

**Responsabilidad social y la creación del valor compartido. Bases fundamentales en la dirección de las PYMES**

**Social responsibility and the creation of shared value. Fundamental bases in the management of SMEs**

**Martha Lorena Figueroa-Soledispa**  
Universidad Estatal del Sur de Manabí - Ecuador  
martha.figueroa@unesum.edu.ec

**María Raquel Moreno-Ponce**  
Universidad Estatal del Sur de Manabí - Ecuador  
maría.moreno@unesum.edu.ec

**José Jorge Tualombo-Tituaña**  
Universidad Estatal del Sur de Manabí - Ecuador  
jose.tualombo@unesum.edu.ec

**[doi.org/10.33386/593dp.2022.1-1.963](https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1-1.963)**

## RESUMEN

El presente artículo se desarrolla con la finalidad de analizar la responsabilidad social y el valor compartido como base fundamental en la dirección de las pymes de Portoviejo. Para lograr el objetivo planteado en el estudio, la investigación se desarrolla con una metodología documental de carácter descriptivo, donde se analizan la responsabilidad social, y el valor compartido como las bases de la dirección de las pymes de Portoviejo bajo una revisión crítica del pensamiento. Destacando que la responsabilidad social empresarial y el valor compartido, son aspectos de importancia para las empresas, los cuales tienen como objetivo maximizar su desarrollo, y ambos proporcionan diferentes puntos de vista de cómo las empresas pueden optimizar sus resultados. De igual modo, es importante destacar el valor compartido dentro de las pequeñas y medianas empresas, conociendo que la dirección y toma de decisiones de los responsables son el sujeto de las acciones del personal, lo que conduce al logro de los objetivos y al éxito de las organizaciones. Bajo este criterio, se concluye el presente trabajo de investigación con la promoción de la responsabilidad social y el valor compartido como herramienta fundamental en las acciones empresariales de Ecuador, basado en la importancia y los beneficios que estas traen para el desarrollo de las comunidades.

**Palabras clave:** responsabilidad social; valor compartido; dirección; desarrollo social; organizacional

Cómo citar este artículo:

APA:

Figueroa-Soledispa, M., Moreno-Ponce, M., & Tualombo-Tituaña, J., (2022). Responsabilidad social y la creación del valor compartido. Bases fundamentales en la dirección de las PYMES. 593 Digital Publisher CEIT, 7(1-1), 430-439. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1-1.963>

Descargar para Mendeley y Zotero

## ABSTRACT

This research article is developed with the purpose of analyzing social responsibility and shared value as a fundamental basis in the management of SMEs in Portoviejo. To achieve the objective set forth in the study, the research is developed with a descriptive documentary methodology, where social responsibility and shared value are analyzed as the bases of the management of SMEs in Portoviejo under a critical review of thought. Emphasizing that corporate social responsibility and shared value are important aspects for companies, which aim to maximize their development, and both provide different points of view on how companies can optimize their results. Similarly, it is important to highlight the shared value within small and medium-sized companies, knowing that the direction and decision-making of those responsible are the subject of the actions of the staff, which leads to the achievement of objectives and the success of the organizations. Under this criterion, this research work is concluded with the promotion of social responsibility and shared value as a fundamental tool in business actions in Ecuador, based on the importance and benefits that these bring to the development of the communities.

**Key words:** social responsibility; shared value; direction; social; organizational development

## Introducción

El presente artículo de investigación se desarrolla con la finalidad de analizar la responsabilidad social y el valor compartido como base fundamental en la dirección de las pymes de la comunidad de Portoviejo.

Las pequeñas y medianas empresas en Ecuador contribuyen de manera directa en el desarrollo económico y social de nuestras comunidades, a través de la creación de fuentes de empleos y la declaración de impuestos anuales que se traducen en herramientas que promueven la estabilidad social y económica de las comunidades más vulnerables. Es importante resaltar que, según datos expresados por el INEC, en el año 2016 las pequeñas y grandes empresas representan más del 90% de las empresas con actividad económica en el país, por lo que toma importancia el desarrollo de estudios de investigación que contribuyen al aprovechamiento económico y social de este tipo de organizaciones, a través de las herramientas brindadas para la toma de decisiones por sus responsables.

La dirección estratégica de estas instituciones, deben estar orientadas no solo al logro de los objetivos, sino también a la contribución al desarrollo económico y la sostenibilidad social de los ciudadanos que ejecutan sus funciones laborales para la obtención del éxito de la organización, y de la promoción del desarrollo local de las comunidades. Es por ello, que es necesario promover los valores empresariales como lo son la responsabilidad social y el valor compartido, como políticas empresariales que contribuyan a la motivación laboral y a la construcción de un desarrollo social para las comunidades más vulnerables del territorio ecuatoriano.

En el presente caso de estudio en particular, se enfoca la investigación en las pequeñas y medianas empresas que están ubicadas en el cantón de Portoviejo, quien es una de las comunidades con mayor presencia de pequeñas y medianas empresas en la provincia de Manabí. Por lo cual, se resalta la importancia

del desarrollo del presente artículo investigación ya que promueve la exaltación e importancia de la responsabilidad social y el valor compartido como base fundamental en la dirección de las pymes de la comunidad de Portoviejo.

## Método

La investigación se desarrolla con una metodología documental de carácter descriptivo, aplicando el método inductivo en donde se analiza la responsabilidad social, y el valor compartido como las bases de la dirección de las pymes de Portoviejo, bajo una revisión crítica del pensamiento. Según Baena (2017), la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura crítica de documentos bibliográficos, bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información. Por su parte, Hernández (2010) los estudios descriptivos pretenden detallar las propiedades fundamentales de las personas, colectivos o cualquier fenómeno que sea pueda someter a análisis.

El método empleado es el inductivo, según Camacho et al. (2005) bajo este método se analizan las fuentes documentales a ser estudiadas para llegar a construir generalizaciones que permitirán ampliar el conocimiento sobre la responsabilidad social, y el valor compartido como las bases de la dirección de las pymes de Portoviejo. Para la recolección de las fuentes bibliográficas se utilizó la base de datos, y se aplicó el modelo búsqueda avanzada a través de las palabras clave, todas relacionadas con los términos: Responsabilidad social, valor compartido, dirección estratégica, motivación laboral, pymes de Portoviejo. El conjunto de información analizada proviene de diversas fuentes de información consultada, como lo son: artículos científicos, tesis doctorales, libros, los cuales son firmados por autores pertenecientes a diferentes países.

**Aspectos teóricos que sustentan la responsabilidad social y el valor compartido como bases fundamentales en la dirección de las PYMES**

Definir la PYME conlleva a un amplio análisis por su complejidad de los elementos que deben ser considerados en su conceptualización y clasificación (Cardozo et al., 2012). Para que una empresa sea catalogada como una pyme en América latina, tiene que cubrir ciertos criterios los cuales Orueta (2017) los describe a continuación:

- “Microempresa” es la unidad productiva conformada por una o más personas de naturaleza natural o jurídica que tiene un mínimo de 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales con un valor de cien mil (USD\$ 100.000,00) dólares USA.
- “Pequeña empresa” es la unidad productiva **índole** natural o jurídica, que tiene un mínimo de 10 a 50 trabajadores y cuyo valor agregado de ventas o ingresos brutos anual es entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (USD \$ 1.000.000,00) de dólares USA.
- “Mediana empresa” es una organización productiva que tiene como mínimo 51 a 200 trabajadores a su cargo y un valor de ventas o ingresos brutos agregado anual entre un millón uno (USD\$ 1.000.001,00) y cinco millones (USD\$ 5.000.000,00) de dólares USA

Las pymes en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país, tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo (Delgado y Chávez, 2018). Para Aguilar (2015), las pymes en Ecuador ejercen la responsabilidad de generar los miles de plazas de empleo y viabilizar la economía del país. Dentro del ambiente económico las Pymes tienen particular importancia en el Ecuador, no solo por las aportaciones a la producción nacional sino a su vez a la flexibilidad de adaptación a nuevos rumbos o cambios ya sean de tipo tecnológico, social o de generación de empleo; ya que esas

empresas constituyen un impulso al desarrollo económico del país y generación de riqueza; aunque, en ocasiones existen limitaciones al papel que ejercen las Pymes debido al factor que han generado en el ambiente productivo en especial en el valor agregado; atribuciones fiscales, exportaciones, entre otros.

El desarrollo conceptual y aplicado de la teoría de la creación de valor compartido ha contribuido a redimensionar las responsabilidades de empresa y su vínculo con la sociedad Melamed et al. (2018). La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en uno de los aspectos relevantes para los consumidores, ya que se preocupan por el tipo de empresa que está detrás del producto o servicio que adquieren los resultados indican que la responsabilidad social afecta directa y significativamente a la imagen de marca y la reputación en la dimensión legal; no obstante, se pudo observar que la dimensión económica no muestra inferencia significativa (Echeverría et al., 2018).

En Ecuador, el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2020, en su objetivo 4 establece que la consolidación de la sostenible del sistema económico, social y solidario para afianzar la dolarización entorno a sus políticas establecidas se considera: Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional en la contratación pública, garantizando mayor participación de las MIPYMES y de los actores de la economía popular y solidaria. Muñoz (2012), menciona que las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base para el desarrollo social, productivo, en la demandando y compra de productos o servicios para añadir el valor agregado fundamental para generar de riqueza y empleo. Del mismo modo, el INEC (2016), resalta que la región en donde existen más Pymes es en la Costa, con un número de 85.363 empresas de este tipo, seguido por la región Sierra, posee un total de 85.069 pymes, en el oriente cuenta con 8.839 y la región insular con una cantidad de 559 pymes. De ésta representación, 69.429 de las pymes se encuentran en la provincia de Manabí. En cuanto al canto de Portoviejo, el INEC (2016), destaca que representa el mayor

número de las pymes de la provincia de Manabí con un 26%, con un total de 16.663 pymes. Si analizamos las pymes presentes en nuestro país, y las clasificamos por actividad económica, es importante mencionar lo descrito por Orueta (2017), quién señala que, en Ecuador las MIPYMES, en su mayoría, se concentran en un gran porcentaje en las actividades de: servicios en un 41%, comercio en un 37%; en menor medida en la agricultura en un 11%; manufactura en un 8%; y construcción en 2,6%.

Las clasificaciones de las empresas varían según las legislaciones que se establecen en cada país, las cuales están constituidas acorde al monto de trabajadores y ventas anuales. En Ecuador, las empresas se clasifican según su tamaño en: Micro (1 a 9 trabajadores y ventas anuales menor a \$100.000), pequeña (10 a 49 empleados y ventas de \$100.001 a \$1'000.000), mediana "A" (50 a 99 colaboradores y ventas registradas de \$1'000.001 a \$2'000.000), mediana "B" (100 a 199 personas afiliadas y ventas de \$2'000.001 a \$5'000.000) y empresa grande (200 empleados en adelante y ventas de \$5'000.001 en adelante).

Dentro del ámbito empresarial, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desempeñan un rol fundamental, puesto que, dinamizan la economía, reducen el índice de pobreza de la población y contribuyen de manera significativa al Producto Interno Bruto (PIB) de un país (Figueroa y Bravo, 2020). Según Argüello (2015) seis de cada diez puestos de trabajo en Latinoamérica son generados por las denominadas micro, pequeñas y medianas empresas. Para las organizaciones, la creación de valor en general representa una oportunidad de apalancar los recursos y capacidades que se traduzcan en factores distintivos y de competitividad Porter y Kramer (2009), la creación de valor compartido incentiva las inversiones sociales más allá del gasto en responsabilidad corporativa (Díaz, 2014). En este orden de ideas, Mutis (2015) argumenta que la creación de valor compartido se posiciona como el enfoque de gerencia que permitirá a las organizaciones ser sostenibles durante los próximos años, por cuanto la responsabilidad social, que es aún vigente en el pensamiento gerencial de los empresarios Uribe

(2015), implica la inversión de recursos en la proyección social de las compañías, mientras que la creación de valor compartido es estrategia para toda organización que busca vincular el progreso económico empresarial con el desarrollo de la sociedad. Consigue que las empresas, junto con las comunidades donde operan, conduzcan sus actividades a un incremento importante de los niveles de innovación y a un aumento sustancial y progresivo del rendimiento en la economía global (Díaz, 2017). La misma expande el horizonte hacia construir cambios en el núcleo de negocio y sus factores vinculantes con la dimensión económica, social y ambiental de la cadena de valor en la organización (Moore, 2014).

Por su parte, Salinas (2013), sostiene que el valor compartido se encuentra constituido por dos fuentes principales: La primera por el valor social que tiene la empresa través de las actividades sociales y ambientales que repercuten en actores o grupos de interés, y la segunda el valor corporativo que cada empresa representa en la recuperación económica de la ejecución de planes de acción con la sociedad. Mientras que para Díaz (2014), la creación de valor compartido representa para la gestión de organizaciones una reflexión profunda desde la responsabilidad social, posicionando su rol protagónico en la gerencia estratégica empresarial, contribuyendo a fortalecer las relaciones con los grupos de interés y alineando el modelo de negocio con su estrategia de sostenibilidad, coordinando de esta forma los agentes y actores clave que forman parte del logro de los propósitos y metas de la actividad empresarial (Fontrodona y Sison, 2007).

La responsabilidad social, es una acción en la cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia obtenida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetando del medio ambiente debe ir más allá

de la legislación, para aumentar la competitividad de las empresas (CCE, 2001, p.4). De acuerdo con Gallardo et al. (2013), la responsabilidad social es un comienzo transversal en los aspectos y dimensiones asociados a la innovación como factor estratégico, que contribuya al desempeño competitivo de forma sostenible. Del mismo modo, la ISO 26000 (2010), una guía normativa de responsabilidad social, define la responsabilidad social de las organizaciones como “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al crecimiento sostenible, priorizando la salud y el satisfacción y bienestar de la sociedad;
- Se considere las expectativas de sus partes involucradas e interesadas;
- Cumpla con las leyes, normas y estatutos aplicable y que tenga coherente con las legislaciones internacional
- Esté integrada y se lleve a la práctica en sus relaciones en toda la organización.

Adoptar medidas relacionadas con la Responsabilidad Social promueve numerosos beneficios para una empresa, tanto a nivel externo como interno (Fundación ASISPA, 2020):

- Ayuda a mejorar la reputación empresarial.
- Aportar un valor diferencial a la organización.
- Facilita el acceso a nuevos sectores dentro del mercado de actuación de la empresa.
- Fideliza a los clientes actuales y aumenta la probabilidad de adquirir nuevos.
- Fomenta la innovación.
- Aumento de la credibilidad en las acciones llevadas a cabo por la

organización.

- Aumenta el bienestar de los trabajadores gracias a la implementación de medidas de consenso.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el valor compartido, han alcanzado un gran nivel de importancia para las empresas, que tienen como objetivo maximizar su desarrollo, ambos proporcionan diferentes puntos de vista de cómo las empresas pueden optimizar sus resultados. (Zapata, 2012). Para Díaz (S.F), el valor compartido en la responsabilidad social empresarial es una práctica imprescindible en el mundo de los negocios, pues busca lograr el mayor éxito económico, con mayor cambio social centrado en un modelo de atención, cuidado y respeto ambiental. El mismo autor señala que la creación de valor compartido es y debe ser, una práctica común dentro de los programas de responsabilidad social. Ello implica comprender que las necesidades sociales no siempre coincidirán con las prioridades del negocio, por lo que la evaluación de escenarios y el diseño conjunto de acciones de alto impacto, con la activa participación de los organismos civiles locales, que proporcionan un amplio enfoque integral en la realidad social.

### **Análisis de los resultados**

A través de los años las PYMES se han convertido en una herramienta de desarrollo económico y social para el cantón de Portoviejo, y todo el territorio ecuatoriano, lo que conduce a la importancia de analizar la responsabilidad social y el valor compartido que se llevan a cabo por este sector empresarial. Es por ello, que se encontraron y analizaron diferentes teorías y puntos de vista de autores:

**Tabla 1.**

*Descripción teórica de los resultados obtenidos con distintos autores*

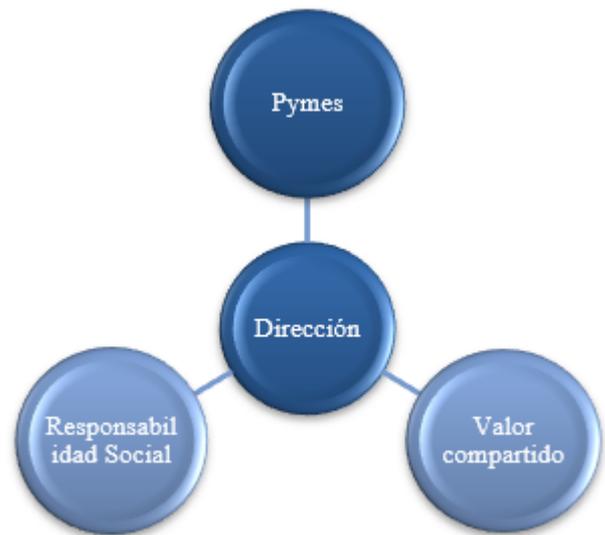
Autor	Año	Detalle
Andrade, Iriarte, y Zambrano	(2016)	Las PYMES cuentan con una amplia gama de giros productivos, comerciales y de servicios, teniendo como tendencia realizar actividades autónomas similares a las grandes empresas, generando una pequeña posibilidad de desarrollo en el mercado.
Argüello	(2015)	“Seis de cada diez puestos de trabajo en Latinoamérica son generados por las denominadas micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)”.
Delgado y Chávez	(2018)	Las pymes en Ecuador se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto en la producción, demanda y compra de productos o adicionando valor agregado que constituye un actor primordial para la generación de empleo y riqueza productiva.
Aguilar	(2015)	Las pymes en Ecuador desempeñan un rol fundamental puesto que son las responsables de generar la miles de plazas de empleo y dinamizar la economía.
Echeverría, Abrego, & Medina,	(2018)	La responsabilidad social empresarial se ha convertido en uno de los aspectos relevantes para los consumidores, ya que se preocupan por el tipo de empresa que está detrás del producto o servicio que adquieren los resultados indican que la responsabilidad social afecta directa y significativamente a la imagen de marca, calidad y la reputación en la extensión legal; no obstante, es observable que la dimensión económica no despliega inferencia significativa.
Porter y Kramer	(2009)	Para las organizaciones, la creación de valor en general representa una oportunidad de apalancar los recursos y capacidades que se traduzcan en factores distintivos y de competitividad
Mutis	(2015)	Argumenta que la creación de valor compartido se posiciona como el enfoque de gerencia que permitirá a las organizaciones ser sostenibles durante los próximos años, por cuanto la responsabilidad social, que es aún vigente en el pensamiento gerencial de los empresarios
Díaz	(2014)	La creación de valor compartido simboliza para la gestión de las empresas una profunda reflexión desde la responsabilidad social, situando a las organizaciones como protagonista en la gerencia estratégica empresarial, contribuyendo a fortalecer las relaciones con los grupos de interés y alineando el modelo de negocio con su estrategia de sostenibilidad, coordinando con los actores y agentes clave que son parte importante para alcanzar los propósitos, objetivos y metas de las funciones o actividad empresarial.
CCE	(2001)	La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación, y puede aumentar la competitividad de las empresas
Gallardo, Sánchez y Corchuelo	(2013)	La responsabilidad social ha de ser un principio transversal a otros aspectos y dimensiones vinculados a la innovación como un factor estratégico, que contribuya al desempeño competitivo de forma sostenible.

## Discusión

Las PYMES son de gran importancia para el nivel económico del país, provincia o cantón, por ser una de las principales fuentes generadoras de empleo para la población, la responsabilidad social y el valor compartido dentro de las pequeñas y medianas empresas que hacen vida en el cantón de Portoviejo, estas debe contar con una política organizacional, ya que son herramientas de acción que promueven la motivación laboral y el desarrollo social del personal que conforman las organizaciones generando con ello calidad de vida seguridad social para los trabajadores y sus familias. Por ello se destaca lo indicado por Echeverría et al. (2018) Que resaltan que la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en uno de los aspectos relevantes para los consumidores, ya que se preocupan por el tipo de empresa que está detrás del producto o servicio que adquieren los resultados indican que la responsabilidad social afecta directa y significativamente a la imagen de marca y la reputación en la dimensión legal de las empresas. En el caso preciso del cantón de Portoviejo, existen 16.663 pymes lo que se convierte en una gran fuente de trabajo y de desarrollo económico y social para los ciudadanos de la comunidad. De igual modo es importante destacar el valor compartido dentro de las pequeñas y medianas empresas, conociendo que la dirección y toma de decisiones de los responsables, son el sujeto de las acciones del personal lo que conduce al logro de los objetivos y al éxito de las organizaciones. Por lo que es fundamental para las pymes de Portoviejo, manejar una política de trabajo con dirección estratégica basada en la responsabilidad social y el valor compartido a fines de manejar un buen clima organizacional, y contribuir con el desarrollo social del cantón.

## Conclusiones

Figura 1



Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan más del 90% del sector empresarial en todo el país, a lo largo de los años en Ecuador se ha venido fortaleciendo la creación y el financiamiento a este tipo de organizaciones que fundamentan una gran fuente de empleo para los ciudadanos ecuatorianos y promueve el desarrollo local de las comunidades ofreciendo con ellas oportunidades que favorecen al trabajador económicamente dándole estabilidad y es brinda seguridad social.

La provincia de Manabí, se destaca por ser una de las localidades con mayor número de pymes en el país, lo que resalta la importancia de este tipo de estudios de investigación, que promueve y argumenta el desarrollo local a través del análisis de la importancia de las pymes para los cantones que existen dentro del territorio ecuatoriano, y la descripción de la responsabilidad social y el valor compartido como base fundamental en la dirección de las empresas que hacen vida en las comunidades montando con ello que en el país los ciudadanos generan con el fin de contribuir con la estabilidad económica y laboral del mismo generando empleo..

La responsabilidad social empresarial, y el valor compartido dentro de las organizaciones se caracterizan por darle valor a la sociedad en general, por parte de las organizaciones

ejecutando acciones de beneficios sociales que promuevan el desarrollo económico y social de las comunidades protegiendo al trabajador en todos los aspectos. Este tipo de valores empresariales, deben ser tomados en cuenta como una política organizacional que forme parte de la dirección y toma de decisiones por parte de los entes responsables de las instituciones. Bajo este criterio, se concluye el presente trabajo de investigación con la promoción de la responsabilidad social y el valor compartido como herramienta fundamental en las acciones empresariales de Ecuador, basado en la importancia y los beneficios que estas traen para el desarrollo de las comunidades.

Este trabajo abre las puertas a futuros investigadores a resaltar la importancia de la responsabilidad social y la creación del valor compartido como punto clave para poder emprender en una PYMES y ser una empresa exitosa como en la actualidad son la que lo implementan generando más ingreso y ofreciendo oportunidades de trabajo para la comunidad con muchos beneficios y abriendo paso a nuevas líneas de investigación.

### Referencias bibliográficas

(CCE)., C. d. (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica.

Aguilar. (2015). Sistema financiero ecuatoriano y el acceso a el financiamiento de las Pymes. . OBSERVATORIO PYME .

Andrade, C. I. (2016). Caracterización de las MIPYMES, canton Flavio, Alfaro, Provincia Manabí, Ecuador. Doi de las Ciencias, 461- 671. Obtenido de Dominio de las ciencias: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/269>

Argüello, A. (2015). Las PYMES y su aporte al empleo nacional. Gestión, economía y sociedad,. 44-46.

Baena, M. (27 de Noviembre de 2019). La importancia de las TICs en la educación.

Recuperado el 26 de Marzo de 2021, de <https://www.flup.es/importancia-tics-educacion/>

Camacho, H. F. (2005). La trama de la investigación y su epistemología. TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales pág 9-20.: Recuperado el 17 de mayo de 2020, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?>

Cardozo, E., Y., V., & y Rodriguez, C. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte. International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management , Recuperado de [http://adigor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2012/SP\\_06\\_Entorno\\_Economico\\_Gestion\\_Economica\\_y\\_Finanzas/1345-1352.pdf](http://adigor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2012/SP_06_Entorno_Economico_Gestion_Economica_y_Finanzas/1345-1352.pdf).

Delgado D. y Chávez G. (2018). LAS PYMES EN EL ECUADOR Y SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana , <https://www.eumed.net/rev/oe1/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>.

Díaz, D. (S.F). Valor compartido y Responsabilidad Social Empresarial. Blog Sustentarse, Recuperado desde <https://sustentarse.com.mx/valor-compartido-y-responsabilidad-social-empresarial/#top>

Díaz, N. (2017). LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO: ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO EMPRESARIAL. Universidad EAN , Recuperado de <file:///E:/MI%20DATA/Downloads/1629-Texto%20de%20art%C3%ADculo-6934-1-10-20171017.pdf>.

Díaz, N. (2014 ). Responsabilidad social empresarial y creación de valor compartido, sostenibilidad gerencial. Revista Daena, International Journal of Good Conscience: pág. 127-144.

Echeverría, O., Abrego, D., & Medina, J. (Noviembre de 2018). La responsabilidad social en la imagen de marca efectiva

- y reputación. Obtenido de doi: 0.15446/innovar.v28n69.71 703.: : <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71.703>
- Figueroa, t y Bravo V. (2020). Pymes de Manabí y su impacto en la generación de empleo. Polo de conocimiento , DOI: 10.23857/pc.v5i7.1535.
- Fontrudona, J. y. (2007). Hacia una teoría de la empresa basada en el bien común. . Empresa y Humanismo, pág 65-92.
- Fundación ASISPA. (20 de Febrero de 2020). ¿Qué importancia tiene la Responsabilidad Social? Recuperado el 22 de Diciembre de 2021, de Blog: <https://fundacionasispa.org/importancia-responsabilidad-social/>
- Hernández, R. (2010). Metodología de la Investigación. Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- INEC. (2016). Directorio de Pymes 2016. Ecuador: [http://www.inec.gob.ec/documentos\\_varios/presentacion\\_direc\\_empresas.pdf](http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_direc_empresas.pdf).
- Melamed-Varela, E., & Blanco-Ariza, A. B.-C. (2018). Creación de valor compartido: estado y contribuciones a la sostenibilidad corporativa. .Revista EAN, 85, 37-56.: DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2047>.
- Moore, C. (2014). Corporate social responsibility and creating shared value: What's the difference? .Heifer International Report: pág. 1-6.
- Moreira, M. (2017). Aprendizaje significativo como un referente para la organización de la enseñanza. Archivos de Ciencias de la Educación, 11 (12), e29. En Memoria Académica , Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.8290/pr.8290.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.8290/pr.8290.pdf).
- Muñoz, M. (2012). Las Pymes en Ecuador. . Ecuador: Solid book.
- Mutis, G. (2015). Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. . Semana Sostenible, 114-118.
- Orueta I. (2017). Importancia económica de las PYMES en las economías Iberoamericanas. <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2017/03/CAPITULO-1.pdf> .
- Porter, M. E. (2006). Strategy and society: The link between corporate social responsibility and competitive advantage. Harvard : Business Review, pág. 78-92.
- Salinas, L. E. (2013). Creación de valor compartido. Bogotá, Colombia: SCOMUN.
- Sanfeliciano, A. (2019). Aprendizaje significativo, definicion y características. La mente es maravillosa , <https://lamenteesmaravillosa.com/aprendizaje-significativo-defnicion-caracteristicas/>.
- Standardization., I. O. (2010). Norma ISO26000, Guía de responsabilidad social. Suiza: Secretaría Central de ISO.
- Uribe, A. (2015). ¿RSE o creación de valor compartido? Desarrollo Indoamericano, pág. 51-54.
- Zapata, Y. (2012). La responsabilidad social y el valor compartido en las empresas. Recuperado desde: <file:///E:/MI%20DATA/Downloads/journaladm,+1359-4386-1-CE.pdf>