

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año IX. Vol. IX. N°1. Edición Especial. 2023

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

[DOI 10.35381/cm.v9i1.1090](https://doi.org/10.35381/cm.v9i1.1090)

**Responsabilidad social empresarial en el sector automotriz, Cañar, Ecuador**

**Corporate social responsibility in the automotive sector, Cañar, Ecuador**

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla

[espinozajhonatan369@gmail.com](mailto:espinozajhonatan369@gmail.com)

Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar  
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0003-4040-7497>

Edgar Santiago Vásquez-Hugo

[esvasquezh@ucacue.edu.ec](mailto:esvasquezh@ucacue.edu.ec)

Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar  
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-9116-0055>

Recibido: 15 de diciembre 2022

Revisado: 10 de febrero 2023

Aprobado: 01 de abril 2023

Publicado: 15 de abril 2023

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

## RESUMEN

El objetivo del estudio fue determinar el nivel de responsabilidad social empresarial en los talleres del sector automotriz de la ciudad de Cañar. La presente investigación fue cuantitativa, se utilizaron un diseño de investigación transversal con la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario, se recopiló información brindada por los representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales y el Ministerio de Turismo, así como también de la Unidad Educativa Especializada Puyo. Los resultados de la herramienta de medición ERSOS mostraron que los talleres evaluados solo consiguen una puntuación de entre 2.4 a 2.7 siendo un promedio medio en prácticas de responsabilidad social. Cabe recalcar el nivel óptimo considerado por el modelo ERSOS es de 4. En base a lo analizado se concluye que el sector automotriz está en un nivel medio en cuanto a las variables analizadas, queda mucho por desarrollar para considerarse un sector socialmente responsable.

**Descriptor:** Responsabilidad social; mecánica; vehículo automotor; empresa; medición. (Tesoro UNESCO).

## ABSTRACT

The objective of the study was to determine the level of corporate social responsibility in the workshops of the automotive sector of the city of Cañar. The present investigation was quantitative, a cross-sectional investigation design was used with the survey technique and a questionnaire as an instrument, information provided by the representatives of the Decentralized Autonomous Cantonal Governments and the Ministry of Tourism, as well as the Unit Specialized Educational Puyo. The results of the ERSOS measurement tool showed that the evaluated workshops only achieved a score of between 2.4 and 2.7, being an average average in social responsibility practices. It should be noted that the optimum level considered by the ERSOS model is 4. Based on what has been analyzed, it is concluded that the automotive sector is at a medium level in terms of the variables analyzed, much remains to be developed to be considered a socially responsible sector.

**Descriptors:** Social responsibility; mechanics; motor vehicle; company; measurement. (UNESCO thesaurus).

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la responsabilidad social ha ganado popularidad debido a que se basa en la idea de asegurar que las empresas sean socialmente responsables, esta práctica tiene como objetivo garantizar que la organización opere de manera efectiva y eficiente, al mismo tiempo que reduce los impactos sociales y ambientales (Betancourt, 2018).

De acuerdo con Zambrano & Torres, (2019) “La difusión de la responsabilidad social empresarial orientada al sector automotriz, ha cobrado mayor importancia en las últimas décadas debido a los daños fortuitos causados por la actuación negligente” (p.8). Un número creciente de talleres mecánicos en el Ecuador están adoptando prácticas responsables destinadas a mejorar la protección social, ambiental y económica, “El Pacto Mundial defendido por Kofi Annan en 1999 propone, aprovechar el poder humano colectivo para lograr una economía sostenible e inclusiva” (Belair, 2018).

También el sector automotriz está inmerso en la economía del Ecuador, su crecimiento produce ingresos para el país a través de derechos e impuestos y su vez crea oportunidades de empleo, en el proceso de producción y actividades relacionadas con su comercio. En este contexto resulta necesario determinar el nivel de responsabilidad social empresarial en los talleres del sector automotriz de la ciudad de Cañar, evaluando sus prácticas relacionadas a la temática, a través de un estudio descriptivo que utilizó una investigación de campo y una metodología que permitió cumplir con los objetivos propuestos.

### Industria Automotriz

La Asociación Ecuatoriana Automotriz (AEA) está integrada por 119 empresas, entre ellas importadoras y comercializadoras, las cuales trabajan arduamente para ofrecer productos de alta calidad, a través de una cadena de suministro adecuada para satisfacer las necesidades requeridas. Por ello, los talleres mecánicos han desarrollado la tecnología en el Ecuador durante los últimos 30 años con el fin de posicionarse en el

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

mercado como la industria con mayor inversión privada, capacitación y divisas (Álvarez, 2018).

Los talleres mecánicos de la ciudad de Cañar se especializan en brindar servicios de mantenimiento y reparación de vehículos como lo son cambios de filtros, líquidos hidráulicos y reparaciones en general, dichos establecimientos están equipados con los instrumentos necesarios para ejercer el trabajo, es considerable también contar con un procedimiento adecuado de manejo con los aceites y residuos tóxicos. En la actualidad, todos los productos utilizados por el sector automotriz están certificados por normativas tales como: QS 9000, ISOTS 16949:2002, certificación ambiental ISO 14000 y 18000.

Dichas normativas ayudan a minimizar y controlar el impacto que estos productos generan en el medioambiente. La creciente necesidad de responsabilidad social en la industria automotriz ha exigido a los gobiernos locales a aplicar medidas y programas dentro de su gestión. Como resultado la responsabilidad social corporativa se ha convertido en una estrategia mediante la cual el sector automotor ayuda a corregir los problemas generados. El estudio de la (RSE), intenta entenderse a sí misma desde diferentes teorías. Sin embargo, para entender cada uno es fundamental definir algunos conceptos claves para el tema.

### **Teorías explicativas de Responsabilidad Social Empresarial**

La responsabilidad social empresarial es una práctica ética que ha ganado una amplia aceptación en el siglo XXI, las empresas que han implementado dichas prácticas son organizaciones socialmente conscientes que se comprometen a rendir cuentas por su impacto en la sociedad. Para mantener los recursos naturales del planeta las corporaciones deben ser más responsables con el medioambiente, si bien la RSE es un concepto bastante nuevo, ha habido intentos de promoverlo durante muchos años.

Cravatts, (2022) define la responsabilidad social empresarial como una práctica responsable que busca mejorar la sociedad y el medio ambiente en donde las empresas

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

socialmente responsables se comprometen con causas ambientales y sociales. La RSE es una idea amplia que incluye las contribuciones de una empresa tanto positivas como negativas a la economía local, medioambiente y comunidad, es una manera de medir y controlar el impacto de las corporaciones en la sociedad y una forma de ejecutar negocios, por lo que, aumenta su efecto social al tiempo que cumple objetivos comerciales (Edmondson, 2022).

Mientras que para Weber (2021), “La responsabilidad social empresarial es también una forma de autorregulación empresarial orientada a la responsabilidad social, con estándares ambientales, sociales y de gobernanza como métricas que permiten a los stakeholders cuantificar el compromiso de la empresa” (p. 76). En resumen, la RSE es un modelo diseñado para promover el equilibrio entre las necesidades económicas, ambientales y sociales con un enfoque moderno para administrar una empresa con el objetivo de minimizar su impacto social y ambiental. Para la investigación se consideró el modelo propuesto por Gustavo A. Yepes denominado (ERSOS), el cual es utilizado tanto por empresas públicas como privadas para evaluar la RSE en las organizaciones.

El Manual ERSOS busca el equilibrio en la actividad empresarial, paradigma que actualmente adoptan las empresas y organizaciones que buscan un desarrollo orientado al logro equitativo y la justicia social a favor del medioambiente. (Yepes, 2016). Del manual surgen las dimensiones y subdimensiones que se pretende evaluar en términos de RSE, desde el ámbito social, económico y ambiental. Para siguiente estudio se consideraron los tres aspectos anteriores mencionados en el manual, también se tomó en cuenta alineamiento con la Agenda 2030, así como los temas más discutidos en diferentes publicaciones académicas y científicas. En cuanto a la dimensión económica se incluyen puntos relacionados con las finanzas, mercadeo responsable; la dimensión social se refiere a los valores éticos, compromiso comunitario, calidad laboral; y la dimensión medioambiental la cual contiene aspectos importantes de protección ecológica. A continuación, se realiza un análisis de cada una de ellas:

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

### Dimensión económica

En el ámbito económico la dimensión se centra en optimizar los beneficios económicos y financieros dentro de las empresas por otra parte, los gerentes se centran en maximizar el valor. “En el campo económico los gerentes tienen un conjunto de responsabilidades por su desempeño se dividen en dos grandes categorías: internas, referidas a la gestión de recursos, y externas las cuales abarcan la sociedad y medio ambiente” (Bernárdez, 2020). La industria automotriz es también un importante motor de crecimiento, prosperidad, e innovación, a su vez crea empleos de alta calidad por su contribución a la sociedad facilitando el movimiento de personas y el comercio internacional de manera eficiente, segura, asequible y económica. En Ecuador, la industria automotriz está compuesta por 3.745 empresas que emplean a 155.943 trabajadores, como se visualiza en la siguiente figura.



**Figura 1.** Plazas de Empleo Generado.

**Fuente:** AEADE.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

De acuerdo al gráfico, existe una leve disminución en la creación de trabajo por parte de la industria automotriz, en cuanto a los impuestos pagados por las empresas importadoras y ensambladoras se puede inferir en que la baja producción de automóviles compensó el dinamismo de las importaciones en términos de empleo y recaudación tributaria (Pérez, 2022). En definitiva, la dimensión económica incluye el compromiso de los directivos de la industria de la automoción con el desempeño interno y su impacto externo, es considerada por algunas empresas como una medida crítica pero necesaria para el éxito a largo plazo y una gestión responsable.

### **Economía y finanzas**

La sostenibilidad financiera es una práctica conveniente para todas las empresas por que ayudan a administrar finanzas, evitar deudas, genera ahorros y enseña prácticas contables, por ejemplo, cómo controlar los gastos y el ahorro. “Las empresas también pueden utilizar la sostenibilidad financiera para generar ganancias, reducir el riesgo, agregar valor para los accionistas, ganarse la confianza de los consumidores y cumplir con los requisitos reglamentarios” (Pérez, 2022, p. 16). La economía y las finanzas están directamente relacionadas con la sostenibilidad financiera y pueden ser una poderosa herramienta para apoyar el desarrollo sostenible de la RSE en la industria automotriz.

### **Mercadeo responsable**

El mercadeo responsable es un enfoque el cual se centra en la responsabilidad del mercado para garantizar el bienestar del público, ambiental y social, las empresas no únicamente promueven sus productos o servicios, sino que también se comprometen a fomentar el valor en los clientes. Se logra a través de la creación de campañas publicitarias con mensajes de bienestar y responsabilidad social, la adopción de políticas de producción eficientes en términos de energía y recursos, la promoción de modelos sostenibles, y el compromiso de comprometerse con la comunidad local (García & Veliz,

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

2018). El mercadeo responsable en el ámbito automotor permite no solamente promover el servicio, sino que también se compromete a garantizar el bienestar de los clientes, la sociedad y el medioambiente, se ha convertido en una tendencia emergente de algunas empresas, quienes deben abrazar las normativas como una parte vital del negocio para alcanzar el éxito a largo plazo.

### **Dimensión social**

“La dimensión social abarca todo lo relacionado con las personas, es decir, considera tanto clientes como dentro y fuera del entorno de la empresa u organización” (Castillo, 2008). La dimensión social ayuda a fortalecer el compromiso de la organización, al establecer métricas de impacto en alianzas o iniciativas con otras entidades, existen indicadores de seguimiento del voluntariado corporativo el cual gestiona estrategias y desarrolla políticas de donación relacionadas.

En el ámbito automotor el vehículo tiene un fuerte impacto ecológico, la condición social que otorga poseer un vehículo, especialmente cuando se trata de los antiguos modelos, generan consecuencias ambientales devastadoras, ya que su alta demanda conduce a la sobreproducción. Por estas razones, el automóvil ocupa una posición central en el consumo del tejido social de las ciudades, en la segunda mitad de la década de 1990 se estimó que había alrededor de quinientos millones de automóviles en el mundo.

### **Valores y principios éticos**

Los valores éticos de la empresa son la base para el desarrollo sostenible ya que contienen principios de igualdad y responsabilidad, dichas obligaciones deben ser respetadas por todos los miembros de la organización, desde los trabajadores hasta la alta dirección, estas disposiciones están contenidas en la declaración de valores de la empresa (Bernárdez, 2020).

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

Estos documentos son un compromiso de respeto permanente con todos los miembros que conforman la empresa, así como de intereses colectivos y principios éticos, los cuales son importantes para mantener una buena reputación, también sirven para obtener ventajas competitivas y mejorar el bienestar de sus trabajadores. Por lo tanto, las empresas automotoras deben procurar mantener un buen comportamiento ético siguiendo los principios y aplicando una política de responsabilidad.

### **Calidad de vida laboral**

Es un concepto relacionado a la satisfacción laboral de los trabajadores en todas las condiciones y circunstancias relacionadas con el trabajo se reflejan en las tareas, lo que significa un mejor desempeño de los colaboradores (Guzmán & Cortez, 2020, p. 45). Es importante que las empresas inviertan un buen clima laboral para sus trabajadores y a su vez obtener los mejores resultados.

### **Compromiso con la comunidad**

“Consiste en el compromiso de las empresas a mejorar la calidad de vida en la ~~comunidad~~ donde opera, refleja en una serie de principios para promover y dar apoyo a las iniciativas, se realizan a través de programas de voluntariado y de bienestar social” (Martínez, 2023, p. 45). Esta iniciativa tiene como objetivo mejorar y promover el desarrollo contribuyendo a una mejor relación entre el sector automotriz y la comunidad.

La iniciativa también tiene el objetivo de mejorar la imagen de los talleres mecánicos promoviendo la responsabilidad y la confianza, con ello reforzando el compromiso con la comunidad. Es importante que las empresas trabajen de forma responsable con la comunidad promoviendo iniciativas de mejora en la calidad de vida.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

### **Dimensión medioambiental**

La sostenibilidad medioambiental es un concepto significativo que se refiere a la capacidad de producir y mantener los niveles actuales de rendimiento a largo plazo, se incluyen los límites del crecimiento, la conservación y el reciclaje (Otaiza, 2021, pág. 76). El desarrollo sostenible hace hincapié en la equidad social, la conservación y el avance tecnológico. El desarrollo sostenible debe ser inclusivo y equitativo entre naciones, regiones y clases. Además, es necesario tener un compromiso firme con el medioambiente, comprender estas ideas puede ayudar al sector automotriz a tomar decisiones comerciales éticas y sostenibles. La dimensión ambiental dentro de la responsabilidad social empresarial se centra en dos aspectos muy importantes:

- Se relaciona directamente con el consumo y utilización de los recursos.
- El nivel de impacto que genera la manipulación continua de los residuos tóxicos, entre otros. Otro aspecto de la dimensión medioambiental implica el uso de los recursos de la empresa para beneficiar a la sociedad, esto puede incluir la donación de ganancias o productos a organizaciones benéficas o la promoción de causas sociales a través de donaciones de empleados o voluntariado. (Zambrano & Torres, 2019). Las empresas también utilizan sus recursos para beneficiar a sus comunidades locales, invirtiendo dinero en sus vecindarios o patrocinando eventos, a la vez ayudan con el cuidado del medioambiente usando métodos de reparación ecológica.

### **MÉTODO**

La presente investigación fue cuantitativa, el estudio adopta un alcance descriptivo para el análisis de la responsabilidad social empresarial, que permite recolectar información de los directivos y trabajadores de los diferentes talleres sobre el nivel de (RSE). Se utiliza un diseño de investigación transversal con la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario aplicado a 30 personas que parte del modelo de evaluación (ERSOS) propuesto por Yepes en 2016. Se recopiló información brindada por los representantes

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales y el Ministerio de Turismo, así como también de la Unidad Educativa Especializada Puyo como fuente primaria de la información, a bibliografía especializada y páginas web como la de la OMT.

## RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados más relevantes de las encuestas aplicadas a Gerentes y operadores del sector automotriz, y para una mejor ilustración, se realiza un cuadro resumen del sector encuestado, para el análisis de resultados se representan bajo las escalas cualitativas y cuantitativas del manual de evaluación de ERSOS.

**Tabla 1.**  
Barremos del modelo ERSOS.

VALOR CUANTITATIVO	VALOR CUANTITATIVO
3	SI (Siempre)
2	A veces
1	NO (Nunca)
N/C	No Corresponde (No es aplicable a nuestro caso)

**Fuente:** Encuestas (2022)

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

**Tabla 2.**  
 Datos iniciales.

<b>Cuadro de resumen de personas encuestadas</b>						
<b>DIMENSION</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>OPINIONES</b>				
Información personal	Edad	De a 18 a 26 años	De a 27 a 36 años	De a 37 a 46 años	De a 47 a 56 años	Más de 56 años
		23 %	37 %	33 %	3 %	3 %
	Sexo	Masculino		Femenino		Otros
		80 %		20 %		

**Fuente:** Encuestas (2022).

Usando la tabla como base se puede decir que en el sector automotriz de la ciudad de Cañar está conformado mayormente por el género masculino con el 80 % y el femenino con un 20 %, en un rango medio de entre 27 a 36 años.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

### **Cuestionario de (RSE) en el sector automotriz**

**Tabla 3.**

Resumen de encuesta enfocada hacia la economía y finanzas.

<b>Cuadro de resumen de personas encuestadas</b>				
<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS DE RESPUESTA</b>			
	Siempre	A veces	Nunca	N/C
Realiza un análisis de presupuestos y proyecciones financieras las cuales utiliza para formular estrategias con el fin garantizar su sostenibilidad económica.	70%	30%	0%	0%
Realiza una evaluación de estrategias formuladas, de consecución de fondos, las analiza y propone cambios para el mejoramiento.	43%	53%	3%	0%
Tiene información y lleva un registro contable de las operaciones que realiza.	57%	30%	13%	0%
Realiza mecanismos de pago tanto a colaboradores como a proveedores, se hacen dentro del marco de la ley.	87%	13%	0%	0%
Evalúa las estrategias formuladas de consecución de fondos, las analiza y propone cambios para el mejoramiento.	47%	50%	0%	3%
Cumple con las obligaciones tributarias que la ley exige.	83%	10%	0%	7%
Informa periódicamente a los donantes o asociados sobre el uso dado a los recursos.	40%	40%	17%	3%

**Fuente:** Encuestas (2022).

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

En base a los resultados de la encuesta realizada al personal administrativo y operativo de los diferentes talleres automotrices de la ciudad de Cañar se puede observar una clara falta de análisis financiero que garantice sostenibilidad economía, al igual la falta de registros contables, debido a que algunos talleres son pequeños y los gerentes prefieren llevar todo el proceso contable por sí mismos. La economía y las finanzas son dos campos interconectados que juegan un papel crucial en la sociedad empresarial actual'. Por lo que la importancia de las finanzas en la economía automotriz radica en la toma de decisiones informadas que se basan en la gestión efectiva de los recursos financieros. Además, las finanzas también ayudan a comprender de manera más amplia y global la empresa, lo que facilita la identificación de puntos débiles y oportunidades de mejora.

**Tabla 4.**

Resumen de encuesta enfocada hacia el mercadeo responsable.

<b>Cuadro de resumen de personas encuestadas</b>				
<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS DE RESPUESTA</b>			
	Siempre	A veces	Nunca	N/C
Proporciona información clara y precisa de los servicios que ofrece y el alcance de los mismos.	90%	10%	0%	0%
Evalúa si sus servicios generan dependencia.	70%	30%	0%	0%
Aplica alguna política para garantizar la honradez y calidad en los servicios.	57%	33%	10%	0%
Es reconocido en el sector por su buena imagen ética.	77%	20%	3%	0%
Garantiza la confiabilidad acreditando normas de certificación de calidad de su servicio.	83%	13%	3%	0%
Evalúa anualmente el número de quejas y reclamos.	37%	57%	7%	0%

## CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año IX. Vol. IX. N°1. Edición Especial. 2023

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

Fomenta prácticas de responsabilidad social empresarial en sus clientes.	73%	23%	3%	0%
--	-----	-----	----	----

**Fuente:** Encuestas (2022).

En cuanto al mercadeo responsable se observa una representativa falta de responsabilidad debido a que no todos los talleres proporcionan información clara de los procesos y servicios, es importante fomentar valores de responsabilidad social que genere una mejor percepción de la marca tanto en los colaboradores como clientes. La industria automotriz tiene un gran impacto en el medio ambiente debido a las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes que producen los vehículos. Por lo tanto, es fundamental que las empresas del sector adopten prácticas de marketing responsable y sostenible para mitigar estos impactos negativos. Las empresas que adoptan prácticas de marketing responsable pueden generar valores positivos para los consumidores, lo que a su vez contribuye a la creación de relaciones más fuertes y duraderas.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

**Tabla 5.**

Resumen de encuesta enfocada hacia los valores y principios éticos.

<b>Cuadro de resumen de personas encuestadas</b>				
<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS DE RESPUESTA</b>			
	Siempre	A veces	Nunca	N/C
Cuenta con valores y principios éticos escritos en un documento o algún medio de difusión	67%	10%	23%	0%
Da a conocer el documento de ética o valores a todos sus colaboradores.	47%	33%	20%	0%
Posee procesos de educación y concientización de los valores y principios éticos para los colaboradores externos e internos de la organización.	50%	37%	10%	0%
Ha establecido criterios éticos para la gestión de los directivos.	80%	10%	10%	0%
Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de beneficios.	80%	17%	3%	0%
Incorpora la ética a la revisión de desempeño de los colaboradores.	63%	30%	7%	0%
Tiene procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.	80%	17%	3%	0%

**Fuente:** Encuestas (2022).

En cuanto a la variable de valores y principios éticos, se observa una clara falta de difusión sobre el tema, el cual fomenta valores en los trabajadores, tampoco se cuenta con documentos de ética que garanticen un correcto comportamiento de los individuos hacia la Sociedad. La importancia de los valores y principios éticos en el sector automotriz es fundamental para cualquier empresa que busque tener éxito a largo plazo, en primer lugar, los valores éticos y principios son fundamentales para el éxito empresarial, ya que

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año IX. Vol. IX. N°1. Edición Especial. 2023

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

pueden otorgar prestigio a la empresa y mejorar su reputación. Por lo tanto, las empresas del sector deben ser conscientes de su responsabilidad social y adoptar prácticas que promuevan el desarrollo sostenible. Además, en el campo del marketing, la ética es especialmente importante, ya que el marketing ético puede generar credibilidad y confianza en los clientes, lo que puede contribuir al logro de metas financieras y atraer talento a la empresa.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

**Tabla 6.**

Resumen de encuesta enfocada hacia la calidad de vida laboral.

<b>Cuadro de resumen de personas encuestadas</b>				
<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS DE RESPUESTA</b>			
	Siempre	A veces	Nunca	N/C
Realiza programas de prevención de accidentes de trabajo más allá del exigido por la ley.	80%	17%	0%	3%
Trabaja por mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores, más allá de las exigencias legales.	63%	30%	7%	0%
Realiza una política salarial legal, ética y clara que sea conocida por los colaboradores.	67%	30%	3%	0%
Realiza programas de capacitación para todos los colaboradores.	60%	37%	0%	3%
Aplica un sistema de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades laborales.	67%	27%	7%	0%
Realiza programas de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores y ejecuta programas de mejoramiento.	70%	27%	3%	0%
Aplica la libertad de acción de colaboradores al interior del lugar de trabajo.	80%	17%	3%	0%

**Fuente:** Encuestas (2022)

En cuanto a la variable de calidad de vida laboral, se puede decir que es regular debido una falta de mejora en las condiciones de trabajo y políticas salariales, al igual que la falta de talleres de capacitación hacia los colaboradores, lo cual es fundamental para el óptimo desempeño en el lugar de trabajo. La calidad y la vida laboral son aspectos fundamentales en cualquier sector industrial, y el sector automotriz no es una excepción,

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

en el ámbito laboral, la calidad laboral se refiere a las condiciones de trabajo que experimentan los trabajadores, incluyendo aspectos como la seguridad, la salud, la ergonomía y el bienestar psicológico. En este sentido, la adopción de prácticas de trabajo éticas y la promoción de una cultura de trabajo saludable son fundamentales para garantizar una alta calidad de vida laboral para los trabajadores del sector automotriz. Entre las prácticas que pueden mejorar la calidad y la vida laboral en el sector automotriz se encuentra la implementación de medidas ergonómicas.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo a la investigación se puede decir que durante mucho tiempo las mecánicas automotrices de la ciudad de Cañar han considerado que sus objetivos deben ser solo direccionado hacia las ganancias económicas dejando de lado aspectos que engloba la RSE, actualmente gracias a las intervenciones de los gobiernos en las empresas públicas y privadas se cumplen algunas propuestas de gestión basadas en el cuidado y mejoramiento del entorno en el que se labora. Son pocas las empresas automotrices que conocen de forma detallada todo lo que engloba el termino de responsabilidad social, si bien la mayoría practican los principios algunos talleres desconocen el tema.

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto en desarrollo, los talleres mecánicos deben equilibrar los intereses de todos los involucrados, tanto mecánicas nacientes como establecidas. Además, las iniciativas de RSE tienen como objetivo reducir el impacto ambiental negativo de las empresas. Son pocos los proyectos por parte de los talleres que buscan mejorar las relaciones entre la sociedad y medioambiente, el sector no es un referente en este aspecto.

Los resultados de la herramienta de medición ERSOS mostro que los talleres evaluados solo consiguen una puntuación de entre 2.4 a 2.7 siendo un promedio medio en prácticas de responsabilidad social. Cabe recalcar el nivel óptimo considerado por el modelo ERSOS es de 4. En base a lo analizado se concluye que el sector automotriz está en un

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

nivel medio en cuanto a las variables analizadas, queda mucho por desarrollar para considerarse un sector socialmente responsable.

## **FINANCIAMIENTO**

No monetario.

## **AGRADECIMIENTO**

A los representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales y el Ministerio de Turismo, así como también de la Unidad Educativa Especializada Puyo.

## **REFERENCIAS CONSULTADAS**

- Álvarez, J. (2018). La industria Automotriz. [Automotive industry]. Comunidad, 6-8.
- Belair, J. (2018). Origen de la responsabilidad social empresarial. [origin of corporate social responsibility]. Santiago Chile: La serena.
- Bernárdez, L. (2020). Principios y valores: La ética. [Principles and values: Ethics]. Madrid: *Silex*
- Betancourt, E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial. [Corporate social responsibility]. Santiago: Editorial ULS.
- Castillo, C. (2008). Responsabilidad social empresarial. [Corporate social responsibility]. *Santiago: LOM.*
- Cravatts, S. (2022). Qué es la Responsabilidad Social Corporativa. [What is corporate social responsibility]. *The Hustle* .
- Edmondson, B. (2022). Responsabilidad Social Corporativa.[Corporate Social Responsibility]. *The balance*.
- García, J., & Veliz, M. (2018). Marketing de responsabilidad social. [social responsibility marketing]. *RECUS*.

Jonnathan Eduardo Espinoza-Padilla; Edgar Santiago Vásquez-Hugo

Guzmán, M., & Cortez, H. (2020). Influencia de la calidad de vida laboral sobre el desempeño de trabajadores. [Influence of the quality of working life on the performance of workers].

Martínez, K. (2023). Compromiso con la comunidad: Validación de un instrumento en empresa privada. [Commitment to the community: Validation of an instrument in a private company]. Santiago: EBSCO.

Otaiza, C. (2021). Qué representa la dimensión. [What does the dimension represent? ]. Medellín: Fondonorma.

Pérez, J. (2022). Sector automotor supera expectativas de crecimiento. [Automotive sector exceeds growth expectations]. *Gestión*, 12-20.

Webber, A. (2021). Beneficios Empresariales de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). [Business Benefits of Corporate Social Responsibility (CSR)]. *TeamBonding*.

Yepes, G. (2016). ERSOS. Manual para la Evaluación de la Responsabilidad Social en la Organización. [Manual for the Evaluation of Social Responsibility in the Organization]. Bogotá: Externado.

Zambrano, E., & Torres, S. (2019). Incidencia del impuesto ambiental a la contaminación vehicular en el sector automotriz en el Ecuador. [Incidence of the environmental tax on vehicle pollution in the automotive sector in Ecuador]. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Guayaquil