 % establece que las organizaciones aumentarán constantemente en el valor de los resultados esperados, por lo tanto, un 2% considera que la intervención de alguna entidad no siempre será una mejor solución para su crecimiento empresarial, ya que las mismas tiene un lugar muy bien posesionado en el mercado.



Figura 4.15.

Pregunta 15. ¿Cree que una alianza promueve una sostenibilidad a largo plazo?

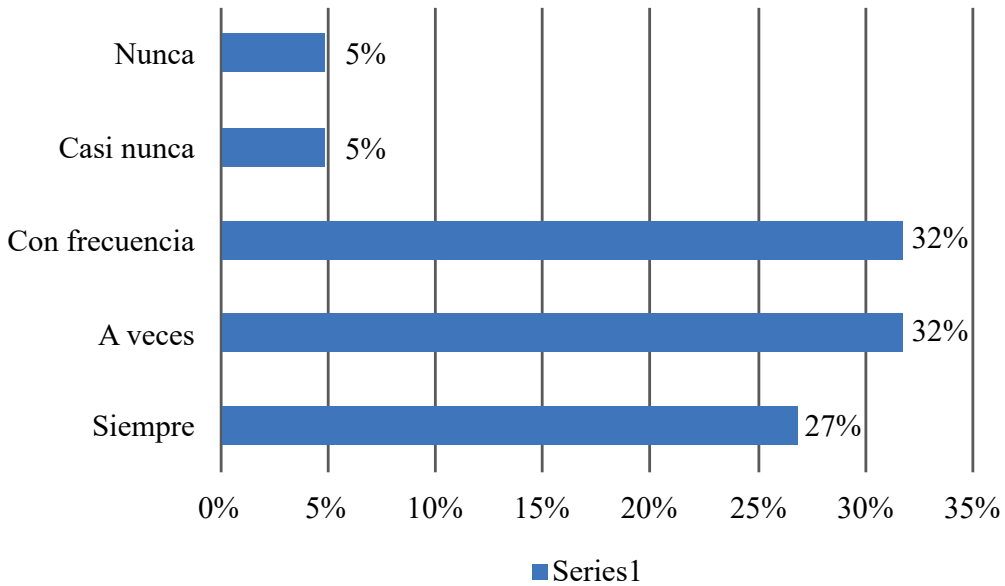


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Según la gráfica el 34% de las personas cree que la intervención de algunas alianzas promoverá algún tipo de sostenibilidad el momento de querer satisfacer dichas necesidades generadas por cada uno de sus clientes, en los cuales coticen los recursos disponibles en cada una de las entidades. Por ende, un 27% piensa que una organización siempre estará en proceso de tener conservabilidad, la cual ayude al mejoramiento y cooperación de las empresas, finalmente un 2% considera que nunca en el crecimiento de su compañía se relaciona con los parámetros establecidos.

Figura 4.16.

Pregunta 16. ¿Piensa que el desarrollo de una alianza beneficia a mejorar los suministros de servicios públicos?

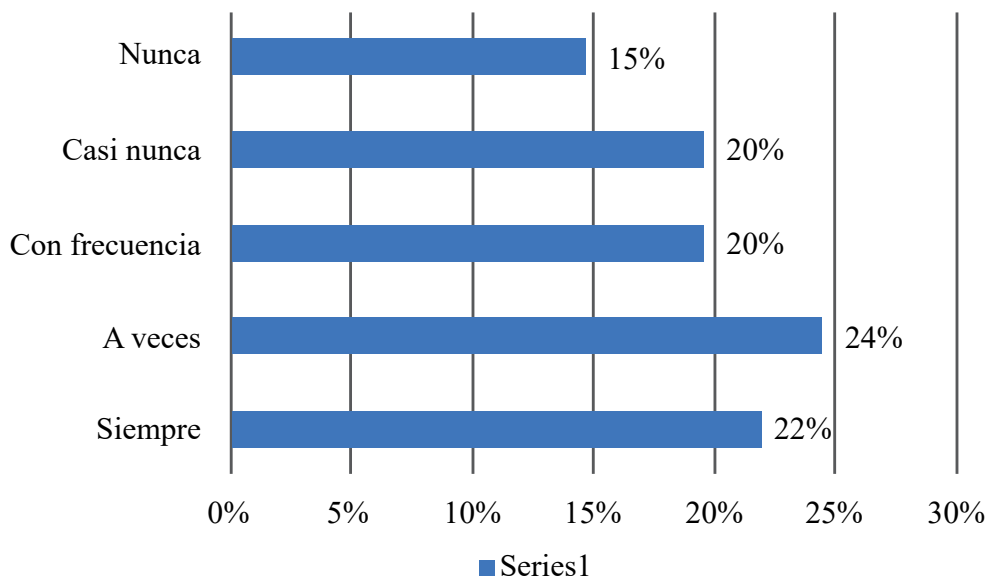


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Según los datos reflejados en las encuestas el 32% piensa a veces que el desarrollo de una alianza beneficiara de mejor manera los suministros de servicios públicos, en el cual se generara alguna estrategia en el proceso de optimizar los recursos. Por otro lado, el 27% estipulan que la distribución y manejos de dichos implementos que siempre favorecerán en el manejo de productos que abastezcan a la rentabilidad de dichas entidades. Por lo cual un 5% tiene presente a los competidores los mismos que tendrán que adaptarse de una u otra manera a los cambios establecidos por las empresas.

**Figura 4.17**

Pregunta 17. ¿Considera que existe un equilibrio en la distribución de riesgo entre empresas públicas y privadas?

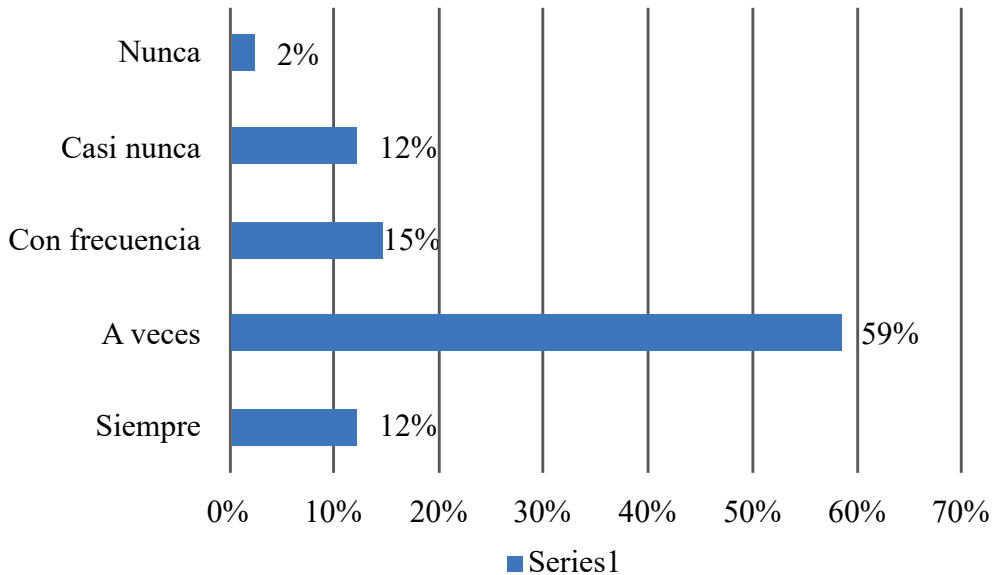


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Según los resultados se observa que el 24% considera que existe un equilibrio en la distribución de riesgo entre empresas públicas y privadas debido a que su plan estratégico está debidamente especificado la comercialización de sus recursos. Por otro lado, el 20% considera que frecuentemente existe algún tipo de amenazas en la colocación presentadas por dichas empresas. Finalmente, el 15% aduce que nunca se encontró algún tipo de peligro en la planificación de sus productos de cada una de las compañías.

**Figura 4.18.**

Pregunta 18. ¿Considera que los comerciantes cumplen los requerimientos que exige la demanda?

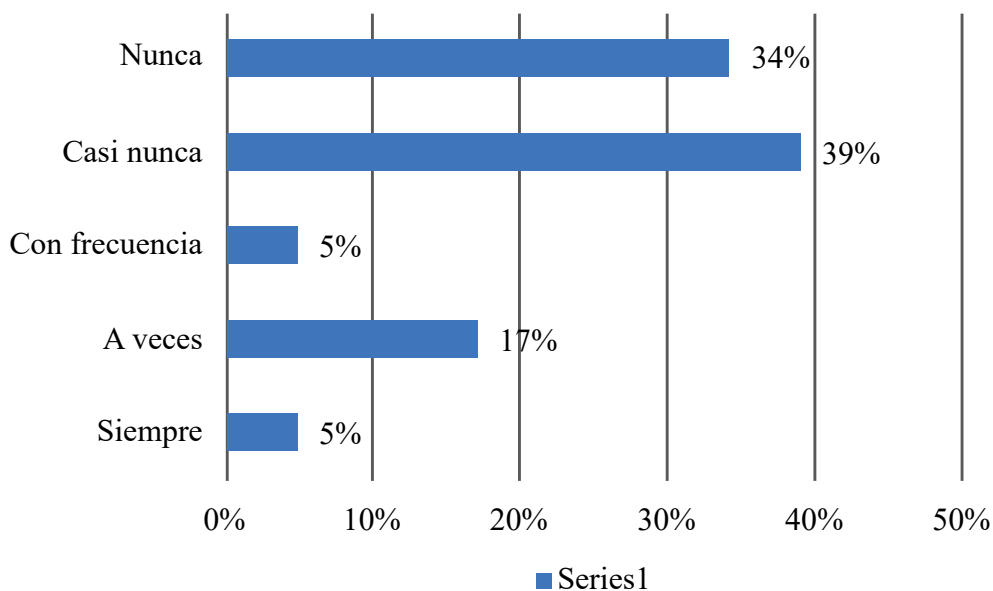


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con la gráfica se observa que el 59% considera que los comerciantes cumplen solo a veces con los requerimientos que exige la demanda debido a que desempeñan los parámetros establecidos por el consumo de sus clientes, por ende el 15% manifiesta que con frecuencia se establece que los negociantes llegan a cubrir con cada una de sus necesidades al momento de adquirir dichos productos, por otro lado un 2% piensa que el mercado mercantil no satisface con sus exigencias como consumidores.

**Figura 4.19**

Pregunta 19. ¿Cree Ud. ¿Que los intermediarios pagan a los productores un precio justo?

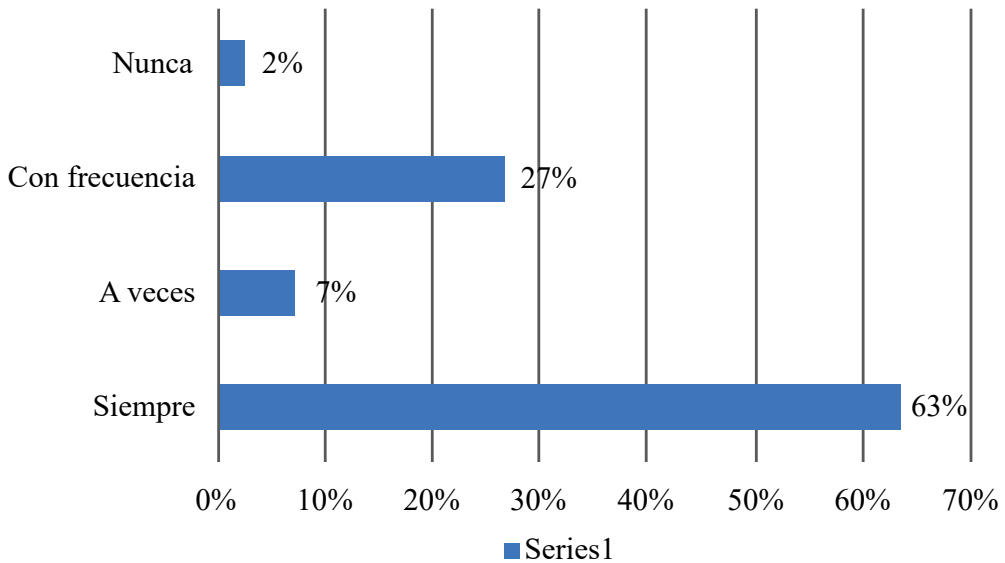


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con los resultados el 39% manifiesta que casi nunca los intermediarios pagan de manera justa a los productores ya que no es el mismo precio que se paga por un producto en origen a los que se venden al consumidor final , lo que hace que sea un aspecto muy lucrativo para las personas que son intermediarios, por otro lado el 17% de las personas encuestadas expresa que solo a veces se paga de manera justa a los creadores que con sacrificio generan nuevos productos para el mercado , el 5% piensa que siempre los productores son bien pagados por todo su sacrificio y que de tal manera se benefician todos .

**Figura 4.20.**

Pregunta 20. ¿Está usted de acuerdo que se establezca un seguimiento y control sobre los precios de los productos?

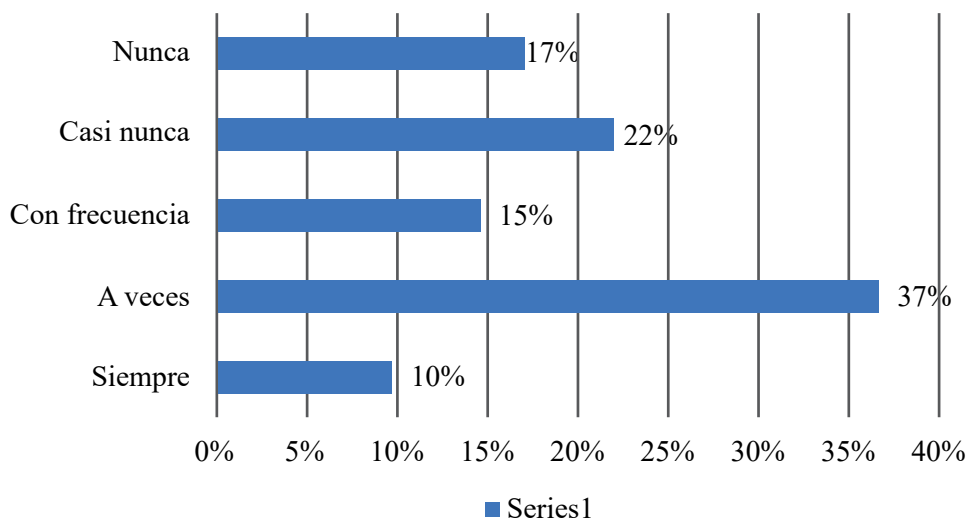


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Como se puede observar en la gráfica un 63% dice que siempre se debe establecer un seguimiento y control sobre los precios de los productos ya que muchas de las veces solo se benefician más unos que otros, a pesar que quienes hacen mayor trabajo son los productores que trabajan en la tierra de manera directa, el 7% dice que solo a veces se mantiene un sistema para controlar de manera adecuada sobre los precios en un mercado determinado y que no excedan y finalmente un 2% está en desacuerdo por qué no se tiene un correcto manejo de los costos que puede llegar a valer un bien o servicio.

**Figura 4.21.**

Pregunta 21. ¿Considera Ud. Que el gobierno garantiza un beneficio equitativo de las oportunidades y la formación de procesos productivos en el cantón?

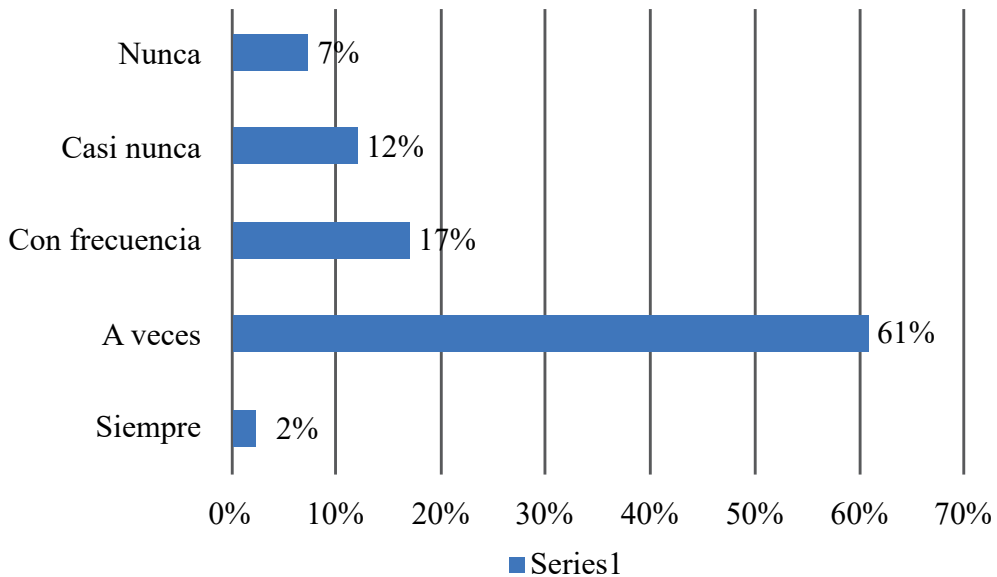


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En los resultados existe que un 37% de los encuestados expresa que solo a veces el gobierno garantiza un beneficio equitativo de las oportunidades para quienes se dedican a actividades comerciales en un mercado, lo cual ayuda a la formación de más procesos productivos en la localidad, por otro lado el 22% manifiesta que casi nunca al gobierno le interesa que todos tengan los mismos ingresos por lo que deja un descontento en la población que no ve el compromiso de sus gobernantes para que el país se siga desarrollando económicamente, de otra manera el 5% piensa que siempre que los representantes del país buscan la igualdad para todos, mejorando la calidad de vida y dejando el desarrollo de grandes industrias se den en un determinado lugar.

**Figura 4.22.**

Pregunta 22. ¿Piensa que las empresas cuentan con la tecnología adecuada para la industrialización de productos?



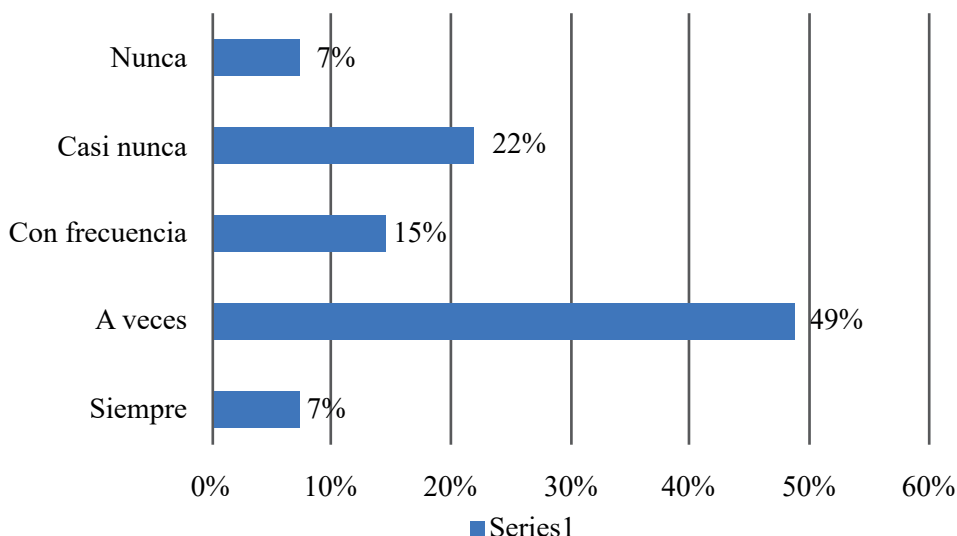
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Mediante los resultados obtenidos podemos observar en la gráfica que un 61% manifiesta que a veces las empresas cuentan con la tecnología adecuada para la realización de los productos que ponen en el mercado, porque en muchos de los casos prefieren utilizar los servicios del personal para que realice de las grandes maquinas, además el 12% piensa que casi nunca las organizaciones están dispuestas a implementar tecnología para facilitar la labor y tener una producción en menor tiempo posible. Por otro lado, el 2% toma en cuenta que siempre las entidades comerciales tienen todos los implementos para que sus productos salgan al mercado con estándares de calidad debido a la innovación en lo tecnológico que lo aplican.



**Figura 4.23.**

Pregunta 23. ¿Conoce si las agroindustrias en el cantón establecen planes de desarrollo sustentable?

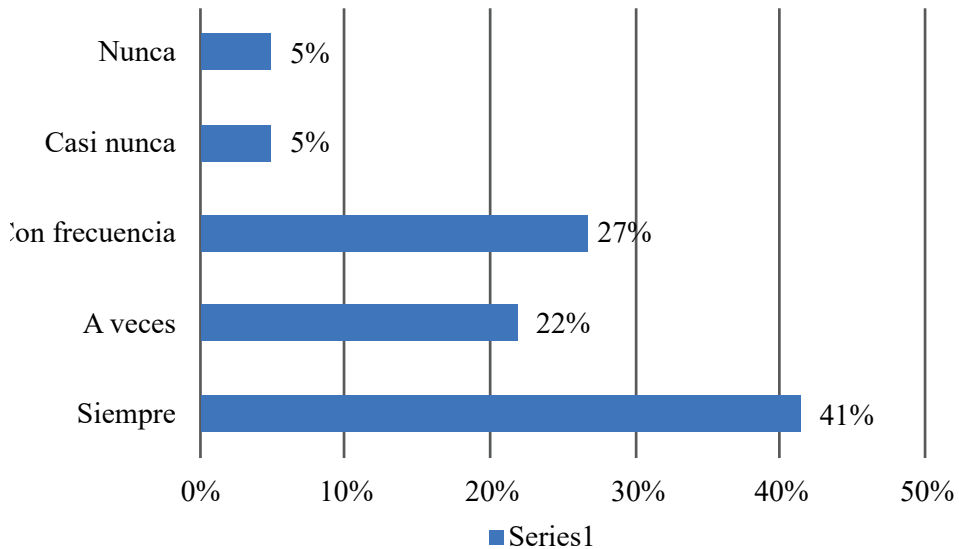


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con los resultados se observa que el 49% a veces las personas conocen si las agroindustrias establecen planes de desarrollo sustentables, es decir que cumplen con lo estipulado por el gobierno para que la sociedad tenga una mejor calidad de vida en todos los aspectos que compete, en cambio un 22% manifiesta que con frecuencia las empresas agroindustrias tienen conocimiento de un crecimiento perdurable al momento de realizar sus actividades cuyo objetivo es que la sociedad se encuentre a gusto con esto, finalmente un 7% dice que siempre las organizaciones constan de estrategias para un desarrollo que dure muchos años para seguir operando.

**Figura 4.24.**

Pregunta 24 ¿Considera importante la responsabilidad social corporativa en la toma de decisiones de la empresa?

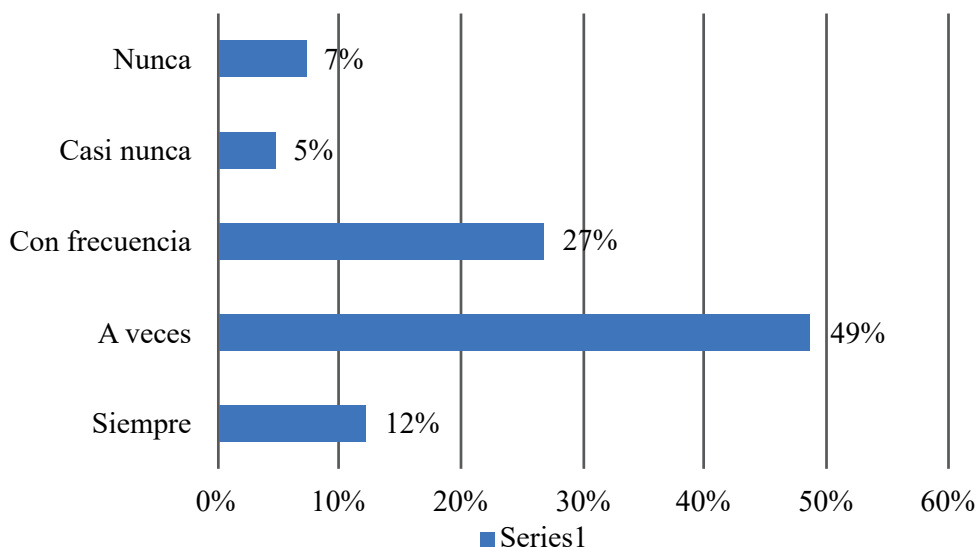


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Como podemos observar en la gráfica un 41% piensa que siempre es importante que las responsabilidad social corporativa en los temas que competen a la sociedad y ambientales en toma de decisiones de la empresa , ya que son dos temas que cumplen un papel fundamental para el éxito que puede alcanzar un organización , sin embargo un 22% expresa que solo a veces es necesario tomar en cuenta a la sociedad y al ecosistema para las decisiones dentro de la entidad , eso quiere decir que muy poco es el interés para que las demás personas tengan una mejor calidad de vida. Por otro lado, un 5% dice que nunca esto ha sido relevante para que las entidades tomen las mejores decisiones en cuenta a su labor y con la población para que siga operando sin ninguna novedad.

**Figura 4.25.**

Pregunta 25. ¿Considera que los procesos son los adecuados para la transformación de los productos agrarios, forestales y biológicos?

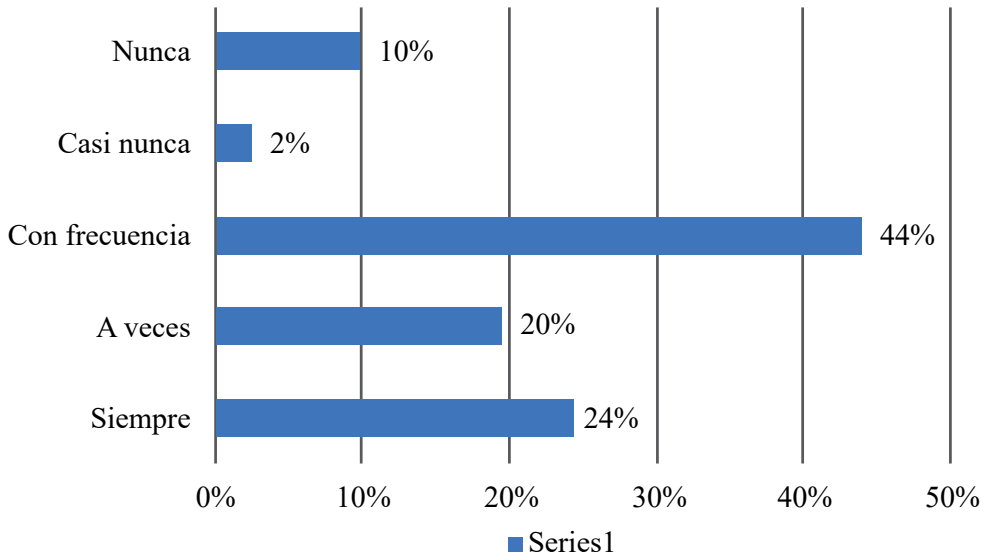


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con la gráfica podemos observar 49% que a veces los procesos son los más adecuados para la transformación de los productos agrarios, forestales y biológicos, ya que las diferentes empresas buscan mecanismos que ayuden a realizar un mejor producto con un aval de calidad, por ende el 12 % expresa que siempre las organizaciones que realizan actividades que tengan que ver con el medio ambiente, adquieren tratos diferentes para tener de resultado algo bueno, sin embargo un 7% manifiesta que nunca los pasos son los correctos en la transformación de los productos antes mencionados por lo que sociedad se siente insatisfecha con este trabajo.

**Figura 4.26.**

Pregunta 26. ¿Considera que un centro de acopio beneficia a los pequeños productores

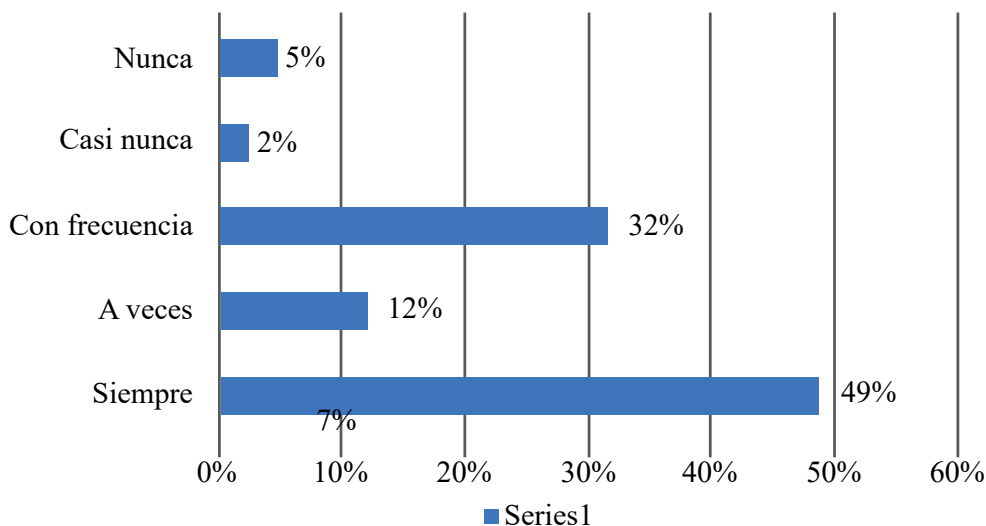


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

En el análisis de esta pregunta llegamos a visualizar que un 44% de las personas creen que con frecuencia los centros de acopio dan un beneficio para los pequeños productores ya que los mismos permitirán competir uno con otro denotando por un producto de calidad y un servicio eficiente a todos los consumidores y además demostrar el nivel de emprendedores que existe en nuestro país, por otro lado se observa que un 20% determina que a veces los diferentes acopios ayudan a resaltar los diferentes mercados que están ofertando ya que a lo mejor existe mucha demanda en los mismos y por ende no existe un mayor nivel de ingresos por lo tanto menos clientes, al finalizar esta un 2% que verifica que estas actividades no son buenas ya que a lo mejor no pudieron tener la rentabilidad que deseaban y sobre todo lo lograron posesionar los diferentes productos ofrecidos y esto les ha provocado un gran estancamiento.

**Figura 4.27.**

Pregunta 27. ¿Cree Ud. que se debe desarrollar cursos de capacitación para potenciar la comercialización de los productos a través de servicios de valor agregado?

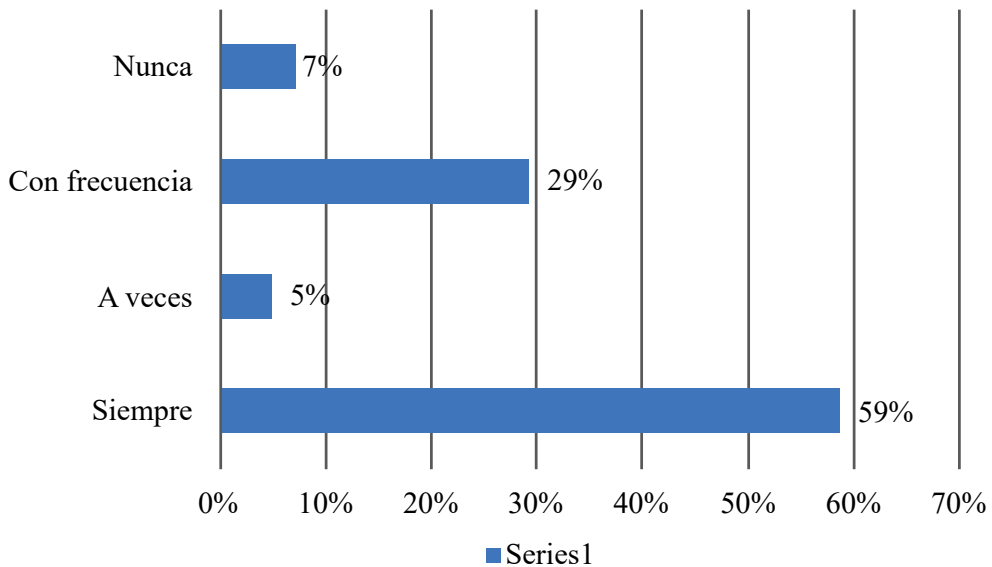


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con el gráfico se puede observar que un 49% de las personas que realizaron la encuesta refleja que siempre se debe realizar una capacitación para poder potenciar la comercialización, además que ayuda a los pequeños productos tener más claro cuáles son los mejores servicios para ofrecer a sus clientes, por otro lado también productos de calidad y sobre todo una buena solvencia en los negocios para que cada uno de ellos puedan cumplir con sus metas que han sido establecidas, además se puede determinar que un 12% que a veces es necesario tener un conocimiento adecuado, ya que a lo mejor muchos de ellos cuentan con algún tipo de experiencia y saben cómo manejar sus negocios y como captar más clientela, al final está un 2% en el que la gente piensa que casi nunca se debe tener algún tipo enseñanza en para potenciar su mercado, ya que los mismos pueden contar con una amplia experiencia lo que hace que inmediatamente puedan cubrir y sobre todo cumplir eficazmente la satisfacción de su demanda.

**Figura 4.28.**

Pregunta 28. ¿Considera que se debe ejecutar un plan de ayuda técnica para el sector comercial?

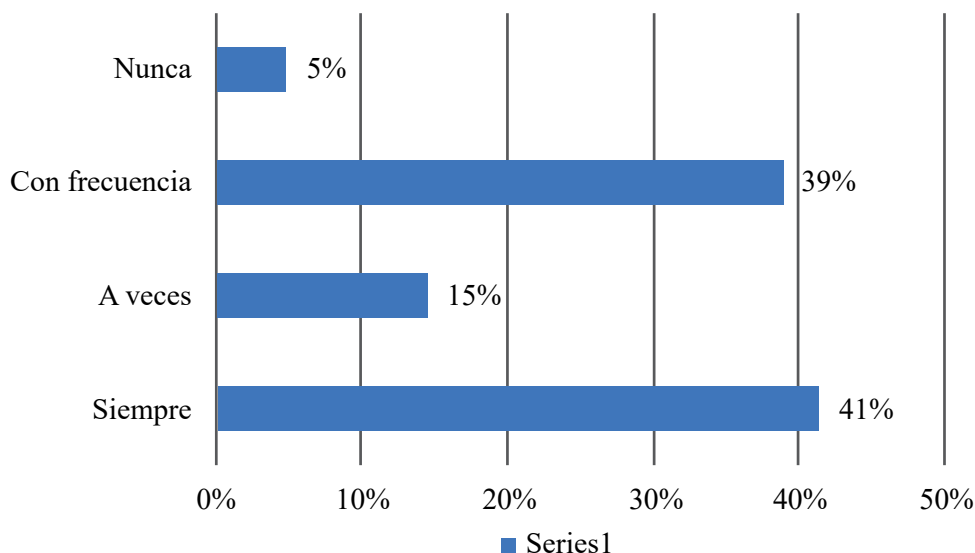


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis de esta grafica se encuentra un porcentaje del 59% en donde se puede definir que siempre se debe ejecutar cualquier tipo de estrategia en donde permita a los determinados ofertantes cumplir con sus aspiraciones y sobre todo tener una buena organización en cada una de sus actividades que deberán ser realizadas en los tiempos establecidos, por otra parte se encuentra un porcentaje del 5 % en que a veces se deberá establecer dichas estrategias en un sector tan amplio como lo es el comercial , en donde muchos de ellos tienen muy claro cuáles son las pasos y directrices a seguir para lograr todos los objetivos planteados , por último se encuentra un porcentaje del 7% que no desarrollaran ningún tipo de plan ,ya que tienen la suficiente habilidad de llevar a cada uno de sus negocios hasta un gran nivel y sobre todo determinar innumerables ganancias.

**Figura 4.29.**

Pregunta 29. ¿Considera que el centro de acopio fortalecerá la oferta de productos de calidad y empacado?

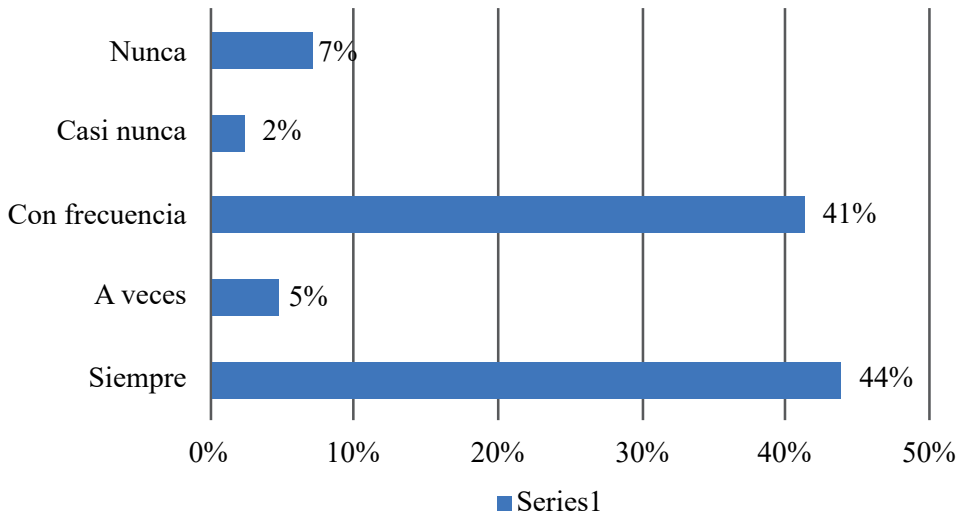


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con la gráfica presentada se determina que un 42% establece que siempre los centros de acopio fortalecerán la oferta de cada uno de los productos en donde se desarrollara un mercado más competitivo en donde ayudara a un mejor circulante del efectivo para cada una de las familias ya que sus productos tendrán una amplia gama en la cual existirá una gran variedad y esto es muy atrayendo para los consumidores, además se establece un 14% para aquellas personas que si es necesario el ofertar un buen producto en los diferentes sectores , pero no es esencial ya que ellos lo pueden expandir en cualquier parte del mercado , con la finalidad de que los mismos sean adquiridos, Al culminar tenemos un 5% en la cual no creen fundamental el crecimiento de sus emparamientos y esto se debe a la confianza que tienen en sus clientes y en la aceptación que han tenido , en donde ya se encuentran claramente en un buen nivel de posicionamiento.

Figura 4.30.

Pregunta 30. ¿Cree que es necesario asegurar acuerdos de comercialización, procedimientos y comercialización para el aumento de la demanda?



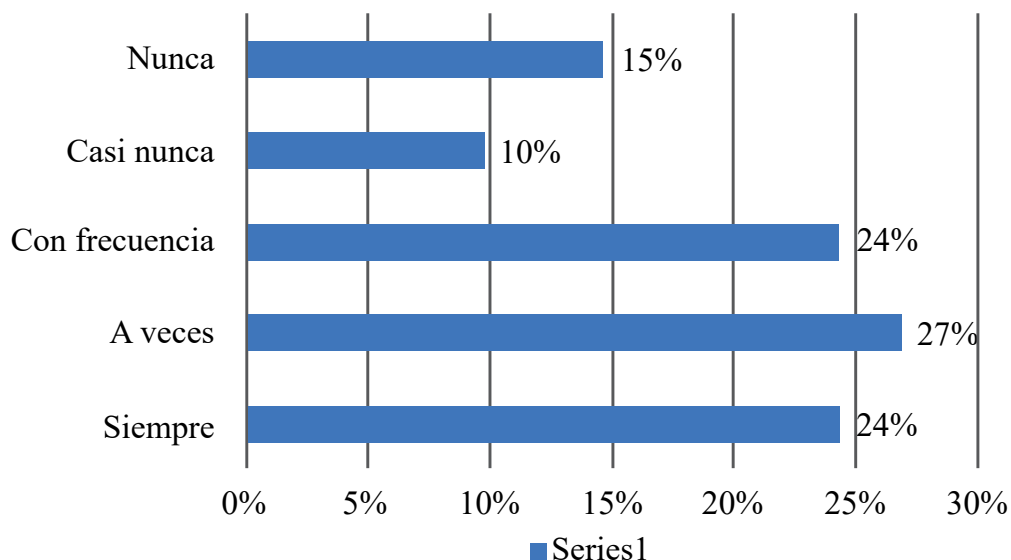
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

En el análisis de esta grafica se puede visualizar que el 44% cree que el asegurar acuerdos para la comercialización es muy fundamental ya que promoverá el aumento de la demanda y esto por ende se traerá mayor captación de dinero, además que es esencial el tener buenas relaciones con las diferentes empresas o comerciantes para afianzar así un mejor futuro para las mismas, por otro lado se establece un 41% al nivel de frecuencia que pueda existir al momento de realizar un procedimiento para el crecimiento de la demanda, no creen que sea de relevancia realizar acuerdos ya que muchas de ellas se pueden solventar solas ya que tiene sus productos potencializados, y con un 2% casi nunca realizan convenios con diferentes empresas ya estas pueden claramente incrementar sus ganancias y sobre todo lograr un buen y adecuado manejo para un desarrollo fructífero.



**Figura 4.31**

Pregunta 31. ¿Piensa que la automatización del trabajo ha beneficiado a los empleados de las empresas?

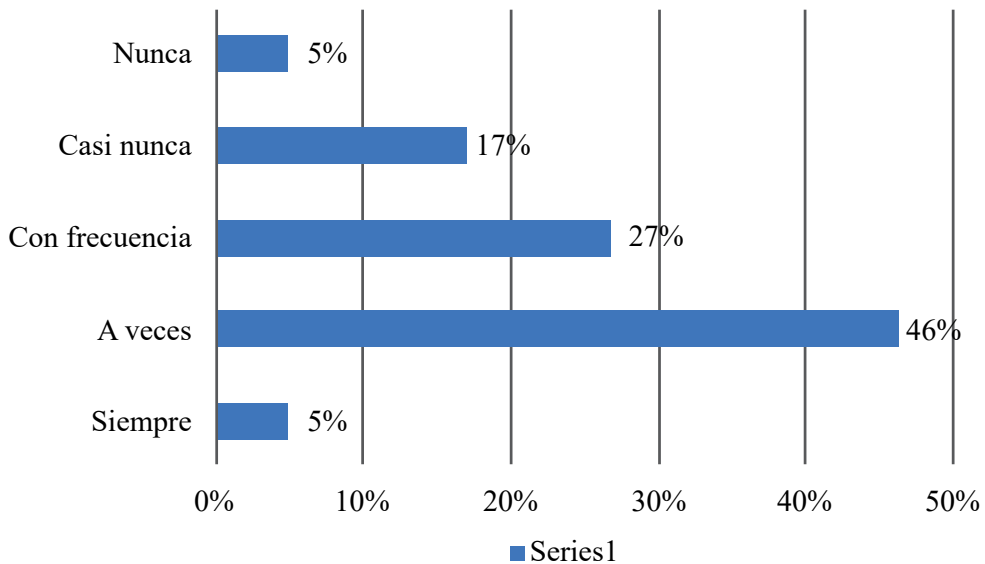


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis de este gráfico se llegó a visualizar un 27% que a veces la automatización del trabajo los puede beneficiar, ya que indudablemente reemplazan la mano de obra por medios tecnológicos en donde si bien es cierto es necesario la capacitación de cada uno de los empleos para que vayan a la vanguardia de la tecnología, pero con ello también se ven afectadas la familia de los mismos ya que se reducirá en número de trabajadores y por ende el desempleo, por otra parte está un 24% que del mismo modo no se encuentran satisfechos porque esto puede ser un golpe duro para su crecimiento económico lo cual lo necesitarán para poder cumplir con sus necesidades básicas, Al final se establece un 15% para las personas que piensan que nunca es beneficioso dichos avances ya que truncan las labores de los diferentes obreros en donde muchos de ellos no tienen un nivel adecuado para el manejo de las mismas y por lo tanto caen en el desempleo.

**Figura 4.32**

Pregunta 32. ¿Considera Ud. ¿Que las empresas en el Cantón



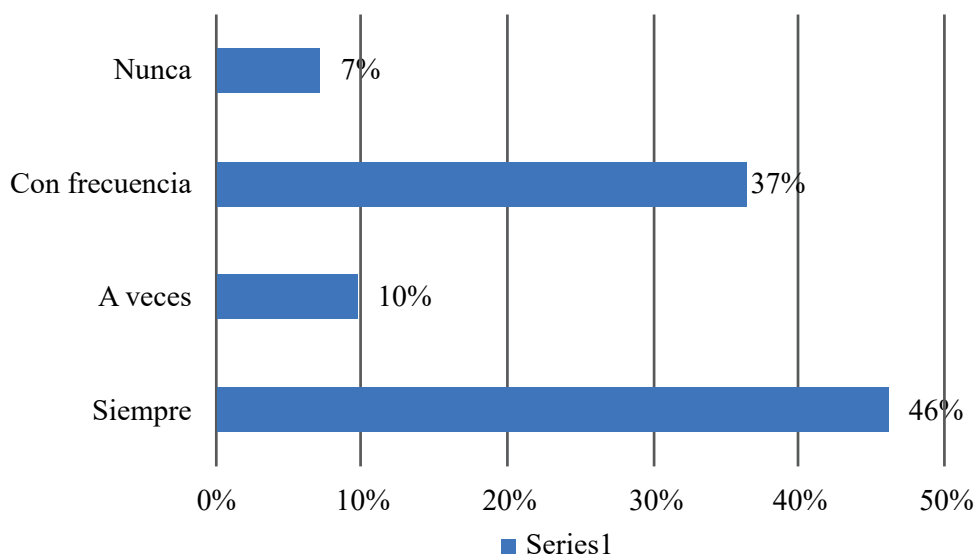
están en constante innovación?

Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis del siguiente grafico se puede denotar que un 46% consideran que a veces las empresas tienen innovación ya sea en sus productos o servicios ya que a lo mejor muchas de ellas ya tienen sus productos posesionados y creen que es mejor dejarlos de esa manera, y no a arriesgarse ya que puede cambiar con la idea esencial de las empresas, en otro enfoque se encuentra un 27% que con frecuencia pueden generar algún cambio pero no tan significativo, es decir que siguen ofreciendo la misma gama de productos sin tener a lo mejor algún valor agregado o algún cambio por lo que hace que su clientela se pueda ver cansada, al culminar se desarrolla un 5% que se fija como un nunca tienen un crecimiento creador para lograr nuevas propuestas que ofrecer ya sea bien porque estas están formadas por dueños empíricos en solo mantienen su idea básica y no miran más allá de las necesidades de las personas.

Figura 4.33

Pregunta 33.¿Cree que la tecnología ayuda a incrementar la productividad en



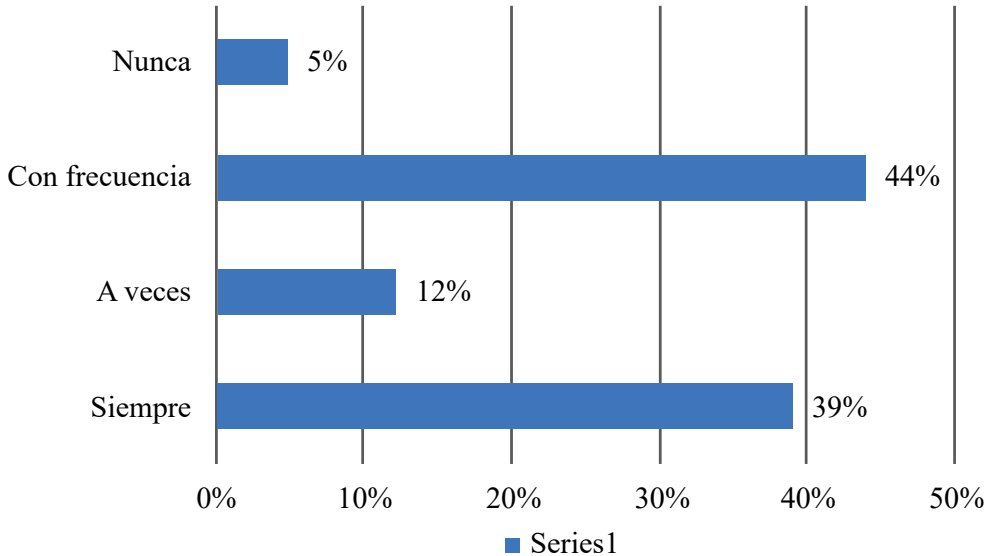
las empresas?

Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En el análisis de este grafico se detalla que con un 46% que siempre la tecnología ayuda a incrementar la productividad en las diferentes empresas y esto se debe a que la misma puede aportar con ideas creadoras que se podrán implementadas en las mismas ofrecientes un servicio de calidad y sobre todo en la captación de nuestros clientes más potenciales por medio de las redes sociales, por otro lado, está un 37% que con frecuencia puede ayudar a mejorar su nivel de producción , sin embargo puede sostener una metodología clara y precisa en donde puedan determinar cuál será su punto máximo y mínimo de fabricación y al final tenemos un 7% de que nunca es esencial la tecnología para el avance de su empresa , ya que deben tener un plan específico de cómo se llevara la obtención de sus diferentes mercaderías y son ellos mismos saben cómo incrementar su nivel de beneficio para la empresa.

**Figura 4.34**

Pregunta 34. ¿Considera Ud. que la tecnología optimiza el uso más eficiente de los recursos?

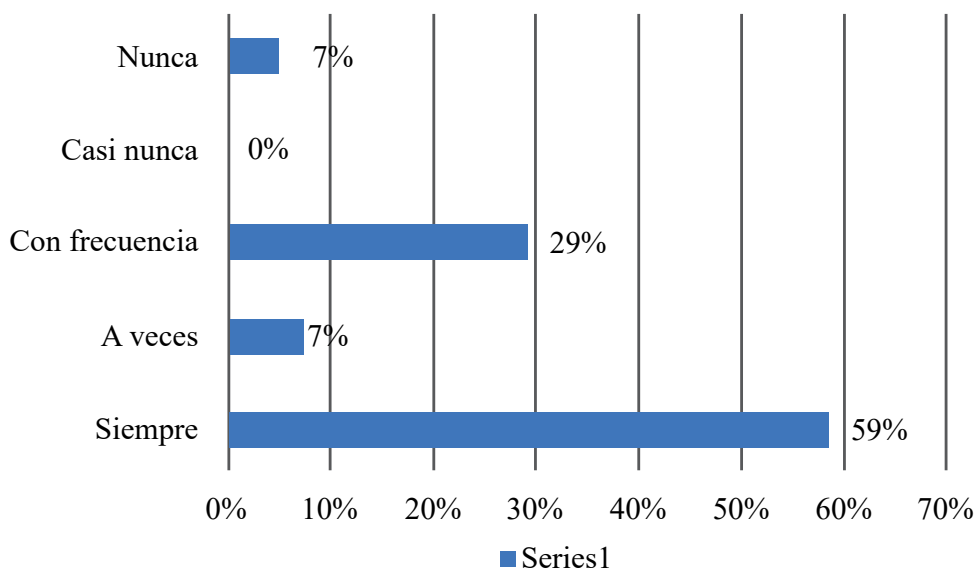


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con el análisis de esta grafica podemos denotar que un 44% con frecuencia piensa que la tecnología puede llegar a optimizar el uso eficiente de cada uno de los recursos ya que al momento de ser remplazada puede ser perjudicial ya que al no poder contar con una buena supervisión por parte del recurso humano o una buena gestión en los recursos financieros puede provocar el quiebre de la empresa , por otro lado está el 12% en donde se visualiza que a veces la tecnología puede mejorar la calidad de cada uno de los elementos de la organización, pero no con ello hará que tengan una buena eficacia en donde los mismo ya tendrán desarrollado un plan estratégico para que cada uno de sus productos sean de calidad para todos los consumidores , Al final está un 4% que demuestra que nunca se puede tener eficiencia de sus componentes con los avances de la innovación que se desarrollan en todo el mundo ya que dichas empresas saber cómo potenciar todos sus elementos y además tener un buen manejo de los mismos para lograr sus metas.

**Figura 4.35.**

Pregunta 35. ¿Piensa que el correcto uso de las tecnologías beneficia al crecimiento económico de las empresas en el Cantón?

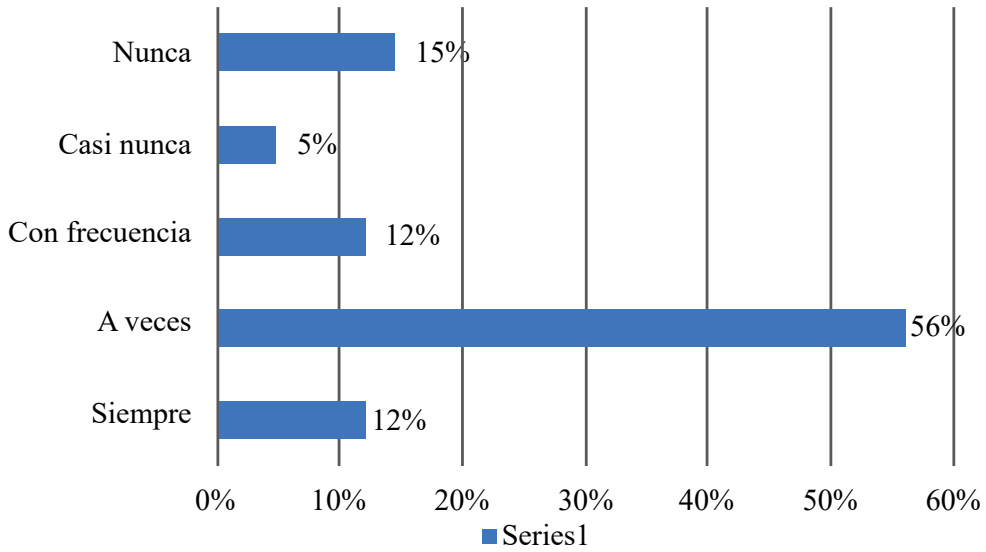


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En esta grafica podemos denotar que un 59% de las personas analiza que la tecnología beneficia para el crecimiento de una empresa ya que por medio de ello pueden nacer ideas innovadores que ayuden incrementar mucho más sus ganancias en donde se establecerán estrategias que pueden ser fructíferas para la misma , además de presentar productos innovadores que tengan una buena calidad y sobre todo aceptación ,por otro lado se encuentra un 29% en el que aduce que con frecuencia el uso correcto de los métodos tecnológicos podrá ayudar dichas organizaciones tener buenos resultados , ya que en muchas de las ocasiones no tienen un manejo adecuado y esto provocara que al momento de tomar las decisiones se podría cometer errores que perjudiquen a la misma , y al final está un 5% que nunca es beneficioso los medios de avance para las empresas ya que a lo mejor tiene ya métodos estratégicos que solo necesitan ser ejecutados y desarrollados de manera oportuna.

**Figura 4.36**

Pregunta 36. ¿Considera Ud. que la normativa nacional vigente brinda las facilidades necesarias para las ferias inclusivas?

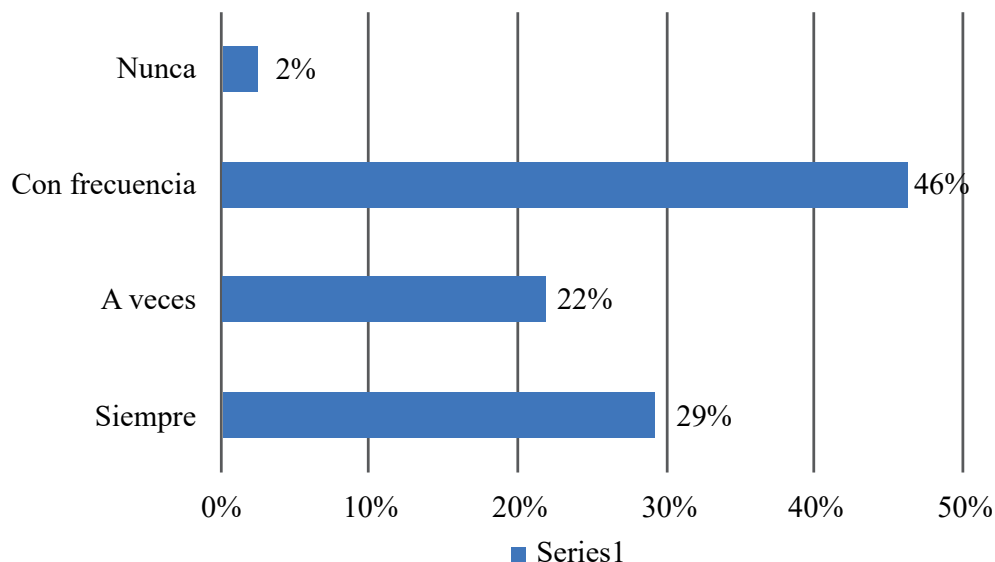


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con los resultados que se pueden observar en la gráfica un 56% expresa que a veces la normativa nacional vigente brinda las facilidades necesarias para las ferias inclusivas, es decir las entidades que contraten con el único fin de adquirir nuevos bienes y servicios de la producción nacional, además el 12% dice que con frecuencia se pone en consideración la normativa para captar nuevos usuarios mediante este tipo de ferias. Por otro lado, un 5% piensa que casi nunca es necesario que dicha norma se emplee para facilitar que se den este tipo de eventos ya que sirven como herramientas de contratación ayudando a los grupos asociados.

**Figura 4.37.**

Pregunta 37. ¿Las capacitaciones socio-productivas contribuyen a la evolución de su empresa?

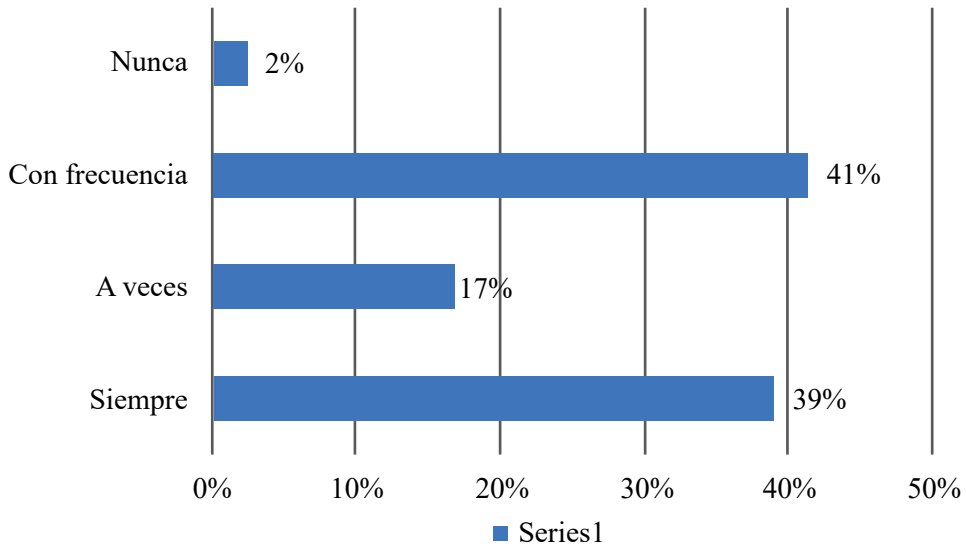


Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

En los resultados existen que un 46% piensa que con frecuencia todas las capacitaciones socio-productivas contribuyen a la correcta suscripción, ya que con esto tienen mayor conocimiento de los que se puede presentar en un futuro y cuál sería su destino, por otro lado un 22% dice que solo a veces dichas conferencias contribuyen para que las personas desarrollen de mejor manera tanto en lo social y en la producción, finalmente un 2% manifiesta que nunca por más capacitaciones que puede ver los individuos saben con precisión que se debe hacer en el mercado.

**Figura 4.38.**

Pregunto 38. ¿Considera que la asistencia técnica es adecuada para cumplir con los objetivos?



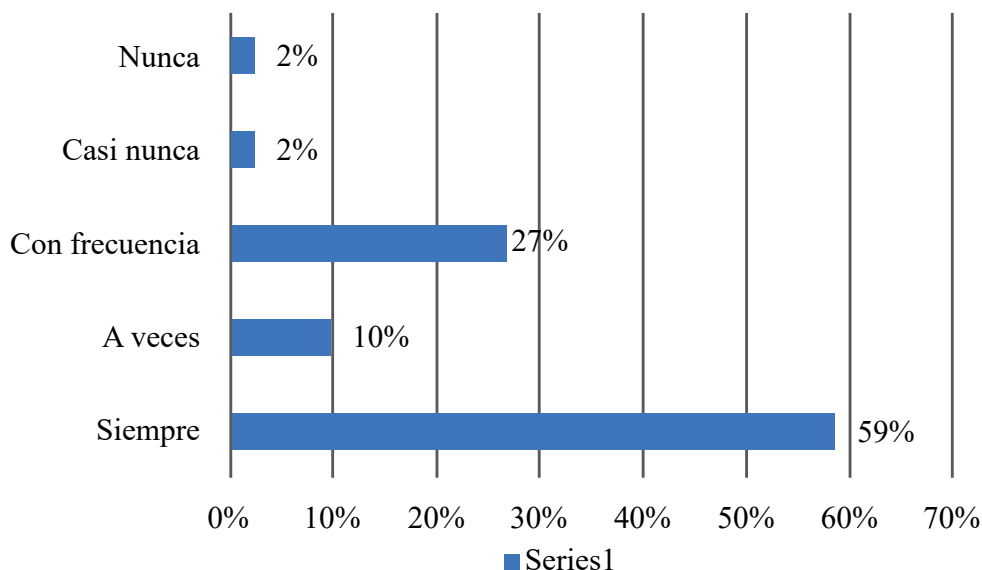
Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

De acuerdo con la gráfica se observa que el 41% de las personas piensa que frecuentemente la asistencia es la más adecuada para el cumplimiento de los objetivos planteados por cada una de las organizaciones para ir satisfaciendo con cada una de las necesidades de sus clientes. Por otro lado, un 31% siempre está de acuerdo con la ayuda de terceros para el funcionamiento de dicha entidad, por ende, un 2% no concuerda con la vigilancia de alguna persona externa en manejo de su plan estratégico para el desempeño de sus metas.



**Figura 4.39.**

Pregunta 39. ¿Considera que el fortalecimiento en los grupos asociados es fundamental para realizar las ferias inclusivas?



Fuente: Encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Según las encuestas realizadas se obtuvo que un 59% de los encuestados concuerda con el fortalecimiento en los grupos asociados es fundamental para la realización de ferias inclusivas ya que se pueden abrir a otros mundos competitivos los cuales les ayudara para el mejoramiento de estas. Por lo cual un 27% con frecuencia piensa que las exposiciones ayudaran a expandirse en un universo competidor en el que siempre sobre sale la mejor idea, finalmente un 2% nunca cree que es conveniente la unión entre alianzas para el aumento de sus ganancias y la posición de sus mercaderías debido a la aceptación dada por los clientes.

## CAPITULO V

# LINEAMIENTOS DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### Caso: Cantón Riobamba

En este capítulo se aborda la propuesta para promover el Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa en el Cantón Riobamba, partiendo de la revisión bibliográfica fundamentada teóricamente en los capítulos anteriores y luego del diagnóstico realizado al sector empresarial.

Entre los resultados obtenidos, se corrobora el débil desarrollo económico local con Responsabilidad Social Corporativa en el Cantón Riobamba, para (Romero C. e., 2017) la inestabilidad económica del cantón Riobamba no permite alcanzar niveles de desarrollo económicos apropiados para el incremento del empleo y subempleo y por ende el desarrollo económico esperado, es así que buscando renovar las estrategias que accedan mejorar la calidad de vida de la población riobambeña a través de la implementación de acciones conjuntas que ayuden a la generación de fuentes de empleo, al fortalecimiento de micro y pequeñas unidades productivas, redes de cooperación, redes de comercialización, formación del recurso humano, fortalecimiento del tejido económico generando el desarrollo en un entorno competitivo, que posibilite el progreso de las empresas, la generación de nuevas fuentes de empleo y lucha efectiva contra la pobreza.

En la tabla 5.1. se recoge la información referente a los problemas básicos diagnosticados previo a la elaboración de los lineamientos de Desarrollo Económico Local con responsabilidad social Corporativa en el sector empresarial del Cantón Riobamba.

**Tabla 5.1.:**

Problemas del Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa

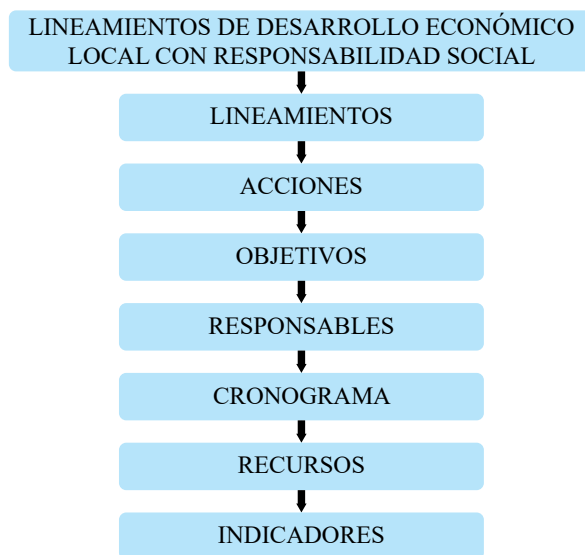
Variables	Problemas por analizar
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la localidad es muy baja la fomentación del turismo.</li> <li>• No cuenta con las rutas o senderos turísticos de calidad para los atractivos de la zona.</li> <li>• Baja promoción de la calidad de las comidas típicas del sector.</li> <li>• Baja disponibilidad de guías o videos sobre las localidades para turistas.</li> </ul>
Asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se promueve la asociatividad.</li> <li>• Inconformidad con la gestión que realizan las organizaciones.</li> </ul>
Alianzas Público Privada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No han establecido alianzas entre las empresas privadas y públicas que beneficien a la comunidad.</li> <li>• No cuentan con un modelo de gestión que se establezca un desarrollo sostenible.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Inexistencia que el sector privado introduzca tecnología e innovación para mejorar el suministro de servicios públicos.</li> <li>• No hay desarrollo de las capacidades locales.</li> </ul>
Comercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productos no cumplen con los requerimientos que exige la demanda.</li> <li>• Los productores no están satisfechos con los precios de venta de sus productos.</li> <li>• Baja disponibilidad de insumos agropecuarios.</li> <li>• Costos elevados de los insumos agropecuarios -superior</li> <li>• El intermediario no paga un precio justo por los productos.</li> <li>• Precio de venta de productos agrícolas bajo.</li> <li>• La satisfacción del consumidor por los productos es media.</li> </ul>

Agroindustrial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cantón no cuenta con una industrialización y comercialización adecuada de productos agropecuarios.</li> <li>• Debilidad en los programas del cuidado ambiental.</li> <li>• Carecen de una tecnología apropiada.</li> </ul>
Centro de acopio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cantón no cuenta con una plaza para reunir de pequeños productores.</li> <li>• No existe una planificación adecuada.</li> <li>• Baja calidad de los mercados de centros urbanos.</li> <li>• Inexistencia de valor agregado en la producción.</li> </ul>
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productores no cuentan con disponibilidad ni conocimientos para mejorar su capacidad tecnológica o innovación.</li> <li>• Baja capacitación de las instituciones públicas al productor.</li> </ul>
Ferias Inclusivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa actividad de disfunción de los productos.</li> <li>• No se desarrolla una capacitación socio-productivas y asistencia técnica adecuada.</li> <li>• Bajos niveles de fortalecimiento de los grupos asociados o personas naturales e la Economía Popular y Solidaria</li> </ul>

Fuente: Elaboración del equipo de investigación

Es importante indicar que el planteamiento de cada lineamiento responde a la estructura que se muestra a continuación en la Figura 5.1.

**Figura 5.1.**  
*Estructura de los lineamientos de Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa*



## 5.1. VARIABLE: TURISMO

**Lineamiento 1: Incentivar a la comunidad del cantón Riobamba a propiciar su potencialidad turística.**

**Objetivo:** Impulsar el desarrollo Económico Local a través de la participación activa del sector turístico del Cantón Riobamba

**Acciones:**

**A1.** Destacar los principales atractivos y mejorar la calidad de los servicios que se prestan las agencias turísticas.

**A2.** Otorgar información constante en medios de comunicación de los paquetes turísticos que la localidad ofrece a los clientes.

**A3.** Facilitar un servicio de calidad para todos los turistas que visitan a la ciudad, creando un ambiente de confianza y seguridad.

**Lineamiento 2: Implementar nuevas rutas turísticas con un personal capacitado que resalte los lugares más atractivos de la localidad, brindando así un buen servicio a los usuarios**

**Objetivo:** Brindar al cliente un servicio de calidad con diversidad de rutas turísticas.

**Acciones:**

**A1.** Reunión con las autoridades competentes de la ciudad con el fin de obtener los recursos necesarios para desarrollar capacitaciones a fin de que el personal brinde una buena oferta turística.

**A2.** Adquisición de implementos para los guías que realizaran las rutas en los lugares turísticos.

**A3.** Planificación de capacitaciones constantes al personal para dar a conocer los senderos a recorrer y que no se presenten ninguna dificultad al momento explorar cada lugar.

**Lineamiento 3: Fomentar el consumo de la gastronomía típica, mediante la degustación de los variados platos que existen en la localidad como un servicio adicional en las agencias turísticas.**

**Objetivo:** Satisfacer la necesidad de brindar un buen servicio, una alimentación sana y agradable a todas las personas que frecuenten, visten o vivan en el sector.

**Acciones:**

**A1.** Identificar las preferencias alimentarias del consumidor, para cumplir cada uno de sus requerimientos.

**A2.** Proveer de un excelente servicio de gastronomía de comida típica, siendo un servicio distinguido con los mejores niveles de calidad para la atención del cliente.

**A3.** Realizar una feria gastronómica con el propósito de dinamizar la economía del sector e incentivar al consumo de la comida tradicional en donde se destaque los diferentes sabores y la sazón casera de cada plato.

**Tabla 5.2.**  
*Indicadores de Gestión Variable Turismo*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
TURISMO	1. Incentivar a la comunidad del cantón Riobamba a propiciar su potencialidad turística.	A1. Destacar los principales atractivos y mejorar la calidad de los servicios que se prestan las agencias turísticas. A2. Otorgar información constante en medios de comunicación de los paquetes turísticos que la localidad ofrece a los clientes. A3. Facilitar un servicio de calidad para todos los turistas que visitan a la ciudad, creando un ambiente de confianza y seguridad.	Promoción Turística	Eficacia	(Nº de actividades turísticas realizadas/ Nº de actividades turísticas planificadas) * 100	Trimestral
	2. Implementar nuevas rutas turísticas con un personal capacitado que resalte los lugares más atractivos de la localidad, brindando así un buen servicio a los usuarios	A1. Reunión con las autoridades competentes de la ciudad con el fin de obtener los recursos necesarios para desarrollar capacitaciones a fin de que el personal brinde una buena oferta turística. A2. Adquisición de implementos para los guías que realizaran las rutas en los lugares turísticos. A3. Planificación de capacitaciones constantes al personal para dar a conocer los senderos a recorrer y que no se presenten ninguna dificultad al momento explorar cada lugar.	Rutas Turísticas	Eficacia	(Nº de nuevas rutas turísticas implementadas/ Nº de nuevas rutas turísticas planificadas) * 100	Semestral
	3. Fomentar al consumo de la gastronomía típica, mediante la degustación de los variados platos que existen en la localidad como un servicio adicional en las agencias turísticas.	A1. Identificar las preferencias alimentarias del consumidor, para cumplir cada uno de sus requerimientos. A2. Proveer de un excelente servicio de gastronomía de comida típica, siendo un servicio distinguido con los mejores niveles de calidad para la atención del cliente. A3. Realizar una feria gastronómica con el propósito de dinamizar la economía del sector e incentivar al consumo de la comida tradicional en donde se destaque los diferentes sabores y la sazón casera de cada plato.	Gastronomía Típica	Eficacia	(Nº de actividades realizadas/Nº de actividades planificadas) * 100	Semestral

## 5.2. VARIABLE: ASOCIATIVIDAD

**Lineamiento 1: Incentivar a grupos de empresas que tengan una actividad económica similar, para asociarse con la finalidad de realizar propuestas claras y obtener beneficios mayores.**

**Objetivo:** Consolidar al cantón Riobamba como el eje de la economía con capacidad de articular la actividad productiva y comercial.

**Acciones:**

**A1.** Identificar los diferentes grupos de empresas que existen en el Cantón y realizar las acciones pertinentes para conformar legalmente una organización de acuerdo con el sector que se pertenece.

**A2.** Articular acciones con los actores locales gubernamentales pertinentes, con la finalidad de plantear propuestas viables y obtener beneficios conjuntos.

**A3.** Implementar cursos, talleres según su actividad ya sea por su profesión, oficio, sector productivo o de servicios.

**Lineamiento 2: Desarrollar modelos de cooperación empresarial que faciliten a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones.**

**Objetivo:** Impulsar las buenas prácticas de cooperación y solidaridad entre los empresarios del Cantón Riobamba.

**Acciones:**

**A1.** Elaboración de un plan de acción para resolver problemas comunes.

**A2.** Realizar las acciones pertinentes a fin de importar tecnología de punta que permita la reducción de aranceles de importación.

**A3.** Promocionar los productos y servicios aplicando criterios comunes de buenas prácticas comunitarias y ambientales.



**Tabla 5.3.**  
*Indicadores de Gestión Variable Asociatividad*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
ASOCIATIVIDAD	1: Incentivar a grupos de empresas que tengan una actividad económica similar, para asociarse con la finalidad de realizar propuestas claras y obtener beneficios mayores.	A1. Identificar los diferentes grupos de empresas que existen en el Cantón y realizar las acciones pertinentes para conformar legalmente una organización de acuerdo con el sector que se pertenece. A2. Articular acciones con los actores locales gubernamentales pertinentes, con la finalidad de plantear propuestas viables y obtener beneficios conjuntos. A3. Implementar cursos, talleres según su actividad ya sea por su profesión, oficio, sector productivo o de servicios.	Asociatividad por actividad o sector	Eficacia	(N° de asociaciones conformadas/N° de asociaciones planificadas) * 100	Anual
	2: Desarrollar procedimiento de cooperación empresarial que faciliten a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones.	A1. Elaboración de un plan de acción para resolver problemas comunes. A2. Realizar las acciones pertinentes a fin de importar tecnología de punta que permita la reducción de aranceles de importación. A3. Promocionar los productos y servicios aplicando criterios comunes de buenas prácticas comunitarias y ambientales..	Procedimientos de Cooperación empresarial	Eficacia	(N° de procedimientos de cooperación empresarial aplicados implementados/ N° procedimientos de cooperación empresarial aplicados planificados) * 100	Semestral

### 5.3. VARIABLE: ALIANZAS PUBLICO-PRIVADAS

**Lineamiento 1: Establecer convenios entre las diferentes entidades público – privadas para afianzar la asociatividad con el fin de ayudar al creci-**

## **miento económico de ambas partes y de la localidad.**

**Objetivo:** Establecer acuerdos que permitan identificar las diferentes acciones que estarán en beneficio de toda la localidad desarrollando nuevas alianzas incrementando un desarrollo sustentable y económico.

### **Acciones:**

**A1.** Vinculación con empresas ya poseionadas en el mercado bien sean públicas o privadas que permitan a las pequeñas organizaciones formar algún tipo de tratado en donde puedan contribuir a la evolución de esta.

**A2.** Establecer acuerdos que beneficien a la gran parte a la sociedad, ya que esto ayudara a mantener un mejor equilibrio monetario y social.

**A3.** Realizar una constante revisión de los parámetros establecidos en los acuerdos por las entidades, ya que estos documentos deberán estar debidamente legalizados y conforme a la ley sin perjudicar a ninguna de las dos partes.

**Lineamiento 2: Implementar un plan de acción en donde se desarrollen las diferentes gestiones que se deberá cumplir para el beneficio de la sociedad y en mejorar el crecimiento sustentable.**

**Objetivo:** Planificar cada una de las estrategias a cumplir ya que en ello dependerá la buena o mala gestión de las diferentes entidades.

### **Acciones:**

**A1.** Establecer lineamientos en donde se destaquen cada una de las actividades a realizarse y de esta manera verificar la buena coordinación de estos, enfocados al cumplimiento de sus metas.

**A2.** Determinar los puntos más destacados a desarrollarse para el buen manejo en las actividades y están deberán tener una gran eficiencia al momento de ser ejecutadas.

**A3.** Verificar que cada una de las estrategias establecidas se realizan en los tiempos establecidos ya que al no cumplir con ellos puede traer grandes consecuencias para las diferentes entidades.

**Tabla 5.4.**  
*Indicadores de Gestión Variable Alianzas Público - Privadas*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
ALIANZAS PUBLICO-PRIVADAS	1: Establecer convenios entre las diferentes entidades público – privadas para afianzar la asociatividad con el fin de ayudar al crecimiento económico de ambas partes y de la localidad.	<p>A1. Vinculación con empresas ya poseídas en el mercado bien sean públicas o privadas que permitan a las pequeñas organizaciones formar algún tipo de tratado en donde puedan contribuir a la evolución de esta.</p> <p>A2. Establecer acuerdos que beneficien a la gran parte a la sociedad, ya que esto ayudara a mantener un mejor equilibrio monetario y social.</p> <p>A3. Realizar una constante revisión de los parámetros establecidos en los acuerdos por las entidades, ya que estos documentos deberán estar debidamente legalizados y conforme a la ley sin perjudicar a ninguna de las dos partes.</p>	Convenios público-privados	Eficacia	$(\text{N}^\circ \text{ de empresas que tienen ya convenios realizados} / \text{N}^\circ \text{ Total de empresas planificadas}) * 100$	Anual
	2: Implementar un plan de acción en donde se desarrollen las diferentes gestiones que se deberá cumplir para el beneficio de la sociedad y en mejorar el crecimiento sustentable.	<p>A1. Establecer lineamientos en donde se destaquen cada una de las actividades a realizarse y de esta manera verificar la buena coordinación de estos, enfocados al cumplimiento de sus metas.</p> <p>A2. Determinar los puntos más destacados a desarrollarse para el buen manejo en las actividades y están deberán tener una gran eficiencia al momento de ser ejecutadas.</p> <p>A3. Verificar que cada una de las estrategias establecidas se realizan en los tiempos establecidos ya que al no cumplir con ellos puede traer grandes consecuencias para las diferentes entidades.</p>	Plan de Acción	Eficacia	$\text{N}^\circ \text{ Actividades realizadas} / \text{N}^\circ \text{ de actividades planificadas}) * 100$	Anual

#### 5.4. VARIABLE: COMERCIO:

**Lineamiento 1: Realizar un estudio de mercado en donde se pueda levantar información sobre las necesidades que tienen los consumidores y de esta manera poder cumplir con todas las exigencias que se requiera.**

**Objetivo:** Lograr cumplir las diferentes exigencias que tengan los demandantes tanto en la calidad de los productos como también en su variedad.

##### **Acciones**

**A1.** Establecer precios justos y cómodos para cada uno de los clientes, que además de satisfacer la exigencia con la demanda de los productos se puede lograr captar consumidores de todas partes del Ecuador.

**A2.** Mantener un mercado de innovación en donde también se pueda visualizar productos nuevos para tener un mercado más amplio para los turistas.

**A3.** Motivar a cada uno de los pequeños y medianos productores a siempre presentar un producto, bien o servicio de eficiencia, con la finalidad de que los consumidores puedan llevar una buena impresión de la localidad.

**Lineamiento 2: Analizar periódicamente la satisfacción de los clientes respecto al bien o servicio ofertado en la localidad.**

**Objetivo:** Poder cumplir con los requerimientos de la demanda en donde los consumidores se sientan satisfechos con su compra.

##### **Acciones**

**A1.** Diseñar un plan de negocios en donde se establezca las metas a cumplir para satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.

**A2:** Determinar el costo a producir y el precio a la venta de los productos dependiendo su tamaño, calidad, y la variedad que pueda tener el mismo en el mercado

**A3.** Realizar un control semanal por medio de encuesta de satisfacción a los clientes en donde expresen si tienen algún problema en lo que se estará ofreciendo en el mercado o si mantienen un buen servicio.

**Lineamiento 3: Establecer procesos en donde se pueda llegar a los consumidores con una buena diversidad de productos competitivos y de calidad.**

**Objetivo:** Cumplir con todos los requerimientos de la demanda ya que esto podrá ayudar a poder potencializar más cada negocio y un mayor crecimiento económico.

**Acciones**

**A1.** Implementar estrategias de mercado en donde se buscará visualizar cada uno de los requerimientos que tiene la demanda para que se pueda tener un mejor flujo de dinero

**A2:** Fomentar un mercado de innovación en el cual los pequeños y medianos productores y comerciantes puedan ofertar servicios y productos cumpliendo estándares de calidad.

**A3.** Diferenciar cada parte del mercado en donde cada ofertante tenga su espacio y que los usuarios tengan un ambiente más propicio con buenas prácticas de intercambio, para poder satisfacer sus necesidades.

**Tabla 5.5.**  
*Indicadores de Gestión Variable Comercio*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
COMERCIO	1: Realizar un estudio de mercado en donde se pueda levantar información sobre las necesidades que tienen los consumidores y de esta manera poder cumplir con todas las exigencias que se requiera.	<p>A1. Establecer precios justos y cómodos para cada uno de los clientes, que además de satisfacer la exigencia con la demanda de los productos se puede lograr captar consumidores de todas partes del Ecuador.</p> <p>A2. Mantener un mercado de innovación en donde también se pueda visualizar productos nuevos para tener un mercado más amplio para los turistas.</p> <p>A3. Motivar a cada uno de los pequeños y medianos productores a siempre presentar un producto, bien o servicio de eficiencia, con la finalidad de que los consumidores puedan llevar una buena impresión de la localidad.</p>	Estudio de Mercado	Eficacia	Estudio de Mercado Realizado	Anual
	2: Analizar periódicamente la satisfacción de los clientes respecto al bien o servicio ofertado en la localidad.	<p>A1. Diseñar un plan de negocios en donde se establezca las metas a cumplir para satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.</p> <p>A2: Determinar el costo a producir y el precio a la venta de los productos dependiendo su tamaño, calidad, y la variedad que pueda tener el mismo en el mercado</p> <p>A3. Realizar un control semanal por medio de encuesta de satisfacción a los clientes en donde expresen si tienen algún problema en lo que se estará ofreciendo en el mercado o si mantienen un buen servicio.</p>	Satisfacción de los consumidores	Eficacia	$N^{\circ}$ de consumidores satisfechos / $N^{\circ}$ de consumidores encuestados) * 100	Mensual

COMERCIO	3. Establecer procesos en donde se pueda llegar a los consumidores con una buena diversidad de productos competitivos y de calidad.	<p>A1. Implementar estrategias de mercado en donde se buscará visualizar cada uno de los requerimientos que tiene la demanda para que se pueda tener un mejor flujo de dinero</p> <p>A2: Fomentar un mercado de innovación en el cual los pequeños y medianos productores y comerciantes puedan ofertar servicios y productos cumpliendo estándares de calidad.</p> <p>A3. Diferenciar cada parte del mercado en donde cada ofertante tenga su espacio y que los usuarios tengan un ambiente más propicio con buenas prácticas de intercambio, para poder satisfacer sus necesidades.</p>	Procedimientos estratégicos	Eficacia	(N° procedimientos realizados/ N° de procedimientos planificados) * 100	Semestral

## 5.5. VARIABLE: AGROINDUSTRIAL

**Lineamiento 1: Realizar un adecuado monitoreo en donde se pueda verificar el proceso de los productos agropecuarios, así como también el desarrollo de su comercialización en el mercado.**

**Objetivo:** Implementar estándares de calidad en la producción para que cumplan con las exigencias de los demandantes.

### Acciones

**A1.** Determinar si la maquinaria que es utilizada para la materia prima está en buen estado y que cumpla con las diferentes funciones para desarrollar un buen producto.

**A2.** Fomentar la participación de todos los productores pequeños y medianos, para incrementar el número de proveedores que apliquen técnicas de marketing colaborativo con la mayor calidad posible.

**A3.** Fortalecer la competitividad en los diferentes sectores del mercado en donde se busque potencializar los mismos y de esta manera lograr sacar sus pequeños negocios en grandes empresas con proyección a nivel nacional

**Lineamiento 2: Fomentar la producción con Responsabilidad Social Corporativa, respecto al cuidado del medio ambiente.**

**Objetivo:** Realizar un programa ambiental en donde se tenga una conciencia ecológica evitando sumar a los niveles de contaminación existentes.

### **Acciones**

**A1.** Desarrollar diferentes charlas de concientización entre empresas agremiadas con la participación del sector público, donde se incentive la importancia del cuidado ecológico, promoviendo la creación de nuevos productos que no afectan a la naturaleza.

**A2.** Implementar una huella ambiental con el objetivo de identificar recursos óptimos para la producción.

**A3.** Utilizar la menor cantidad de recursos nocivos para el ambiente, tomando en cuenta que se hará una producción de calidad para cada uno de los consumidores.

**Lineamiento 3: Buscar diferentes tipos de financiamiento con la finalidad de adquirir bienes de capital adecuados para mejorar los procesos productivos.**

**Objetivo:** Obtener financiamiento externo para innovar y competir a través de la producción de punta.

### **Acciones**

**A1.** Identificar las necesidades tecnológicas en la empresa para poder producir un producto de calidad y con la finalidad de establecer los parámetros a seguir para buscar el financiamiento adecuado.

**A2.** Realizar una valoración de cada uno de los implementos que pueden ser obsoletos y que necesiten un mejoramiento para que de esta manera se pueda tener una tecnología de punta.

**A3.** Desarrollar diferentes capacitaciones a las empresas y microempresas en donde se puede dedicar al uso y manejo adecuado de equipos nuevos, así como también a desarrollar mejor cada una de sus habilidades.



**Tabla 5.6.**  
*Indicadores de Gestión Variable Agroindustrial*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
AGROINDUSTRIAL	1: Realizar un adecuado monitoreo en donde se pueda verificar el proceso de los productos agropecuarios, así como también el desarrollo de su comercialización en el mercado.	A1. Determinar si la maquinaria que es utilizada para la materia prima está en buen estado y que cumpla con las diferentes funciones para desarrollar un buen producto. A2. Fomentar la participación de todos los productores pequeños y medianos, para incrementar el número de proveedores que apliquen técnicas de marketing colaborativo con la mayor calidad posible. A3. Fortalecer la competitividad en los diferentes sectores del mercado en donde se busque potencializar los mismos y de esta manera lograr sacar sus pequeños negocios en grandes empresas con proyección a nivel nacional	Procesos de producción	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ procesos monitoreados} / N^{\circ} \text{ total de procesos}) * 100$	Anual
	2: Fomentar la producción con Responsabilidad Social Corporativa, respecto al cuidado del medio ambiente.	A1. Desarrollar diferentes charlas de concientización entre empresas agremiadas con la participación del sector público. donde se incentive la importancia del cuidado ecológico, promoviendo la creación de nuevos productos que no afectan a la naturaleza. A2. Implementar una huella ambiental con el objetivo de identificar recursos óptimos para la producción. A3. Utilizar la menor cantidad de recursos nocivos para el ambiente, tomando en cuenta que se hará una producción de calidad para cada uno de los consumidores.	Protección y cuidado del medio ambiente	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ empresas que realizan acciones medio ambientales con RSC} / N^{\circ} \text{ Empresas pequeñas y medianas}) * 100$	Semestral
	3: Buscar diferentes tipos de financiamiento con la finalidad de adquirir bienes de capital adecuados para mejorar los procesos productivos.	A1. Identificar las necesidades tecnológicas en la empresa para poder producir un producto de calidad y con la finalidad de establecer los parámetros a seguir para buscar el financiamiento adecuado. A2. Realizar una valoración de cada uno de los implementos que pueden ser obsoletos y que necesitan un mejoramiento para que de esta manera se pueda tener una tecnología de punta. A3. Desarrollar diferentes capacitaciones a las empresas y microempresas en donde se puede dedicar al uso y manejo adecuado de equipos nuevos, así como también a desarrollar mejor cada una de sus habilidades.	Financiamiento	Eficiencia	$(\text{Inversión Real} / \text{Financiamiento Total}) * 100$	Anual

## 5.6. VARIABLE: CENTRO DE ACOPIO

**Lineamiento 1: Formar un centro de apoyo el cual proporcione un mejor desempeño entre los pequeños productores del cantón en donde puedan explotar sus productos.**

**Objetivo:** Realizar un centro de acopio para pequeños productores para beneficio de la comunidad en cual les permita la venta de sus productos.

**Acciones:**

**A1.** Realizar una charla con los beneficiarios sobre la importancia del cultivo de sus productos con la protección de cada una de las especies en la naturaleza.

**A2.** Ayudar a que los productores en desarrollo puedan reducir sus costos y negocien en conjunto, obteniendo un mayor beneficio al vender las mercancías.

**A3.** Elevar el nivel de vida de los beneficiarios, comercializando un producto de calidad que ayude a satisfacer las necesidades de los mismos.

**Lineamiento 2: Establecer un plan estratégico para la comercialización de cada uno de los productos de los distintos socios el mismo que no tenga ningún recargo adicional.**

**Objetivo:** Implementar una estrategia adecuado para la producción con la ayuda de la comunidad para una buena comercialización de los mismo.

**Acciones:**

**A1.** Recibir y almacenar el producto de los comerciantes, coordinando la fecha de entrega y de venta.

**A2.** Transportar el producto en cantidad exacta para cada localidad establecida, evitando el pago de transportes adicionales.

**A3.** Identificar la información constantemente por medios de las redes sociales sobre la competencia.

**Lineamiento 3: Fomentar el valor agregado a la producción para que sea un producto competitivo en el mercado comercial y con un precio asequible a los consumidores.**

**Objetivo:** Proporcionar un beneficio adicional a los productos el mismo que

deberá tener un debido procesamiento, llegando así al mercado en condiciones competitivas para lograr mejores precios al momento de la comercialización.

**Acciones:**

**A1.** Ofrecer a nuestros clientes información sobre la variedad de nuestros productos y los días que se brindan rebajas.

**A2.** Darle charlas a los comerciantes sobre la elaboración de cada uno de sus productos para que cumplan con todos los estándares establecidos por los consumidores.

**A3.** Dar a nuestros consumidores fijos por la realización de una compra un elemento adicional al que no se le pueda poner precio monetario.

**Tabla 5.7.**  
*Indicadores de Gestión Variable Centro de Acopio*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
CENTRO DE ACOPIO	1. Formar un centro de apoyo el cual proporcione un mejor desempeño entre los pequeños productores del cantón en donde puedan explotar sus productos.	<p><b>A1.</b> Realizar una charla con los beneficiarios sobre la importancia del cultivo de sus productos con la protección de cada una de las especies en la naturaleza.</p> <p><b>A2.</b> Ayudar a que los productores en desarrollo puedan reducir sus costos y negocien en conjunto, obteniendo un mayor beneficio al vender las mercancías.</p> <p><b>A3.</b> Elevar el nivel de vida de los beneficiarios, comercializando un producto de calidad que ayude a satisfacer las necesidades de los mismos.</p>	Satisfacción del centro de acopio con respecto a los productores.	Eficacia	$(\text{N}^\circ \text{ de centros de apoyo registrados} / \text{N}^\circ \text{ Total de centros de apoyo planificado}) * 100$	Trimestral

CENTRO DE ACOPIO	<p><b>2.</b> Establecer un plan estratégico para la comercialización de cada uno de los productos de los distintos socios el mismo que no tenga ningún recargo adicional.</p>	<p><b>A1.</b> Recibir y almacenar el producto de los comerciantes, coordinando la fecha de entrega y de venta.  <b>A2.</b> Transportar el producto en cantidad exacta para cada localidad establecida, evitando el pago de trasportes adicionales.  <b>A3.</b> Identificar la información constantemente por medios de las redes sociales sobre la competencia.</p>	Satisfacción de las estrategias para la comercialización.	Eficiencia	(Plan de estrategia ejecutado/ Total del plan estratégico planificado) * 100	Trimestral
	<p><b>3.</b> Fomentar el valor agregado a la producción para que sea un producto competitivo en el mercado comercial y con un precio asequible a los consumidores.</p>	<p><b>A1.</b> Ofrecer a nuestros clientes información sobre la variedad de nuestros productos y los días que se brindan rebajas.  <b>A2.</b> Darle charlas a los comerciantes sobre la elaboración de cada uno de sus productos para que cumplan con todos los estándares establecidos por los consumidores.  <b>A3.</b> Dar a nuestros consumidores fijos por la realización de una compra un elemento adicional al que no se le pueda poner precio monetario.</p>	Satisfacción del valor agregado a la producción.	Eficacia	(N° de valores agregados ejecutados por los productores / N° Total del valor agregado planificados para los productores) * 100	Trimestral

### 5.7. VARIABLE: TECNOLOGÍA

**Lineamiento 1: Implementar nuevas herramientas tecnológicas las mismas que serán de gran ayudada para el mejoramiento de los productores ya que permitirá tener nuevas fuentes de trabajo, en donde podrán exhibir cada uno de sus productos con la implementación de equipos tecnológicos los mismos que les generarán nuevos ingresos económicos al mismo tiempo tener buenas relaciones laborales con todos sus clientes.**

**Objetivo:** Generar tecnologías apropiadas a las condiciones ecológicas de la localidad, orientadas principalmente a proveer a los pequeños productores en cómo dar uso de estas nuevas herramientas en sus labores diarias las misma que le permitirán generar nuevas fuentes de trabajo.

**Acciones:**

**A1.** Dar charlas a los pequeños comerciantes sobre el uso y manejo de los equipos tecnológicos en donde se puedan solventar cada una de sus dudas y así adquirir el conocimiento necesario.

**A2.** Brindar un mantenimiento adecuado cada cierto tiempo a todos los equipos tecnológicos adquiridos por los comerciantes, así poder brindar un servicio de calidad a todos los clientes.

**A3.** Implementar nuevos programas tecnológicos los cuales serán de gran ayuda para el manejo adecuado de cada una de sus actividades como comerciantes.

**Lineamiento 2: Fomentar la participación de instituciones públicas en donde proporcionen tipos tecnológicos para la captación de nuevos clientes potenciales, los cuales nos permitirán generar buenas relaciones con el mundo exterior.**

**Objetivo:** Mejorar la capacidad institucional públicas, mediante el desarrollo y fortalecimiento de conocimientos tecnológicos con el fin de ayudar a los comerciantes a poder brindar un servicio de alta calidad que permitan atender las demandas de la ciudadanía de manera eficaz y eficiente.

**Acciones:**

**A1.** Dar constantemente tips para el manejo de las redes sociales en donde pondrán sus productos a la venta o la distribución de los mismos.

**A2.** Evaluar constantemente cada uno de los parámetros implementas en sus equipos tecnológicos los cuales les generar otro tipo de ingresos.

**A3.** Fortalecer mensualmente sus conocimientos en el mundo tecnológico para estar al mismo nivel que la competencia.

**Tabla 5.8.**  
*Indicadores de Gestión Variable Tecnología*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
TECNOLOGÍA	1. Implementar nuevas herramientas tecnológicas las mismas que serán de gran ayudada para el mejoramiento de los productores ya que permitirá tener nuevas fuentes de trabajo, en donde podrán exhibir cada uno de sus productos con la implementación de equipos tecnológicos los mismos que les generarán nuevos ingresos económicos al mismo tiempo tener buenas relaciones laborales con todos sus clientes.	<p><b>A1.</b> Dar charlas a los pequeños comerciantes sobre el uso y manejo de los equipos tecnológicos en donde se puedan solventar cada una de sus dudas y así adquirir el conocimiento necesario.</p> <p><b>A2.</b> Brindar un mantenimiento adecuado cada cierto tiempo a todos los equipos tecnológicos adquiridos por los comerciantes, así poder brindar un servicio de calidad a todos los clientes.</p> <p><b>A3.</b> Implementar nuevos programas tecnológicos los cuales serán de gran ayuda para el manejo adecuado de cada una de sus actividades como comerciantes.</p>	Satisfacción de la implementación de las herramientas tecnológicas.	Eficiencia	$(\text{N}^\circ \text{ de herramientas implementadas} / \text{N}^\circ \text{ Total de herramientas planificadas}) * 100$	Trimestral
	2. Fomentar la participación de instituciones públicas en donde proporcionen tipos tecnológicos para la captación de nuevos clientes potenciales, los cuales nos permitirán generar buenas relaciones con el mundo exterior.	<p><b>A1.</b> Dar constantemente tips para el manejo de las redes sociales en donde pondrán sus productos a la venta o la distribución de los mismos.</p> <p><b>A2.</b> Evaluar constantemente cada uno de los parámetros implementas en sus equipos tecnológicos los cuales les generar otro tipo de ingresos.</p> <p><b>A3.</b> Fortalecer mensualmente sus conocimientos en el mundo tecnológico para estar al mismo nivel que la competencia.</p>	La participación de las instituciones públicas.	Eficiencia	$(\text{N}^\circ \text{ de instituciones públicas que intervienen} / \text{N}^\circ \text{ Total de las instituciones públicas que fueron planificadas}) * 100$	Trimestral

## 5.8. VARIABLE: FERIAS INCLUSIVAS

**Lineamiento 1: Fomentar la participación de los productores en ferias inclusivas en donde den a conocer cada uno de sus productos, como sus beneficios para impulsar más su economía.**

**Objetivo:** Establecer metas para la impulsar las ferias productivas con la intervención de las autoridades para que los comerciantes pueden vender sus productos y dar a conocer cada uno de los mismos.

### **Acciones:**

**A1.** Organizar cada mes una presentación con los comerciantes en donde les motiven la participación a realizar cada una de las actividades.

**A2.** Realizar un concurso entre los productores para ver cuál es el mejor explicando cada uno de los productos y tiene la capacidad de vender dichos artículos.

**A3.** Impulsar a las personas que participación en cada uno de estos pequeños eventos realizados para así poder ir trabajando en equipo.

**Lineamiento 2: Proporcionar capacitaciones socio productivas y una gestión técnica adecuada con la ayuda de programas los cuales son proporcionadas por las autoridades para una buena gestión de los productores en el desarrollo de sus actividades como comerciantes.**

**Objetivo:** Establecer un plan estratégico para la programación y realización adecuada de cada una de las actividades para el funcionamiento de los productores en el mundo competitivo.

### **Acciones:**

**A1.** Las autoridades brinden una capacitación a los productores para que tengan un conocimiento apropiado el cual les permita la implementación de un plan adecuado para la realización de cada una de las actividades.

**A2.** Enfatizarse en el potencial de cada uno de los productores para el desarrollo de cada una de las acciones para el crecimiento económico.

**A3.** Realizar un concurso entre los socios en los cuales puedan hablar sobre sus experiencias en el mundo comercial.

**Lineamiento 3: Fortalecer los niveles de los grupos asociados o personas naturales en la Economía Popular y Solidaria con la intervención de los productores con la implementación de emprendimientos para el mejoramiento de su economía.**

**Objetivo:** Desarrollar proyectos e intercambio de mercados para los productos y servicios de los actores rurales de la economía popular y solidaria beneficiados para cada uno de los comerciantes.

**Acciones:**

**A1.** Implementar nuevos emprendimientos para que los medianos productores puedan fortalecer sus niveles de conocimientos al monto de ejercer sus actividades como productor en cada una de sus tierras.

**A2.** Establecer parámetros en cada uno de las asociaciones para que siempre persigan el mismo objetivo entre todos y puedan apoyarse el uno con el otro en la realización de sus labores diarias.

**A3.** Realizar concursos entre los comerciantes que son parte de alguna asociación para ir mejorando sus niveles de comerciantes y puedan estar capacitados para enfrentarse al mundo competitivo y puede así su economía mejor.

**ACTIVIDAD 2.** Partiendo de los lineamientos propuestos en la actividad anterior, establecer los indicadores de gestión (eficiencia, eficacia y calidad) correspondientes conforme a sus variables:



**Tabla 5.9.**  
*Indicadores de Gestión Variable Ferias Inclusivas*

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Lineamientos	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
<b>Ferias Inclusivas</b>	1. Fomentar la participación de los productores en ferias inclusivas en donde den a conocer cada uno de sus productos, como sus beneficios para impulsar más su economía.	<p><b>A1.</b> Organizar cada mes una presentación con los comerciantes en donde les motiven la participación a realizar cada una de las actividades.</p> <p><b>A2.</b> Realizar un concurso entre los productores para ver cuál es el mejor explicando cada uno de los productos y tiene la capacidad de vender dichos artículos.</p> <p><b>A3.</b> Impulsar a las personas que participación en cada uno de estos pequeños eventos realizados para así poder ir trabajando en equipo.</p>	Satisfacción de los productores en las ferias inclusiva.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de productores que intervienen en las ferias} / N^{\circ} \text{ Total de productores que fueron planificados para las ferias}) * 100$	Trimestral
	2. Proporcionar capacitaciones socio productivas y una gestión técnica adecuada con la ayuda de programas los cuales son proporcionadas por las autoridades para una buena gestión de los productores en el desarrollo de sus actividades como comerciantes.	<p><b>A1.</b> Las autoridades brinden una capacitación a los productores para que tengan un conocimiento apropiado el cual les permita la implementación de un plan adecuado para la realización de cada una de las actividades.</p> <p><b>A2.</b> Enfáticamente en el potencial de cada uno de los productores para el desarrollo de cada una de las acciones para el crecimiento económico.</p> <p><b>A3.</b> Realizar un concurso entre los socios en los cuales puedan hablar sobre sus experiencias en el mundo comercial.</p>	La capacitación de los productores para su gestión.	Eficiencia	$(N^{\circ} \text{ de capacitaciones ejecutadas por los socios} / N^{\circ} \text{ Total de capacitaciones planificadas para los socios}) * 100$	Trimestral

<p style="text-align: center;"><b>Ferías Inclusivas</b></p> <p><b>3.</b> Fortalecer los niveles de los grupos asociados o personas naturales en la Economía Popular y Solidaria con la intervención de los productores con la implementación de emprendimientos para el mejoramiento de su economía.</p>	<p><b>A1.</b> Implementar nuevos emprendimientos para que los medianos productores pueden fortalecer sus niveles de conocimientos al monto de ejercer sus actividades como productor en cada una de sus tierras.</p> <p><b>A2.</b> Establecer parámetros en cada uno de las asociaciones para que siempre persigan el mismo objetivo entre todos y puedan apoyarse el uno con el otro en la realización de sus labores diarias.</p> <p><b>A3.</b> Realizar concursos entre los comerciantes que son parte de alguna asociación para ir mejorando sus niveles de comerciantes y puedan estar capacitados para enfrentarse al mundo competitivo y puede así su economía mejor.</p>	<p>Satisfacción de los niveles de grupos asociados.</p>	<p>Eficiencia</p>	<p>(N° de asociaciones que intervinieron con sus emprendimientos/ N° Total de asociaciones planificadas con sus emprendimientos) * 100</p>	<p>Trimestral</p>
--	--	---	-------------------	--	-------------------

## REFERENCIAS

Becerra, F., & Pino, J. (2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde cuba. *Economía Sociedad y territorio* .

CARE. (2010). *CARE*. Obtenido de La Responsabilidad Social Empresarial : [https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/biblioteca\\_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf](https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/biblioteca_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf)

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business & Society*, 38(3): 268-295.

CEPAL. (2017). *CEPAL*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe : <https://www.cepal.org/es/areas-de-trabajo/desarrollo-economico>

CERES. (2019). *CERES*. Obtenido de Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad : <https://www.redceres.com/>

Comision Europea. (29 de Enero de 2019). Obtenido de La ciudadanía Europea: 15 ventajas que mejoran tu vida : [https://ec.europa.eu/spain/news/20190206\\_%20European-citizenship-15-advantages-that-improve-your-life\\_es](https://ec.europa.eu/spain/news/20190206_%20European-citizenship-15-advantages-that-improve-your-life_es)

Contero, R. (20 de Marzo de 2017). El Comercio. *La Responsabilidad*, pág. 1. Recuperado el 2020 de Junio de 16, de <https://www.elcomercio.com/cartas/responsabilidad-opinion-cartas-ecuador.html>

Corporación Favorita . (1 de Mayo de 2016). *Corporación Favorita* . Obtenido de Responsabilidad Social : <https://sites.google.com/site/corporacionfavorita1234/responsabilidad-social>

Cueto, C., & Cuesta , M. (2017). La administracio publica de la responsabilidad social corporativa. España: Área de innovacion y desarrollo.

De la Torre, O. (1994). *El Turismo Fenómeno social*. Fondo De Cultura Economica.

Dinero. (16 de Julio de 2019). *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/internacional/articulo/que-pasa-con-el-desarrollo-de-america-latina/274107>

Durán, C. (2019). Los paradigmas del desarrollo y su evolución: Del enfoque económico al multidisciplinario. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 4-10.

EPEMAPAR. (Marzo de 2017). *Plan de Desarrollo Cantonal*. Obtenido de <http://www.epemapar.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/plandesarrollocantonal.pdf>

Esparza, D. (6 de Febrero de 2012). *Blogspot*. Obtenido de Definición de la feria inclusiva : <http://davidesparza1978.blogspot.com/2012/02/definicion-de-feria-inclusiva.html#:~:text=Feria%20Inclusiva%3A%20Evento%20realizado%20al,de%20bienes%20y%20servicios%2C%20de>

Estévez, R. (24 de Julio de 2015). *Eco inteligencia*. Obtenido de en que consiste la norma ISO 26000: <https://www.ecointeligencia.com/2015/07/iso-26000/>

Fierro, P., Alonso, A., & Torres, N. (2016). *El desarrollo y la planificación territorial en el Ecuador*. Obtenido de Tlatemoani: revista académica de investigación 7(23), 151-175: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7281221>

Fierro, P., Torres, N., Bell, R., & Torres, J. (2020). *Hacia una cultura organizacional autóctona que fomente el Desarrollo Económico*. Obtenido de Editorial Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH): [http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/portadas/58/HACIA\\_CULTURA\\_ORGANIZACIONAL.pdf](http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/portadas/58/HACIA_CULTURA_ORGANIZACIONAL.pdf)

FMI. (21 de Marzo de 2019). Obtenido de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2019/03/20/NA032119-Ecuador-New-Economic-Plan-Explained>

FMI. (2019). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de Análisis del nuevo plan económico de Ecuador: <https://www.imf.org/es/News/Articles/2019/03/20/NA032119-Ecuador-New-Economic-Plan-Explained>

FMI. (2021). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de INFORMES DE PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL ENERO DE 2021: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update#:~:text=En%20medio%20de%20esta%20excepcional,4%2C2%25%20en%202022.&text=Para%20controlar%20la%20pandemia%20en,precisa%20una%20estrecha%20cooperaci%C3%B3n%20intern>

FORBES. (2019). *Lista Forbes | Las empresas con mayor responsabilidad corporativa de 2019*. Obtenido de Forbes Centro América Revista Digital: <https://forbescentroamerica.com/2019/09/18/lista-forbes-las-empresas-con-mayor-responsabilidad-corporativa-de-2019/>

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 32-33,122,124,126.

GADM Riobamba. (2018). Obtenido de Informe rendición de cuentas 2018: <file:///C:/Users/Sorai/Downloads/INFORME-RENDICION-DE-CUENTAS-2018-FINAL.pdf>

García, Q. (22 de Enero de 2016). *Mans Unides*. Recuperado el 24 de Junio de 2020, de Responsabilidad Social Empresarial: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-empresarial>

Garriga , E., & Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53 (1/2), 51-71.

Giorg, D., Roura, H., & Naclerio, A. (2010). Obtenido de Sistemas productivos locales : <file:///C:/Users/Sorai/Downloads/Sistemas%20Productivos%20Locales.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba. (2010). *Plan Estratégico Programático del Municipio de Riobamba*. Riobamba: GADM Cantón Riobamba.

Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba. (2020). *Atral 2020-2030 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial* . Riobamba: GADM Riobamba.

Guambo, A. (2018). *Responsabilidad Social como ventaja competitiva para el sector de las empresas familiares de la provincia de Tungurahua*. Ambato: (tesis de pregrado, Universidad Tecnica de Ambato). Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28868/1/517%20O.E..pdf>

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA: <https://public.tableau.com/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec.#!/vizhome/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>

INEC. (2012). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: [www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info8.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info8.pdf).

INEC. (2016). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de Instituto de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

INEC. (2018). *TABULADOS DEL DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS, AÑO 2018*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

IONOS. (09 de Abril de 2019). *IONOS* . Obtenido de Qué es la Responsabilidad Social Corporativa : <https://www.ionos.mx/startupguide/gestion/responsabilidad-social-corporativa/>

IRSE. (2016). *IRSE*. Obtenido de Instituto de Responsabilidad Social: <https://www.irse-ec.org/irse/>

ISO 14001. (2015). *ISO*. Obtenido de ISO 14001: 2015: <https://www.nueva-iso-14001.com/pdfs/FDIS-14001.pdf>

ISO 9001. (2015). *ISO*. Obtenido de Sistemas de Gestion de Calidad: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Jardin , J. (21 de Junio de 2013). *Agroindustria* . Obtenido de conceptualización agroindustria y su importancia : <http://agroindustria.blogspot.com/2013/06/agroindustria-su-clasificacion-e.html>

Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead . *International Journal of Management*, 10(1): 53-73.

MAG. (2019). *Tomo III Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020 - 2030*. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/descarga/category/1096-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-2020-2030#>

Márquez, H., Soto, R., & Záyago, E. (2012). *Visiones de desarrollo*. México: Miguel Ángel Purrúa.

Martínez, J. (2019). *Logros y desafíos de integración centroamericana*.

Martínez, V., Bogota, O., & Silva, M. (2010). Percepciones del concepto de responsabilidad social Corporativa: un estudio exploratorio. *Hologramatica: Facultad de Ciencias Sociales UNLZ*, 11.

Matthews, R., & Supple, B. (1991). The Ordeal of Economic Freedom: Marshall on Economic History. *Quaderni di Storia dell'Economia Politica*, 189-213.

Melo, M. (8 de Septiembre de 2019). Recuperado el 17 de Junio de 2020, de Origen y evolución de la responsabilidad social: <https://storymaps.arcgis.com/stories/a4dcf287f9de44abb4b14f9cecec30ce>

MERCOSUR. (2016). *Mercosur*. Obtenido de Mercado Común del Sur: <https://www.mercosur.int/temas/cooperacion-en-el-mercosur/>

Molina, S. (2000). Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas. México: Limusa .

Mora, Ó. (2006). Las teorías del desarrollo económico: algunos postulados y enseñanzas . *Revista apuntes del CENES* , 52-53.

Moran, H. (12 de Abril de 2015). *Frans*. Obtenido de Factores que afectan el crecimiento económico : <http://frans-david.blogspot.com/2015/04/factores-que-afectan-el-crecimiento.html>

Normas ISO 26000. (2010). *ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa . (2004). *Observatorio.org*. Obtenido de Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa : [https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/#:~:text=La%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20\(RSC,sobre%20la%20sociedad%20en%20general](https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/#:~:text=La%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20(RSC,sobre%20la%20sociedad%20en%20general).

OTM. (2008). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Turismo responsable, sostenible y accesible: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>

Palomo Pérez, S. (1997). Tecnología y economía visión de las actuales implicaciones económicas de las nuevas tecnologías desde una visión solidaria . *Revista ciencia y cultura*, 3.

Parra, C. (21 de Agosto de 2019). Recuperado el 2020 de 24 de 2020, de Qué son los stakeholders, que tipos existen y de que manera impacta a una empresa: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>

Pérez , R. (2018). *Informe de la Responsabilidad Social Empresarial*. Ton!c Latam.

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2015). *Definicion de .* Obtenido de definicion de acopio : <https://definicion.de/acopio/#:~:text=Acopio%20es%20el%20proceso%20y,lo%20general%20provisiones%20o%20v%C3%ADveres.&text=El%20gobierno%20local%2C%20con%20la,de%20acopio%20con%20c%C3%A1mara%20frigor%C3%ADfica>.

Perez, J. (9 de Enero de 2015). *El orden mundial*. Obtenido de Introducción al concepto del desarrollo: <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>

Pérez, J. (6 de Noviembre de 2015). *Ventura*. Obtenido de Un nuevo indicador para medir el desarrollo: el Índice de Desarrollo Socioeconómico (IDSE): <https://vaventura.com/divulgacion/desarrollo/nuevo-indicador-medir-desarrollo-indice-desarrollo-socioeconomico-idse/#:~:text=Uno%20de%20los%20indicadores%20que,para%20mediados%20del%20mismo%20a%C3%B1o>.

Pérez, M. (2017). *Alianzas Público-Privadas y desarrollo territorial*. Quito: CONGOPE. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57085.pdf>

Pérez, M. (2019 de Diciembre de 2019). *Concepto*. Obtenido de Definicion: <https://conceptodefinicion.de/responsabilidad/>

Pérez, M. (7 de febrero de 2020). Obtenido de Comercio : <https://concepto-definicion.de/comercio/>

Plan Nacional de Desarrollo . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo* . Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

PNUD. (2021). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de Indice de Desarrollo Humano IDH: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/>

Proyectos México. (2019). *Proyectos México*. Obtenido de <https://www.proyectosmexico.gob.mx/por-que-invertir-en-mexico/economia-solida/>



R, J. L. (22 de Mayo de 2018). *Tecno* . Obtenido de Tipos de tecnología : <https://247tecno.com/tipos-de-tecnologia/>

Raffino, M. (12 de Junio de 2020). Obtenido de tecnología: <https://concepto.de/tecnologia/>

Raffino, M. E. (1 de Julio de 2020). Obtenido de Concepto de Comercio : <https://concepto.de/comercio/>

Retos Supply Chain. (21 de Diciembre de 2017). *Retos supply chain*. Obtenido de Los sectores de producción y sus características: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/los-sectores-de-produccion-y-sus-caracteristicas/>

Romero, C. e. (2017). *El empleo y el desarrollo económico local del Cantón Riobamba - Ecuador*. Obtenido de Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2017).: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/desarrollo-economico-canton.html>

Romero, C., Urritia, J., Vayas , Á., & Navas , P. (2017). El empleo y el desarrollo económico local del cantón Riobamba - Ecuador . *Caribeña de ciencias sociales* , 1-5.

Salcedo, S., & Lya, G. (2014). *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, Santiago, Chile: <http://www.fao.org/3/i3788s/i3788s.pdf>

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2006). *Economía* . Madril, España : McGraw-Hill Interamericana.

Sedisa. (2 de Febrero de 2020). *Sedisa*. Recuperado el 24 de Junio de 2020, de Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos del Desarrollo Sostenible: <https://medium.com/sedisa/responsabilidad-social-corporativa-y-objetivos-de-desarrollo-sostenible-bc45a91d6864>

SENDOTU. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial* . Obtenido de Responsabilidad Social Empresarial : <https://studylib.es/doc/5033464/responsabilidad-social-empresarial>

SERCOP, Manual operativo de ferias inclusivas. (2017). *Manual operativo ferias inclusivas*. Quito- Ecuador. Obtenido de <https://portal.compraspublicas>.

gob.ec/sercop/wp-content/uploads/downloads/2018/04/manual\_ferias\_entidades\_lc\_mc\_09\_04\_2018\_OK.pdf

Skousen , M. (1994). La economía en tela de juicio. mentira, mitos y realidades . Buenos Aires: Addison-Wesley Iberoamericana.

SUPERCIAS. (2017). *Estudios Sectoriales: MIPYMES y Grandes Empresas*. Obtenido de [https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial\\_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02](https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02)

Tafur, H. J. (Marzo de 2014). Obtenido de Definición de la Agroindustria: <https://tafurh.blogspot.com/2014/03/definicion-de-agroindustria.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20Organizaci%C3%B3n%20de%20las,intermedios%20derivados%20del%20sector%20agr%C3%ADcola>.

Tapia Hermida, L. X., & Riera Suárez, J. E. (2018). Ferias inclusivas de productores agrícolas como alternativa de desarrollo local en la región Andina. *Observatorio de la Economía Latinoamericana* , 3.

Tinoco Cantillo , U. A., Arango Buelvas , L. J., & Benavides, O. (2012). Evolucion, Aproximación al concepto y teorías de Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Panoramica Económico*, 205-2013.

UNIVERSO. (09 de Marzo de 2020). *UNIVERSO*. Obtenido de ¿Cuáles son las empresas con mejor reputación en Ecuador?: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/09/nota/7773240/ranking-empresas-mejor-reputacion>

Valet, V. (17 de Septiembre de 2019). *Forbes* . Obtenido de Las empresas mas respetables del mundo para la responsabilidad corporativa 2019 : <https://www.forbes.com/sites/vickyvalet/2019/09/17/the-worlds-most-reputable-companies-for-corporate-responsibility-2019/#10dd4e83679b>

Vázquez , O. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa: el papel de la sociedad civil . *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* , 117-118.

Vazquez . (febrero de 2016). Obtenido de [https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Vazquez-A\\_2000\\_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf](https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Vazquez-A_2000_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf)

Vegas Rodríguez , J. C. (2008). *Asociatividad*. Peru: UNCTAD. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf)

Velazco, A. (16 de Abril de 2013). *EOI*. Obtenido de que es desarrollo sostenible: <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/04/16/%C2%BFque-es-el-desarrollo-sostenible/>

Villacís, A., Suarez, Y., Güillín, F., & Minshely, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 454- 455.

La presente obra titulada **DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**, es parte de los resultados del Proyecto de Investigación "Lineamientos para fomentar el Desarrollo Económico Local con Responsabilidad Social Corporativa en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo" de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH, ejecutado durante el año 2020; esta investigación aborda una profunda revisión bibliográfica que nace de la recolección de información que fundamenta científicamente las variables objeto de estudio para luego diagnosticar la situación actual del caso en análisis, que corresponde al sector empresarial en el cantón Riobamba, para proponer soluciones óptimas que dinamicen la economía en la localidad y además puedan ser replicadas en cantones de similares características a nivel nacional e internacional.

A través de siete capítulos, los autores, presentan la posibilidad de que las empresas pueden contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa e impulsar el desarrollo económico local y nacional. Es importante considerar que la Responsabilidad Social Corporativa está se refleja en la salud material y económica de una comunidad, de un estado o de un país.

**Natali del Rocío Torres Peñafiel.** Ingeniera en Comercio Exterior e ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Master Universitario en Análisis Económico. Doctora en Ciencias Económicas. Imparte las cátedras de Entorno Económico, Microeconomía, Macroeconomía y Finanzas Internacionales en la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Alexandra María Verduga Pino.** Ingeniera comercial, Contadora, y diplomada en Andragogía. Master en Gerencia. Doctora en Ciencias Económicas. Imparte las cátedras de Dirección de Empresas, Gestión de la Calidad, Desarrollo de Habilidades Empresariales, Logística para Empresas, Ética Profesional y Planificación Estratégica en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí.

**Pablo Enrique Fierro López.** Ingeniero en Comercio Exterior e Ingeniero Agrónomo. Magister en Proyectos de Desarrollo e Inversiones R., magister en Gerencia Empresarial, especialista en Administración Pública y especialista en Desarrollo Organizacional. Doctor en Ciencias Económicas. Imparte las cátedras de Planificación Estratégica, Negociación y Marketing en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

