

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

ECONOMISTA

TEMA:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR
COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL *STAKEHOLDER*
GOBIERNO**

AUTORES:

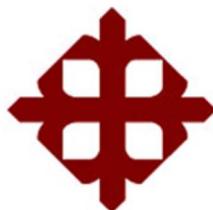
**KEVIN RICHARD MOLINA CUENCA
JONATHAN VICENTE MAWYIN MONTERO**

TUTORA:

ECON. MARLENE MARILUZ MENDOZA MACÍAS, PhD.

Guayaquil, Ecuador

20 de septiembre del 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **KEVIN RICHARD MOLINA CUENCA** y **JONATHAN VICENTE MAWYIN MONTERO** como requerimiento parcial para la obtención del título de **ECONOMISTA**.

TUTORA

f. _____

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Venustiano Carrillo Mañay, Msc.

COORDINADOR DE ÁREA

f. _____

Econ. Juan Miguel Esteves Palma, Msc.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **KEVIN RICHARD MOLINA CUENCA** y
JONATHAN VICENTE MAWYIN MONTERO

DECLARAMOS QUE:

El trabajo de titulación “**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL *STAKEHOLDER* GOBIERNO**”, previo a la obtención del título de **ECONOMISTA**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación referido.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2018

LOS AUTORES

Kevin Richard Molina Cuenca

Jonathan Vicente Mawyin Montero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **KEVIN RICHARD MOLINA CUENCA** y
JONATHAN VICENTE MAWYIN MONTERO

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL *STAKEHOLDER* GOBIERNO**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2018

LOS AUTORES

Kevin Richard Molina Cuenca

Jonathan Vicente Mawyin Montero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

Informe de Revisión URKUND

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	TRABAJO TITULACION Molina-Mawjin 26 agosto 2018.docx (D40984348)
Presentado	2018-08-26 20:48 (-05:00)
Presentado por	MARLENE MENDOZA (edmaryluz@gmail.com)
Recibido	marlene.mendoza.ucsg@analysis.arkund.com

2% de estas 61 páginas, se componen de texto presente en 8 fuentes.

The interface includes a toolbar at the bottom with icons for search, zoom, and navigation.

TUTORA

f. _____

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la energía espiritual que ha sabido guiarme en el tránsito de esta carrera académica y por darme fuerzas para sortear cada una de las dificultades que se me han presentado.

A mis padres Richard y Gladys agradezco la constancia y esfuerzo diario para permitir a través de su trabajo solventar el curso de mis estudios, el apoyo a gran parte de mis necesidades y por formar un hijo con el compromiso de ser cada día una mejor persona.

A familiares, amigos, profesores y gratas personas que aportaron experiencias, ejemplos de vida y afecto que fueron fundamentales en mi formación y para adquirir y fortalecer valores y principios.

A mi tutora Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD. por su paciencia y guía a través de sus conocimientos en el presente trabajo de titulación que han sido de fundamental ayuda para poder lograrlo.

Kevin Richard Molina Cuenca

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por permitirme culminar mis estudios, por saber guiarme en cada situación y darme fortalezas en este camino.

A mi mamá Cecilia Montero y a mi abuelita María Dueñas por ser mis pilares en mi vida, por su apoyo incondicional, y sobre todo por su amor.

A mi tutora Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD. por compartir sus conocimientos, por su interés en nuestro trabajo y por sus buenas prácticas de enseñanzas.

Jonathan Vicente Mawyin Montero

DEDICATORIA

A mis padres Richard Molina y Gladys Cuenca porque ellos son el pilar fundamental de mi vida, por sus consejos, su apoyo, su paciencia y su lucha constante para sacar a mi hermana y a mi adelante.

A mi hermana Angie, a mi abuela Rosa Elena Barrera, mis tíos, primos y familia que de alguna manera me apoyaron y acompañaron a lo largo de estos años.

A mis amigos y gratas personas que contribuyeron con cariño e importantes reflexiones para enriquecerme como ser humano.

A mi querido barrio que me dejó grandes experiencias, enseñanzas de vida, ganas de luchar y consciencia de comunidad.

Kevin Richard Molina Cuenca

DEDICATORIA

A mi mamá Cecilia Montero por la educación, consejos y buenos valores que ha sembrado durante mi vida.

A mi abuelita María, por siempre guiar mis pasos por el camino del bien y ayudarme a ser la persona que hoy en día soy.

A mis hermanos Isis, Franklin y Gabriel.

Jonathan Vicente Mawyin Montero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Econ. Venustiano Carrillo Mañay, Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Juan Miguel Esteves Palma, Msc.

COORDINADOR DE ÁREA

f. _____

Ing. Carmen Paola Padilla Lozano, PhD.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

CALIFICACIÓN

f. _____

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT	XVII
CAPÍTULO I	2
1 INTRODUCCIÓN	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	12
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	12
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	13
1.4 PROPOSICIONES	14
CAPÍTULO II	15
2 MARCO TEÓRICO	15
2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	15
2.2 TIPOS DE RSE.....	17
2.3 FACTORES DETERMINANTES DE LA RSE	18
2.3.1 <i>Voluntariedad de la RSE</i>	20
2.4 RSE Y COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS.....	21
2.5 RSE EN LAS PYMES	22
2.5.1 <i>RSE en las pymes comerciales</i>	24
2.6 MODELO DE <i>STAKEHOLDER</i>	25
2.6.1 <i>RSE desde el Consumidor</i>	27
2.6.2 <i>RSE desde el productor</i>	29
2.6.3 <i>RSE y ambiente</i>	31
2.6.4 <i>RSE y gobierno</i>	33
2.6.4.2 <i>Instrumentos De Regulación</i>	36
2.7.4.3 <i>Beneficios de implementar RSE</i>	38
2.7.4.4 <i>Motivaciones</i>	41
2.7 MARCO CONCEPTUAL.....	43
2.3 MARCO LEGAL	46
CAPÍTULO III	50

3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	50
3.1 MÉTODO	50
3.2 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.3 FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	53
3.4 HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	53
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	55
3.6 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	57
CAPÍTULO IV.....	58
4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	58
4.1 Caracterización de las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil. 58	
4.1.1 Pymes de Ecuador.....	58
4.1.2 Pymes de Guayaquil.....	66
4.2 Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las pymes comerciales de Guayaquil	70
4.2.1 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en gestión administrativa. 70	
4.2.2 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder medio ambiente.....	78
4.2.3 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder consumidores.....	81
4.2.4 Responsabilidad Social de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder gobierno	84
4.3 Propuesta de acciones para generar motivación a una mayor RSE en las pymes del sector comercio de Guayaquil.	93
CAPITULO V.....	95
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
5.1 CONCLUSIONES.....	95
5.2 RECOMENDACIONES.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
ANEXOS.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Dimensiones de RSE</i>	18
Tabla 2. <i>Acciones desleales de las empresas productoras</i>	30
Tabla 3. <i>Número de pymes de Ecuador por regiones al año 2017</i>	59
Tabla 4. <i>Ingresos por ventas de las pymes de Ecuador por regiones al año 2017</i>	59
Tabla 5. <i>Número de empleados en las pymes de Ecuador por regiones al año 2017</i>	60
Tabla 6. <i>Número de Pequeñas y Medianas empresas de Ecuador por provincias al año 2017</i>	63
Tabla 7. <i>Ingresos por ventas de las Pequeñas y Medianas empresas por provincias de Ecuador al año 2017</i>	64
Tabla 8. <i>Número de empleados de las pymes de Ecuador por provincias al año 2017</i>	65
Tabla 9. <i>Cantidad de pymes en Guayaquil por sectores de la economía del 2017</i>	67
Tabla 10. <i>Empleo generado por pymes de Guayaquil por tamaño y sectores</i>	68
Tabla 11. <i>Distribución de ingresos de pymes de Guayaquil por tamaño de empresa y sectores económicos en millones de dólares</i>	69
Tabla 12. <i>Compromiso y principios de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil</i>	71
Tabla 13. <i>Departamento o área responsable de la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil</i>	71
Tabla 14. <i>Certificaciones relacionadas a la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil</i>	72
Tabla 15. <i>Departamento o área de control ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil</i>	78
Tabla 16. <i>Gestión ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil</i>	79
Tabla 17. <i>Certificación de gestión medioambiental</i>	80

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Modelo Stakeholders. Variables de gobierno en RSE.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 2. Número de pymes por sectores económicos de Ecuador al 2017.....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 3. Ingresos de las pymes por sectores económicos de Ecuador al 2017.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 4. Número de empleados de las pymes por sectores económicos de Ecuador al 2017.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 5. Número de pymes de Guayaquil y número de empleo generado en las pymes de Guayaquil.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 6. Asignación de recursos en el presupuesto de las pymes del sector comercial de Guayaquil para implementación de acciones de RSE..</i>	<i>74</i>
<i>Figura 7. Tipos de informes de RSE realizado por las pymes del sector comercial de Guayaquil.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 8. Formas de inclusión social en las pymes del sector comercial de Guayaquil.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 9. Tipos de capacitación del talento humano en las pymes del sector comercial de Guayaquil.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 10. RSE en pymes del sector comercial de Guayaquil en relación al stakeholder consumidores.....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 11. Tipos de incentivos del gobierno a la implementación de la RSE en las pymes.....</i>	<i>85</i>

RESUMEN

La responsabilidad social en las pymes se presenta en un contexto empresarial cada vez más exigente, dado que el entorno competitivo que enfrentan las empresas presentan exigencias de prácticas de bienestar social, tales como: las acciones para evidenciar la calidad de los productos, transparencia en la información, precios justos, bienestar de los trabajadores y cuidado medio ambiental. De estas exigencias surge el análisis del papel del gobierno para incentivar a las pymes a realizar una gestión socialmente responsable.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil, particularizando el papel que ha desempeñado el gobierno.

El método que se aplicó es mixto cualitativo y cuantitativo. El tipo de investigación es de alcance descriptivo. Se aplicó entrevistas a autoridades de gobierno y encuestas a representantes de las pymes del sector comercial de Guayaquil que fueron objeto de estudio.

Como conclusión general, se tiene que el gobierno poco ha realizado como política de incentivos para generar actuaciones de responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil. Ha llevado a cabo acciones, pero estas han sido acogidas por empresas grandes.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social, pymes, *stakeholder*, gobierno, economía.

ABSTRACT

Social responsibility in SMEs is presented in an increasingly demanding business context, given that the competitive environment faced by companies present demands for social welfare practices, such as: actions to demonstrate the quality of products, transparency in the information, fair prices, welfare of workers and environmental care. From these demands arises the analysis of the role of the government to encourage SMEs to carry out a socially responsible management.

The objective of this research work is to analyze social responsibility in SMEs in the commercial sector of Guayaquil, particularizing the role played by the government.

The method applied was mixed qualitative and quantitative. The type of research is descriptive in scope. Interviews were applied to government authorities and surveys to representatives of SMEs in the commercial sector of Guayaquil that were the object of study.

As a general conclusion, the government has done little as an incentive policy to generate social responsibility actions in SMEs in the commercial sector of Guayaquil. He has carried out actions, but large companies have welcomed these.

KEY WORDS: Social responsibility, SMEs, stakeholder, government, economy.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

El principal problema de investigación evidencia las exigencias del entorno competitivo que hace que las empresas tengan que afrontar nuevos desafíos y se vean preocupados en implementar la responsabilidad social como un sistema de gestión responsable así se manifiesta también en Herrera, Larrán, Lechuga y Martínez (2015). Dentro de este marco se encuentra el *stakeholder* gobierno, es importante identificar el rol que desempeña como elemento de desarrollo económico (Vallecillo & Gutiérrez, 2016). De manera puntual, se realiza un análisis de las unidades pymes del sector comercial de Guayaquil.

La investigación lleva al planteamiento de las siguientes preguntas: ¿Son socialmente responsables las pymes del sector comercial de Guayaquil? ¿Cuál es el papel que ha desempeñado el gobierno para promover la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil?

El objetivo de investigación es “Analizar la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil, particularizando el papel que ha desempeñado el gobierno”.

El trabajo se encuentra estructurado en las secciones siguientes: Primero se presenta el capítulo 1 la introducción en la cual se detalla el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, objetivo general y específicos y, por último, se cierra el capítulo precisando la proposición de la investigación.

En la siguiente sección se encuentra el capítulo 2, en el cual se desarrolla el marco teórico, se precisan los avances teóricos de la responsabilidad social empresarial, los tipos de RSE, factores determinantes de la RSE, la RSE en las pymes, el Modelo de *Stakeholders* y, la RSE y el gobierno. En el marco conceptual se particulariza la teoría de la RSE con

respecto al rol del gobierno. Por último, se presenta el marco legal existente en el país para abordar la RSE.

A partir del marco teórico se plantea las siguientes proposiciones: “Las pymes del sector comercial de Guayaquil carecen de acciones relacionadas a la RSE debido, entre otros factores, a la poca presión del gobierno en este aspecto”. “El gobierno ha tenido un rol poco activo en fomentar la RSE en las pymes por medio de reducción de impuestos; subsidios y financiamiento a consultorías; talleres de RSE a directivos; campañas de fomento de buenas prácticas y control de la inclusión laboral”.

En la sección tres se desarrolla el capítulo de metodología de la investigación. Se presenta el método de investigación, las variables, los tipos de investigación, las fuentes de información, los instrumentos de levantamiento de información, población y muestra, y las herramientas de análisis.

En el capítulo cuatro, se presentan los resultados de investigación, se presenta la caracterización de las pymes y el diagnóstico de la RSE en las pymes, a continuación, se analizan las acciones del gobierno en relación a la RSE y, por último, se establecen propuestas de acciones para generar motivación a una mayor RSE en las pymes del sector comercio de Guayaquil.

Por último, se presentan las conclusiones donde se destaca que el gobierno ha realizado una política con pocos incentivos para generar RSE en las pymes comerciales de Guayaquil. Si bien ha llevado a cabo acciones, estas han sido acogidas por algunas de las grandes empresas, sin generar reacción en las pymes.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En esta sección se presentan de forma detallada los diversos problemas que motivaron la presente investigación. Se destacan las exigencias de prácticas de bienestar social (Herrera *et al.*, 2015) en el entorno competitivo que enfrentan las empresas de Guayaquil y de todo el Ecuador, estas exigencias son: acciones para evidenciar la calidad de los productos que se ofertan (Díaz *et al.*, 2017); transparencia en la información (Salinas, Chivite & Muñoz, 2016); precios justos (Chávez & Correia, 2014), bienestar de los trabajadores (González, Alaña & Gonzaga, 2017) y cuidado medio ambiental (Martínez, Brenes, Araneda & Jaubert, 2015).

Las exigencias en el entorno competitivo en el que se desenvuelven las empresas han cambiado, debido a que la sociedad demanda de las empresas la implementación de prácticas de bienestar social. De acuerdo a Kanji y Chopra (2010) en Herrera *et al.* (2015, p. 1) “la sociedad no percibe el ente «empresa» tan solo desde una perspectiva financiera (...) la necesidad de incorporar prácticas de buen gobierno y de realizar inversiones socialmente responsables, han llevado a las organizaciones empresariales a reorientar sus sistemas de gestión”. Es en la ejecución de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) que se enmarcan las exigencias de la sociedad.

En Ecuador las exigencias se han presentado de manera creciente por parte de los grupos de interés o *stakeholders* para cambiar a un modelo de negocio responsable. Esta orientación hacia un nuevo modelo gestión empresarial presentan algunas razones, de las cuales se destacan las referidas por Zamarriego (2018, p. 1) “la irrupción masiva de la tecnología, las nuevas exigencias del consumidor, la aparición de nuevas tipologías de empresa y un sin fin de factores en constante evolución han desembarcado en la empresa alterando modelos de negocio, de gestión y de relaciones”. Estas razones pretenden cambiar el rumbo de las empresas hacia la aplicación de prácticas socialmente responsables.

En cuanto a la exigencia en relación a mejorar la calidad de los productos ofertados, se presenta evidencias de la desatención en la misma. Se puede referir varios ejemplos de productos ofertados en los mercados ecuatorianos con una calidad no tan adecuada, así de acuerdo a declaraciones del Director del INEN, presentadas en Diario El Telégrafo, Sección Comunidad (20 de enero de 2014):

En el etiquetado de la ropa. Los componentes de la tela no corresponden a la etiqueta y no informan cómo hay que lavarla para mantenerla. En focos estamos haciendo pruebas de duración porque hay algunos que no llegan ni a la tercera parte del tiempo que señalan. También hemos encontrado vajillas cuyos diseños o dibujos tienen altos niveles de plomo y cadmio, metales pesados que pueden ser dañinos; lo tolerable es 2%, pero en muchos casos tienen niveles de 40%. Ni hablar de los alimentos, que no están cumpliendo con los requisitos mínimos de calidad. (s.p.).

La falta de calidad en la elaboración de los productos se da en todo tipo de empresas y como en el ejemplo anterior se evidencian estos tipos de observaciones en la producción textil, eléctrica, cosmética, entre otras.

Otro ejemplo de baja calidad de producto se demuestra en los alimentos que los centros de reclusión brindan a las Personas Privadas de la Libertad (PPL), ya se han manifestado varias quejas. La empresa proveedora del servicio de alimentación a estos centros registra quejas como lo menciona Diario El Telégrafo, Sección Justicia (19 de febrero de 2018) "Familiares y PPL entrevistados por los Medios Públicos en cárceles de Manabí, Azuay y Cotopaxi coinciden en los reclamos. Aseguraron que la alimentación, aparte de escasa, por lo general, es mal procesada y provoca problemas gastrointestinales". La baja calidad de este servicio se da por la mala preparación de los alimentos y la poca higiene en los procesos elaboración.

A nivel nacional se registran quejas por la calidad de los alimentos ya que generan trastornos nutricionales como el sobrepeso, sobre todo en niños.

La preocupación por la ingesta de estos alimentos se menciona en Diario Expreso, Sección Alimentación (12 de octubre de 2017):

Este tema ha estado en la mira de instituciones nacionales e internacionales en las últimas décadas, debido al aumento en el consumo de alimentos altos en grasa, sal y azúcar, pero bajo en vitaminas y minerales. En el último sondeo realizado por la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) y publicada entre 2014 y 2015, se informa que en Ecuador el 29.9 % de niños entre 5 a 11 años tienen sobrepeso y obesidad. (s.p.).

Debido a la ingesta de alimentos procesados con niveles elevados de grasa se generan problemas nutricionales que perjudican al consumidor, que en el ejemplo anterior son los niños.

Otra de las exigencias a las pymes se enmarca en el hecho de que se brinde transparencia de la información respecto de las actividades y formas de realizarlas por parte de las empresas. Un problema radica en las empresas aseguradoras que se hace mención en Diario El Telégrafo, Sociedad (5 de abril de 2017):

El problema surge cuando el consumidor tiene una emergencia y desconoce sus derechos y lo que contempla el servicio que contrató. Paulina Andrade, directora general de Consumidores de la Defensoría del Pueblo, informó que es importante que el consumidor, antes de contratar cualquier servicio, realice un análisis exhaustivo del tipo de necesidades que busca cubrir. Después debe cerciorarse de que la información proporcionada por la empresa aseguradora sea clara, veraz y oportuna. (s.p.).

Esta poca claridad de información proporcionada por las aseguradoras médicas crea confusión en el usuario del servicio al momento de hacer uso del servicio ya que no tiene conocimiento claro de la cobertura que dispone.

Dentro de la baja entrega de información a los clientes, como ejemplo, se ven vinculadas las entidades financieras con quejas por parte de los

usuarios de tarjetas de crédito. Un caso se señala en Diario El Comercio, Sección Negocios (23 de agosto de 2011): “La normativa (...) establece que el emisor deberá entregar los estados de cuenta con periodicidad. Sin embargo, hay casos en que esto no sucede y dentro de los valores a pagar por el tarjetahabiente consta un rubro por la entrega de esta documentación”. Estas quejas por cobros de los estados de cuenta que nunca llegan a los clientes se mantienen y mientras no disponen de los mismos, no poseen información financiera de forma clara.

Las instituciones públicas reciben constantemente quejas de parte de los usuarios por la poca información que brindan acerca de los servicios públicos. El número de reclamos se evidencian en Diario El Universo, Sección Economía (26 de abril de 2018): “De acuerdo a la encuesta más reciente del INEC, realizada en el 2008, al 7% de la población entrevistada, las razones de queja o reclamo en las instituciones públicas es por la insuficiente información (14.3%)”. De esta forma, se entiende que la información que se brinda al cliente al momento de su atención no lo deja satisfecho por la escasa claridad.

Otra de las exigencias manifestadas en el entorno es la de precios justos, las quejas más frecuentes y cotidianas provienen de consumidores de las tiendas y despensas. Un ejemplo se cita en Diario El Telégrafo, Sección Economía (3 de marzo de 2015): “Según la intendenta de Policía del Guayas, Consuelo Castro, reporta al menos 50 denuncias al mes contra tiendas, precisamente por elevar los precios de los víveres de primera necesidad en forma exagerada”. La especulación en los precios de productos de consumo masivo genera inconformidades en la población.

Por otra parte, existen protestas por la alteración de precios a nivel de los productores agrícolas. Un caso frecuente es el del arroz, en El Universo, Sección Comunidad (18 de abril de 2018) se menciona que: “Un grupo de agricultores arroceros de la provincia del Guayas cerró (...) el paso por la vía Durán-Yaguachi, a la altura del redondel de los bancos. Alrededor del mediodía se disolvió la protesta que exigen una rectificación del precio del arroz”; donde se presentan pedidos como el del presidente del Pueblo

Montubio de Ecuador que en Diario El Telégrafo, Sección Economía (15 de mayo de 2018) “indicó que el ministro tiene desatendido al sector agropecuario y que no ha accedido a los pedidos de los productores, como el de eliminar la franja de precios para el arroz y maíz e intensificar el control a insumos”. Las recientes protestas por parte de los arroceros se dan debido a que sienten afectada su producción por la injusta referencia en los precios del producto.

Los sueldos y salarios son un incentivo para que los empleadores atraigan los mejores talentos humanos del mercado, sin embargo, las pymes están lejos de conseguirlos debido a la remuneración poco competitiva que ofrecen. Según INEC (2010) en Revista Ekos (2013):

Las empresas pequeñas gastan mensualmente en promedio, por cada uno de sus trabajadores, USD 373; este valor se encuentra ligeramente por sobre el salario promedio de aquel entonces (USD 346) (...) ese año las personas con instrucción superior no universitaria percibieron en promedio (USD 628), universitaria (USD 614) y post-grado (USD 1,164). (p. 38).

Estos datos muestran que las pymes están lejos de ofrecer sueldos competitivos, por lo tanto, la oferta de mano de obra será muy reducida por la poca pretensión de formar parte de este sector empresarial.

Por otra parte, los despidos intempestivos por parte de las empresas son problemas muy comunes en el país y han existido muchos casos de los cuales en su gran mayoría han terminado en demandas legales. De acuerdo a Ortega en Diario El Comercio, Sección Seguridad (13 de noviembre de 2016) manifiesta que:

En todo el 2015 se tramitaron 65 causas cada día. El 80% de las quejas que llegan a la única Unidad Laboral de Quito es por despidos intempestivos. Este dato lo confirmo el juez Richard Buenaño, a quien el CJ lo delegó para hablar con El Comercio. (s.p.).

Las empresas en el Ecuador manejan procesos poco transparentes a la hora de despedir a un empleado, ya que de un momento a otro le informan que no continuará más en la organización, este tipo de manejo por parte de la misma hace que la calidad del empleo sea más precaria en la entidad.

Otro determinante de la calidad de empleo es la afiliación al seguro social por parte de la empresa hacia los empleados, que en los últimos años ha ido decreciendo, a pesar de las medidas legales y beneficios por parte del Estado. Según datos del INEC (Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador, 2017, p. 40) entre el año 2011 y 2016 el porcentaje del total de ocupados que no estuvieron afiliados al seguro social es del 54.87% en promedio. Esto es más de la mitad del mercado laboral sin ser afiliados, es decir existe un deterioro en el empleo y las empresas no están siendo socialmente responsables.

Con respecto al cuidado del ecosistema, escasas son las empresas en el Ecuador que llevan a cabo procesos productivos y administrativos amigables con el medioambiente, es por ello, que muy pocas poseen certificaciones ambientales. De acuerdo a León (2015) en González *et al.* (2017):

En Ecuador de una muestra de 10,646 empresas, 2,734 empresas (26%) tienen algún tipo de certificación ambiental, mientras que el resto (7,912) no poseen ningún tipo (74%). Al respecto el 79% de las pequeñas, el 63% de las medianas y el 40% de las grandes empresas, no cuentan con ningún permiso ambiental (certificación de registro ambiental y licencia ambiental). (p. 241).

Existen importantes falencias por partes de las empresas en la aplicación de programas que contribuyan a mejorar su gestión ambiental.

En base a los datos anteriores, es evidente que las empresas no son responsables con el medio ambiente, sin embargo, este problema se refleja aún más en las pymes. De acuerdo a Molina (2014) en González *et al.* (2017):

Presenta las principales actividades medioambientales desarrolladas por las pymes en Ecuador en orden decreciente, entre las que se

encuentran: ahorro de energía, reciclaje, ahorro de agua, sistemas de gestión ambiental, certificaciones ambientales, reproceso de materiales, tratamiento de residuos, monitoreo de impactos, control a proveedores y ecoeficiencia. (p. 242).

Es indudable que las pymes debido a la falta de conciencia ambiental no son responsables con el ecosistema, de forma que las acciones prioritarias como el tratamiento de residuos y aguas residuales cada vez son menos frecuentes.

Como se mencionó antes, el tratamiento de los residuos es una actividad que poco se realiza por la falta de adecuadas políticas de control de los residuos. Según el INEC en Módulo de Información Económica Ambiental en las Empresas (abril de 2017) indica que:

El papel y cartón representa el 6.9% de los residuos no peligrosos generados, la chatarra liviana el 11.5% y el plástico 3.9%. De estos últimos, el papel y cartón tiene un mercado que lo recicla casi en su totalidad. También la chatarra liviana y el plástico pueden convertirse en materia prima para procesos productivos, pero se tiene el dato que el 85.1%, 88.6% y 88.6% respectivamente a los anteriores residuos son desechados. (p. 11).

Es decir, que a los residuos mencionados no se les da un tratamiento ambiental correcto, visiblemente esto indica que las empresas no efectúan políticas de control de residuos.

Sobre la generación de aguas residuales, las empresas antes de devolver este elemento en las mejores condiciones posibles a la naturaleza deben de darle un tratamiento mediante plantas purificadoras, a fin de causar un menor impacto. Sin embargo, según cifras del INEC en Módulo de Información Ambiental Económica en Empresas (2016, p. 24) “de las 1,294 empresas que generan aguas residuales, el 48.43% de ellas proporcionan algún tipo de tratamiento a sus aguas residuales”. Esto es un gran indicio de la contaminación ambiental que ocasionan las empresas en el país, ya que un

51.57% de las empresas no toman medidas de depuración y tratamiento adecuado del agua.

En definitiva, la problemática describe varias causales que originan la investigación; y son las exigencias por parte del entorno empresarial las que invitan al análisis del papel que desempeña el gobierno para incentivar las prácticas de responsabilidad social con enfoque a las pequeñas y medianas empresas, particularmente las unidades del sector comercial de Guayaquil.

Pregunta de investigación:

Se plantean las siguientes interrogantes: ¿Son socialmente responsables las pymes del sector comercial de Guayaquil? ¿Cuál es el papel que ha desempeñado el gobierno para promover la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil, particularizando el papel que ha desempeñado el gobierno.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Establecer los avances teóricos respecto a la responsabilidad social empresarial, su aplicabilidad a las pymes y su relación con el papel del gobierno.

2. Caracterizar las pymes de la ciudad de Guayaquil, específicamente las del sector comercial.

3. Analizar la Responsabilidad Social en las pymes comerciales de Guayaquil.

4. Identificar acciones del gobierno ecuatoriano en relación al desarrollo de la responsabilidad social en las pymes de Guayaquil.

5. Diseñar una propuesta que contribuya a que las acciones del gobierno puedan generar motivación para una mayor responsabilidad social empresarial en las pymes del sector comercio de Guayaquil.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio es de sustancial importancia puesto que la RSE es una temática abordada tanto en países desarrollados, como en países en vías de desarrollo. El estudio se concentra en las acciones de uno de los *stakeholder* de la RSE el gobierno en relación a las pymes del sector comercial de Guayaquil. Es importante el estudio ya que a nivel económico la no implementación de RSE en las pymes podría representar pérdidas en la competitividad de los negocios, por ende, pérdida de espacios en los mercados y con ello afectación a los niveles de ingresos.

Pymes sin RSE implica descuido de cada *stakeholder* esto es, poco o nulo cuidado ambiental, desinterés en el bienestar de los consumidores, empleados, entre otros. Para ninguna sociedad es factible se desarrollen negocios que no sean socialmente responsables, en tal sentido, el presente estudio es relevante puesto que busca mostrar los avances sobre la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil y de qué manera el gobierno promueve acciones en tal sentido.

Poco se ha difundido sobre la RSE de las empresas y menos aún sobre la RSE en las pymes. La RSE es un tema de importancia ante las incidencias que genera en los diversos *stakeholders* y en la economía de toda sociedad, por lo tanto, es necesario la academia conozca sobre la realidad local, nacional de la RSE en las empresas ecuatorianas. El estudio busca aportar en una mínima forma a esa necesidad de conocimiento e invita a que demás agentes de la academia se interesen en abordar las amplias aristas de investigación que comprenden un tema como la RSE.

Finalmente, es de interés de los autores realizar la investigación con la finalidad de desarrollar habilidades que en un futuro permitan el desenvolvimiento profesional de alta calidad asesorando a las pymes en la implementación de la RSE.

1.4 PROPOSICIONES

1.- Las pymes del sector comercial de Guayaquil carecen de acciones relacionadas a la RSE debido, entre otros factores, a la poca presión del gobierno en este aspecto.

2.- El gobierno ha tenido un rol poco activo en fomentar la RSE en las pymes por medio de reducción de impuestos; subsidios y financiamiento a consultorías; talleres de RSE a directivos; campañas de fomento de buenas prácticas y control de la inclusión laboral.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Es de relevancia comprender el concepto de RSE y llevarlo en marcha en los procesos productivos, administrativos y comerciales de las empresas. A continuación, se abordará diversas definiciones sobre la RSE propuestas por diferentes autores.

La RSE es un concepto del cual no se tiene clara la definición, ya que engloba varias aristas de relevancia en el entorno empresarial las cuales impactan a los diferentes grupos de interés. Según Sierra (2014) en Melamed, Blanco, Miranda y Esperanza (2017):

Conceptualmente la RSE no cuenta con una definición general y aceptada, su conceptualización integra diferentes ópticas que incluyen percepciones desde lo ético, lo moral, los deberes y obligaciones de las empresas con los diferentes actores que están implicados en su actividad económica, integrando de esta forma un compromiso social que no puede ser eludido. (p. 2).

Debido a que la RSE no es un término admitido por el entorno, es muy difícil que los empresarios como actores principales lleven a cabo estos procesos de bienestar hacia sus *stakeholders*.

Es por ello que existen muchas empresas que se manejan a través de estos procesos, pero los mismos no son duraderos en el tiempo, ya que por lo general son campañas de marketing por parte de las empresas y eso no es RSE. Según Melamed, Blanco, Miranda y Esperanza (2017, p. 5) “la RSE no debe ser confundida con asistencialismo o estrategias fugaces de marketing social”. Es importante que se tenga claro la definición de la RSE, ya que la misma no es una campaña publicitaria, son acciones que se realizan de forma voluntaria y sin fines económicos de por medio.

Dado lo dicho anteriormente, se referenciará a varios autores conocedores de las RSE, a fin de tener el concepto mucho más claro de lo que engloba la misma. De acuerdo a Comisión Europea (2011) en Vives (2014, p. 3) “Definición de RSE por la Comisión Europea es muy simple: la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad”. Además, también se dice que para cumplir cabalmente con su responsabilidad social, las empresas deben contar con un proceso para integrar los aspectos sociales, ambientales, éticos y de derechos humanos en sus operaciones comerciales y en su estrategia, en colaboración con sus *stakeholders*.

En concordancia con lo planteado inicialmente, en una misma publicación por parte de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en Maldonado, Antólinez y Villamizar (2016, p. 44) define a la RSE como “la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales por parte de las empresas en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. De acuerdo a los conceptos planteados por la Comisión de las Comunidades Europeas la RSE es un proceso que agrupa interés sobre los aspectos sociales, medioambientales y derechos humanos que podría impactar en sus grupos de interés.

Relacionado a los conceptos anteriormente mencionados, Freeman (1984) en Maldonado *et al.* (2016, p. 44) indica que “la responsabilidad social de una empresa consiste en generar las condiciones que permitan alcanzar el bien común de los individuos y grupos con los cuales tiene una relación recíproca”. Es decir, las RSE son acciones que las empresas deben realizar a favor de un conjunto de individuos o grupos implicados en las gestiones y actividades efectuadas por el negocio.

En fin, la RSE es la integración de las preocupaciones medioambientales y sociales por parte de la empresa, además es la integración voluntaria en su administración, operaciones y acciones en relación a su entorno medioambiental y económico.

2.2 TIPOS DE RSE

El desarrollo de la RSE en las empresas se viene dando por las diversas formas de promoverla donde se destacan las implícitas y las explicitadas. Por otra parte, se detallarán las dimensiones económicas, legales y discrecionales, las cuales hacen referencia a comportamientos y actividades que llevan las empresas con el fin de ser socialmente responsables.

Las empresas que toman medidas de RSE de forma obligada, ya sea por cumplimiento de la ley o presiones del mercado, esta deja de ser RSE, mientras que cuando una empresa lo hace de forma voluntaria esta se convierte en RSE. Por ello, las empresas según Matten y Moon (2008) en Vives (2014):

Hacen la distinción entre dos facetas de la Responsabilidad Social Empresarial, RSE, que ellos denominan como RSE implícita y explícita (...) la RSE implícita comprende los requerimientos sociales obligatorios y habituales y los intereses de los *stakeholders*, la RSE explícita se refiere a los programas y estrategias que las empresas diseñan e implementan voluntariamente. (p. 4).

Esta clasificación de RSE engloba más el actuar de las empresas hacia sus distintos grupos de interés, ya la misma es tomadora de sus propias decisiones respecto a la responsabilidad social.

Además de las clasificaciones mencionadas anteriormente existen otros tipos de RSE los cuales según Carroll (1979) en Marín y Rubio (2008, p. 7) “el concepto de RSC se divide en tres dimensiones, que por orden de importancia, para el autor, son las siguientes: 1) económica, 2) legal, 3) discrecional”. Donde más adelante (ver Tabla 1) se cita uno a uno los conceptos por dimensión.

Tabla 1

Dimensiones de RSE

Clasificación	Descripción
Económica	La responsabilidad económica requiere que la empresa sea eficiente en la provisión de bienes y servicios para la sociedad, implicando con ello la necesidad de producir o prestar servicios de calidad, desarrollar innovaciones en los productos y procesos, lograr que los recursos humanos sean productivos, capacidad para la resolución adecuada de las quejas de los consumidores, etcétera.
Ética	La responsabilidad ética incluye los comportamientos y actividades, que no están contemplados en la ley, pero que están incluidos en los resultados que los miembros de la sociedad esperan de los negocios.
Discrecional	La responsabilidad discrecional engloba todas las actividades de acción social que son voluntarias, altruistas o filantrópicas, guiadas sólo por el deseo de las empresas de verse envueltas en una sociedad mejor

Nota. Recuperado de Marín, L. & Rubio, A. (2008). ¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en pyme. *Revista de Economía Información Comercial Española*, p. 7.

Finalmente, las referencias expuestas y descritas anteriormente en Marín y Rubio (2008, p. 7), son muy relevante para tener claro el concepto de la RSE como una actividad de administración que no tiene como base beneficios económicos y financieros, sino que además incentiva la participación de las entidades en cuestión de creación de ayudas a la sociedad y el medio ambiente.

2.3 FACTORES DETERMINANTES DE LA RSE

El desarrollo de la RSE viene determinado por diversos factores que rigen el comportamiento de una empresa frente a gestiones de carácter social. En esta sección se citan estos componentes, entre los cuales se destacan las prácticas transparentes, vínculos con la sociedad, gestión del ecosistema, acciones de sostenibilidad con consumidores, falta de recursos y conocimientos de los dueños sobre prácticas de RSE.

La responsabilidad social se refiere a la preocupación objetiva de la empresa por el bienestar de la sociedad, de las cuales existen componentes que estimulan la aplicación de acciones. De acuerdo a Melamed *et al.* (2017):

El desarrollo de la responsabilidad social, igualmente para Chirinos, Fernández y Sánchez (2013) está dimensionada desde cuatro principales frentes: 1. Directrices estratégicas y prácticas transparentes, 2. Vínculos con la comunidad y trabajadores, 3. Gestión del medio ambiente y 4. Relaciones sostenibles con consumidores y clientes. (p. 3).

Estos determinantes para el autor son los que establecen la pauta de donde debe direccionarse la empresa, a fin de influir en el prosperidad y bienestar de la sociedad.

Por otra parte, la falta de recursos es una causa importante que determine el accionar de RSE por parte de las empresas. Para Marquin y Reficco (2015) en Carrillo (2017, p. 53) “la falta de recursos y orientación de corto plazo son factores que limitan la inversión de la empresa en programas de RS”. La RSE para Marquin viene dada por el capital disponible de la empresa que posee para destinar a planes y acciones de RS.

Otro de los factores que inciden en la implementación de RSE es la baja preparación y orientación que tienen los propietarios o accionistas de las pymes respecto a estos temas. Es por ello, que según Carrillo (2017):

Las limitaciones de las pymes latinoamericanas para involucrarse en acciones de RS se concentran en la falta de capacitación y conocimiento de los propietarios acerca del tema. Existen problemas de gestión en la pyme como en la informalidad, falta de innovación y procesos de mejoramiento, por destacar algunas. (p. 54).

En fin, los factores de RSE están constituidos por internos y externos. Los factores internos están relacionados a las actuaciones de los accionistas, propietarios y acreedores, existen factores como el respeto de las leyes gubernamentales, el patrocinio de programas educativos, actividades deportivas, la provisión de instalaciones de atención médica, la protección del

medio ambiente. Los factores externos están relacionados con las actuaciones en relación a los consumidores y clientes, proveedores, gobierno y ambiente.

2.3.1 Voluntariedad de la RSE

Respecto a la voluntariedad de acciones de RSE, en esta sección se hace referencia a las decisiones voluntarias que toman las empresas de llevarlas como políticas corporativas, es decir, no de forma obligatoria y además referenciar las actividades que piensan va más allá del hecho de acatamiento de la legislación.

De acuerdo a Campuzano (2010) en Melamed *et al.* (2017):

Aquello que es de carácter obligatorio no puede ser catalogado como acciones responsables, pues se fundamentan en el cumplimiento y no en el servicio social, es por ello que la RSE debe ir más allá de lo exigido por la ley. (p. 6).

Dado que la representación de la RSE no viene dada por el simple hecho de llevar acciones de responsabilidad empresarial por mero cumplimiento de la ley, se recalca que esta se convierte en RSE cuando una empresa lo hace por voluntariedad y por su deuda con la sociedad.

Es por ello que es importante que quienes constituyen a las empresas, ya sea los dueños o los empleados tengan claro el concepto de la misma, ya que el mismo viene dado por la voluntariedad. Según Vallecillo y Gutiérrez (2016):

La responsabilidad social ha sido objeto de un amplio debate terminológico y sigue latente la controversia de su rango como acción imperativa o voluntaria, bien porque forme parte de la obligación de la política pública o bien porque se configure como acción voluntaria. (p. 6).

Es así, que dentro del marco empresarial, las empresas que operan mediante una mal llamada RSE, que es representado por las acciones que llevan en marcha dado la obligatoriedad establecida por la política pública.

Las prácticas de RSE no son las realizadas por la presión de un ente regulador estatal que bajo el no cumplimiento se recibiría una sanción, sino por lo contrario, la RSE se constituye por el comportamiento responsable de forma voluntaria que las empresas expongan ante el medio ambiente, cliente, proveedores, Estado, entre otros.

2.4 RSE Y COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS

La RSE representa una dimensión relativamente nueva en la competitividad del mercado mundial y está inexorablemente conectada a la economía de una empresa y sostenibilidad. La calidad de vida de los empleados y el bienestar individual o colectivo dependen en múltiples formas la amplitud con que las empresas aceptan la RSE como estrategia competitiva y fuente de sostenibilidad.

En la actualidad, la RSE es una estrategia de diferenciación y valor agregado a los bienes y servicios que ofrecen las pymes. De acuerdo a Porter y Kramer (2006) en Herrera *et al.* (2016, p. 32) "la RSE ha sido propuesta en los últimos tiempos como una de las estrategias más efectivas para diferenciarse y fortalecer la competitividad de las pymes". Es por ello, que las pymes a fin de ganar mercado y en consecuencia aumentar sus ingresos, se desenvuelven en un entorno de RSE.

En concordancia con lo planteado, de acuerdo Pérez, Garzón y Ibarra (2016, p. 59) "se está exigiendo en estos tiempos a las empresas que además del quehacer de la riqueza también se deben ocupar en cuidar el medio ambiente y en mejorar el bienestar social de los pueblos". Existe un entorno que ya presiona a las empresas a llevar procesos de cuidado con el medio ambiente y la sociedad en sí, dado que la competitividad de las demás empresas cada vez es más exigente.

Por otra parte, existen empresas que ven el concepto de RSE como un costo adicional, más no como una manera de diferencia y ganar competitividad en el mercado. Según Déniz y Cabrera (2005) en Herrera *et al.* (2016):

Las empresas que consideran la RSE desde un enfoque filantrópico, la aprecian como un coste en lugar de como una oportunidad, lo que puede dar lugar a que este tipo de organizaciones pierdan la oportunidad de obtener ventajas competitivas derivadas de la obtención de una mayor notoriedad y una mejora en la imagen. (p. 34).

La RSE, vista desde el punto de desarrollando en el entorno empresarial, es relevante, puesto que apearse a criterios ambientales y sociales, representa para la empresa ganar un mayor mercado.

Si las exigencias por parte de los actores económicos no son significativas, las empresas no podrían llevar procesos de RSE en el negocio, a fin de diferenciarse dentro del mercado y fortalecer su nivel competitivo.

2.5 RSE EN LAS PYMES

Con respecto a la responsabilidad social en las pymes se pueden rescatar varios conceptos que se abordan desde distintas temáticas como: la importancia de la RSE en las pymes en su comunidad, la implicación de su entorno, por la generación de empleo, la comparación con respecto a las grandes compañías y el poco abordaje de la RSE de las pymes.

La importancia de la responsabilidad social en las pymes se debe a la cercanía y vinculación que tienen estas empresas con la comunidad. Es así como lo menciona Benito y Sánchez (2012, p. 167) “las pymes al mismo tiempo mantienen una gran presencia en las comunidades locales, constituyendo en sí mismas un factor clave para el desarrollo y el bienestar social, regional y local”. Así que es esta comunidad la que se ve positivamente afectada si se aplica un sistema de gestión responsable.

La implementación de prácticas de responsabilidad social en las pymes involucra un amplio margen de acción dada la cercanía de este tipo de empresas con su entorno. A través de Giraldo, Kammerer y Ríos-Osorio (2016):

Se menciona que las empresas y sobretodo las pymes deben ser conscientes de que pueden y deben contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad (local y global) orientando sus operaciones para que contribuyan al desarrollo y mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias, su comunidad, con el fin de favorecer el crecimiento económico e incrementar su competitividad. (p. 126).

Este aporte de las pymes sería de relevancia al involucrar a la comunidad y un proceso de desarrollo beneficioso para la misma.

Otro punto que presentan las pymes es la generación de empleo dentro de la comunidad donde se desarrollan. Es así que Benito y Sánchez (2012, p. 168) resalta “la aplicación de políticas de responsabilidad social a las pequeñas y medianas empresas (pymes) es de vital importancia, dado que son estas las que realizan la mayor contribución al desarrollo y el empleo”. De esta forma la aplicación de responsabilidad social empresarial también contribuye al impulso del crecimiento laboral en las pymes.

Pero, la responsabilidad social por lo general se presenta en las grandes empresas, las pymes cuentan con una baja participación en acciones de RSE. De modo que Becherer y Helms (2014) en Conraud *et al.* (2016, p. 81) menciona que son “las grandes corporaciones las que adoptan acciones de responsabilidad social, bajo la presión de los mercados internacionales, mientras que las pequeñas y medianas empresas (pymes) permanecen aún muy discretas tanto en el discurso como en la práctica de la RSE”. Esta realidad es la que se presenta en las pymes y al mismo tiempo evidencia la necesidad del cambio de su gestión.

Las pymes tienen una oportunidad de reconocimiento en su entorno y grupos de interés si implementan practicas socialmente responsables. Es así que Preuss y Perschke (2010) en Herrera *et al.* (2016, p. 32.) señala que “las

pymes deberían preocuparse de llevar a cabo una implementación efectiva de las acciones de RSE tanto por su reconocimiento externo a nivel de mercado como por el bienestar que reportarán a sus *stakeholders*". De esta manera la gestión responsable se vuelve una necesidad para las pequeñas y medianas empresas.

De este modo se delimita el abordaje de las RSE en las pymes de acuerdo a varias perspectivas donde se conceptualiza desde la situación general, hasta la situación particular del Ecuador en la implementación de RSE por parte de las pymes.

2.5.1 RSE en las pymes comerciales

En las pymes comerciales la implementación de RSE se desarrolla bajo aspectos como la imagen que la comunidad adopta en cuanto a las prácticas responsables y la necesidad de incorporar las mismas para evitar comportamientos contrarios a la RSE.

Con el paso de los años, la dinámica comercial ha presentado a través de la sociedad la exigencia de implementar en la gestión comercial de las pymes prácticas de responsabilidad social, para así verse beneficiados de las ventajas. Según Briones *et al.* (2017):

La RSE ha sido tomada en consideración por PYMES, ya que reflejan el nivel de compromiso con la comunidad en donde ejercen sus actividades comerciales con el fin de posicionar su marca y muchos beneficios que ofrece como un valor agregado del producto. (p. 10).

Al adoptar estas prácticas, particularmente las pymes del sector comercial, adquieren una grata imagen frente a la comunidad, y esta misma goza de los beneficios de la práctica de RSE.

Al contrario, si las pymes comerciales no incorporan habitualmente buenas prácticas de responsabilidad social, su entorno cada vez las resiste

con menos entusiasmo. De tal forma Pérez *et al.* (2016) menciona algunos comportamientos que van en contra de la RSE como:

Las prácticas comerciales engañosas o fraudulentas, como productos que no cumplen con las expectativas, publicidad engañosa, promociones mentirosas, precio no justo y demás prácticas comerciales alejadas de toda ética, están destinadas a llevar al verdadero fracaso a las empresas que siguen alejados de la deontología del marketing. (p. 61).

Las malas prácticas comerciales mencionadas generan malestar en los grupos de interés y desembocan en rechazo hacia este sector empresarial.

De esta forma se describe dos situaciones, por un lado, cuando las pymes del sector comercial cumplen con prácticas de RSE y por otro lado las mismas que al no cumplir con estas prácticas se ven perjudicadas así mismas por la mala imagen que proyectan a la comunidad.

2.6 MODELO DE STAKEHOLDER

En esta sección se detallan los diversos *stakeholders* o grupos de interés de las empresas y la importancia de identificarlos, a fin de lograr el éxito competitivo. Además, se destaca la relevancia de conocer los intereses de los consumidores por parte de las empresas y se priorizan acciones que favorezcan a los mismos.

Los *stakeholders* son aquellos grupos que, sin su apoyo a una organización, esta dejaría de existir. De acuerdo a Johnson, Scholes y Whittington (2014) en Macías (2017, p. 62) los *stakeholders* “tienen un interés específico en la organización y ejercen el poder sobre ella para satisfacerlos”. Este término se refiere a un individuo o grupo que hace parte de una organización o tiene algún interés en ella.

Siendo los *stakeholders* un gran conjunto partes interesadas, de acuerdo a Navarro (2008) en Macías (2017):

Establece una clasificación en dos grandes grupos: internos, vinculados directamente a la empresa u organización, ya sea como accionistas, socios, jefes, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc. Y externos; grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONG, competidores, consumidores, etc. (p. 63).

La implementación de acciones y estrategias específicas para gestionar cada *stakeholders* es clave, ya que de acuerdo a la agrupación realizada por el anterior autor partir de gestiones que impacten positivamente a los grupos internos generaría mayor competitividad en la empresa.

Estos grupos de interés deben ser identificados por la misma empresa, ya que existen varios, de los cuales acorde a Cortina (2000) en Calderón, Álvarez y Naranjo (2011, p. 168) “integra a accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, distribuidores y gobierno, entre otros, y puede estar mediada por normas legales o por el interés mutuo que conlleva que la organización busque el bienestar general por cuanto ello le asegura su supervivencia”. Todos estos grupos o individuos son quienes marcan la pauta en las empresas en su accionar respecto a la sensibilidad social.

Es por ello que es muy relevante que cada empresa conozca sus grupos de interés, a fin de implementar acciones que impacten positivamente en los mismo, ya que según afirma Freeman (1984) en Herrera *et al.* (2016, p. 32) “el éxito competitivo tal y como lo entendemos hoy día dependerá de la capacidad que cada organización tenga para identificar sus grupos de interés, conocer sus expectativas y priorizar la implementación de aquellas prácticas que satisfagan sus intereses”. La capacidad competitiva de una empresa está sujeta a la compensación que esta le da a sus grupos de interés y como los mismos responden a la ejecución de estas acciones de RSE.

Es importante definir quiénes son los grupos de interés de una organización ya que mediante la existencia de estos agentes las empresas promueven acciones sociales. Si no se conocen, no sería posible implementar RSE porque su esencia es desarrollar un conjunto de prácticas para lograr la satisfacción de las partes interesadas.

2.6.1 RSE desde el Consumidor

A continuación, se hace referencia al papel del consumidor y su influencia en la orientación a las empresas al momento de plantear sus estrategias. Además, la disposición de incentivar el consumo de las empresas que son socialmente responsables y de sancionar a las que no manejan principios de RSE dentro de sus políticas.

El consumidor como agente económico demanda sus necesidades en el mercado ya sea mediante la compra de un bien o servicio, por lo cual si una empresa es socialmente responsable obtendrá consecuencias positivas. Según Marín y Rubio (2008, p. 6) “la relación existente entre RSC y éxito se fundamenta en que la RSC genera efectos positivos entre todos los grupos de interés, internos y externos, donde sin duda el mayor protagonismo lo tienen los clientes o consumidores”. De esta manera se evidencia que es de suma importancia que las empresas gestionen acciones de RSE, ya que tienen como principales grupos de interés a los clientes y consumidores.

Si las empresas son socialmente responsables con el medio ambiente, calidad del producto y aplican precios justos a sus productos, según Marín y Rubio (2008):

Existe la disposición de los consumidores a apoyar a las empresas que perciben como socialmente responsables y a penalizar comportamientos irresponsables de las mismas, lo que induce a pensar que las políticas de RSC que lleva a cabo una empresa influye o modifica el comportamiento del consumidor. (p. 6).

Por esta razón, se considera que los consumidores tienen el poder de promover incidir e incentivar a las empresas a un mayor cuidado con el medio ambiente y los bienes que ofertan.

La implementación de prácticas de RSE frente al *stakeholder* consumidor, podría ser una de las más relevantes, puesto que, los mismos son quienes dinamizan las actividades empresariales mediante la demanda de bienes y servicios, es por ello que de acuerdo a Ahearne, Bhattacharya y Gruen (2005); Ruiz y Marín (2008); Scott y Lane (2000) en Pacheco y Meza (2012):

Estudios señalan que las acciones empresariales de responsabilidad social favorecen conseguir fuertes vínculos del consumidor con la empresa, así como en su intención de compra, lo cual es explicado por el aumento de la rentabilidad y competitividad dentro del mercado. (p. 128).

La buena imagen corporativa que tienen los consumidores es un recurso relevante para proporcionar el valor agregado de una compañía frente a su competencia, así como para generar y establecer relaciones que mejore la competitividad de la empresa.

Otros estudios respecto a la decisión de compra de los consumidores en relación a las empresas que manejan procesos socialmente responsables Cone (2002) en Mercadé, Molinillo y Fernández (2014) destaca:

El manifiesto de una influencia aún mayor de la RSC en el comportamiento del consumidor, dado que en EEUU el 84% estaría dispuesto a cambiar su marca habitual por otra que realizase actividades sociales si el precio y la calidad fuesen parecidos. (p. 74).

Es evidente que existe un compromiso por parte de los consumidores frente a las empresas que promueven RSE en sus actividades productivas, comerciales y administrativas.

La percepción de los clientes es positiva cuando una empresa es socialmente responsable, por ello según Morillo (2008) en Pacheco y Meza

(2012, p. 129) “La RSE se relaciona con aquellos actos de una empresa que contribuyen a mejorar el bienestar o los intereses de la sociedad y que los consumidores perciben de manera favorable”. De esta manera la implementación de acciones de RSE son consideradas por los clientes como características que contribuyen a una mejor visualización de la compañía, la cual impacta positivamente la percepción del consumidor y de la misma manera en el deseo de demanda de sus bienes y servicios.

En conclusión, los clientes y consumidores se inclinan mucho más por las empresas que muestran preocupación social y medioambiental, es decir, un modelo de negocio que tenga una visibilidad ética ante el mercado, ya que prefieren ver crecer a los negocios que implementan iniciativas de RSE.

2.6.2 RSE desde el productor

En relación al productor, se hace referencia a las empresas que se han desarrollado bajo el sistema de responsabilidad social, mediante la producción de bienes de calidad, reflejan un alto nivel de compromiso con la comunidad en donde ejercen sus actividades, lo cual lleva a que poseen su producto y le de valor agregado del producto.

Otros de los aspectos importantes que las empresas productoras deben de considerar es la conciliación de la vida laboral y la personal, ya que los operarios por las actividades que ejercen en la empresa tienen pocas horas de descanso, por ello acorde a Arredondo, Velázquez y De la Garza (2013, p. 164) “la flexibilidad laboral debe ser considerada como parte esencial de la responsabilidad social empresarial (RSE); pues tal como se ha visto, el trabajo afecta a la familia de forma determinante, tanto positiva como negativamente”. La flexibilidad de horarios a los empleados como parte de las políticas de la empresa es una muestra de RSE.

En relación a lo anterior, se establecen acciones de RSE de las empresas productoras de distintos bienes que aportan con la solución de los diversos problemas de la sociedad, cumplen lo tipificado en la ley en relación

a prácticas sociales, cuidan el medio ambiente, impulsando gestiones sociales y desarrollan acciones en bienestar de los colaboradores, consumidores y sociedad.

Por otra parte existen acciones que no son socialmente responsables, que las realizan las empresas productoras y que a futuro pone en riesgo la sostenibilidad de sus clientes. Basado en lo anterior, en la revisión de estudios relacionados al tema se determinó que existen prácticas reprochables entre productores y consumidores, donde se detallan algunas de ellas (ver Tabla 2).

Tabla 2

Acciones desleales de las empresas productoras

Pactos desleales de exclusividad	La negativa a vender, es decir, cuando un proveedor se niega a vender al distribuidor a menos que éste le dé exclusividad al producto o únicamente les vende a los clientes en los que tiene un interés particular.
Incremento de costos a empresas rivales	Refiere a la existencia de acuerdos para que un proveedor le venda a las empresas competidoras de su cliente los mismos insumos a precios superiores, o limite la cantidad de insumos que despacha a los competidores de su cliente a petición de este, limitación de ventas y compras.
La discriminación de precios	Donde se impone el precio de compra diferencial a los proveedores de un mismo bien, o se impone un precio de venta diferencial para un mismo bien, dependiendo de las características del cliente.
La fijación de precios predatorios	Es una práctica comercial donde una empresa dominante (o conjunto de empresas) fijan precios por debajo del costo marginal de largo plazo con el objetivo
La fijación de precios de reventa	El proveedor con poder de mercado impone el precio de venta al detal al distribuidor minorista. Entran listas de precios o precios recomendados.

Nota. Recuperado de Peralta, D. & Méndez, J., (2015). Responsabilidad social y competencia desleal entre las grandes superficies y sus proveedores. *Revista de Contaduría de Universidad de Antioquia*. N.66., p. 45.

Las empresas productoras que se gestionan en un sistema de responsabilidad social, mediante la producción de bienes de calidad, reflejan un alto nivel de compromiso con la comunidad en donde ejercen sus actividades, lo cual lleva a que posesionen su producto y le de valor agregado del producto.

2.6.3 RSE y ambiente

En esta sección se aborda la RSE y su influencia en el medio ambiente, el incentivo al cuidado del ecosistema por parte de las empresas, los trabajadores y sus familiares y el accionar de los directivos en promover medidas y soluciones respecto a la responsabilidad ambiental.

La gestión ambiental de las empresas se basa en actividades que desarrollan en el marco de sus programas de conservación y protección del ecosistema, donde de acuerdo a González (2017):

La gestión ambiental y la competitividad poseen relación directa, por ello la necesidad de implementar sistemas de gestión ambiental en las pymes donde la alta dirección asuma su compromiso, además es necesario la participación total de los trabajadores para hacer frente y manejar los problemas ambientales así como plantear los objetivos ambientales; el entrenamiento y la formación de habilidades en los trabajadores para cumplir sus responsabilidades ambientales y lograr objetivos ambientales, y por último el uso de indicadores ambientales para medir el desempeño ambiental de las empresas, de tal manera que se minimice el impacto negativo sobre el ambiente. (p. 238).

El desarrollo empresarial va de la mano con la gestión ambiental que las empresas adoptan entre sus políticas, puesto que se minimizan costos y genera admiración por parte del mercado y en sus clientes.

Las empresas deben adaptar las estrategias existentes o adoptar nuevas estrategias que involucren a sus empleados para asistir a estas demandas y sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo. Zolano, Enicnas y Dúran (2016, p. 6) hacen referencia en “la necesidad de que las empresas cuiden el entorno que las rodea y también promuevan en los trabajadores y sus familias el esfuerzo para preservar el medio ambiente”. Mediante estas iniciativas de involucrar en el cuidado del medio ambiente a los empleados quienes son la imagen de la empresa, la misma tendrá un mayor respeto y aceptación en el mercado.

El compromiso ambiental de la empresa se ha convertido en una variable importante dentro de la atmósfera empresarial competitiva de hoy, donde los dueños o accionistas como cabezas de la compañía son aquellos que lideran estas campañas de responsabilidad. Según Maldonado (2015, p. 6) “La gestión ambiental hace parte de la gestión empresarial y son precisamente los directivos de la empresa que se deben ocupar de las actividades relacionadas con el medio ambiente, contribuyendo de esta forma, a su conservación”. Es importante la intervención del alto mando de una empresa, a fin de que sus empleados y la familia de los mismos se integren en el compromiso de cuidado del medio ambiente.

Por último, con respecto a los factores ambientales, las empresas están sujetas a una gran presión de numerosos agentes, entre los cuales están incluidas las partes interesadas, el establecimiento de normas ambientales, las barreras y obstáculos generados por el mismo sector al que la empresa pertenece, cuyo interés común es que las empresas reduzcan el impacto ambiental de sus actividades productivas y administrativas.

2.6.4 RSE y gobierno

Respecto a la relación entre la RSE y el gobierno, en esta sección se hace referencia al papel del gobierno como impulsador de la responsabilidad social, las medidas que deben llevar a cabo a fin de que las empresas promuevan acciones de RSE y la valoración que se le da al mismo por gestionar estas acciones de interés público.

En cuanto a las relaciones con el gobierno o el sector público, algunos estudios apuntan a una escasa predisposición de propietarios y administradores para interactuar con el gobierno o sus agentes, como la causa principal de la resistencia de las pymes a implementar prácticas sostenibles (Williamson, Lynch, & Ramsay, 2006). El rol del Estado para impulsar acciones de RSE es de gran importancia, ya que a través de la orientación, sensibilización e incentivos hacia las empresas, estas se motivarían a adaptar acciones que mejoren el entorno ambiental.

El sector público siendo el regulador de los mercados, entre ellos el empresarial, su relación con la RSE es una medida que en la actualidad considera llevar a cabo. Según Vallecillo y Gutiérrez (2016):

El rol del sector público habitualmente es concebido como promotor y facilitador de las condiciones necesarias para que la responsabilidad social se transforme en un aspecto relevante en el funcionamiento de las organizaciones empresariales (...), estableciendo incentivos y acciones de sensibilización respecto del comportamiento socialmente responsable. (p. 11).

Las administraciones públicas y su papel de estimulante y fomento de la RSE, están enfocadas a la potenciación de políticas que favorezcan el accionar de las buenas prácticas empresariales.

Las medidas de RSE que las administraciones públicas implementan aun no son lo suficientemente considerable, ya que los resultados a la vista no son notables. Es por ello, que según Aguado (2013):

Entre las medidas que pueden tomar destacan las de fomento y estímulo de la RSC como: la divulgación de buenas prácticas, la formación de directivos, la financiación de consultoras para asesoría a microempresas y pymes y la promoción de las metodologías e instrumentos para la implantación de prácticas de RSC. (p. 143).

A través de estas medidas, las empresas tendrán un considerable aumento de acciones en las cuales se involucran en la RSE.

Por otra parte, además de incentivar a las empresas a contribuir con acciones de responsabilidad social, según Vallecillo y Gutiérrez (2016):

Más allá de la obligación normativa que pueda establecerse, la asunción de la responsabilidad social por parte de los gobiernos y Administraciones Públicas añadiría valor a su desempeño económico, social y ambiental, contribuyendo con su ejemplo a la orientación hacia la sostenibilidad global de otras entidades, tanto dentro como fuera del sector público. (p. 6).

Mediante el estímulo de las RSE el gobierno no solamente contribuye al bienestar empresarial y sus *stakeholders*, sino que también su administración se ve beneficiada por ser un gobierno que maneja procesos de sostenibilidad.

A pesar de ser un plus para la administración pública que plantee acciones de RSE, la cual es más valorada y aceptada por la ciudadanía, según Salinas, Chivite y Muñoz (2016):

Hace unos años el concepto de responsabilidad social del sector público recibía respuestas de incompreensión, entendiendo que las instituciones públicas ya eran del interés público. Ahora se valora que no basta con hacer las cosas bien desde un punto de vista normativo y de calidad sino que se mira los impactos económicos, sociales, ambientales, laborales y de reputación que hay que gestionar porque forman parte del interés público y de la responsabilidad que las instituciones han de asumir ante el conjunto de la sociedad. (p. 2).

Además de incentivar a las empresas a cumplir normativas y leyes, es importante que el gobierno como tal gestione la eficiente aplicación de la RSE e indagar en las incidencias que las mismas tienen sus grupos de interés.

En fin, el papel del gobierno respecto a las RSE parte desde la importancia y la rutina en el desarrollo e incentivación de estas prácticas frente a los agentes internos y externos, creando instrumentos cuyo objetivo principal es cumplir con el compromiso de desarrollo ambiental.

2.6.4.1 Enfoques de Regulación

Desde el gobierno se manifiestan diversos enfoques orientados a la regulación de la responsabilidad social en las empresas. En primera instancia estos enfoques se abordan desde las grandes empresas, luego desde el enfoque por sectores público, privado y, por último, se manifiestan las dimensiones con la perspectiva de desarrollo empresarial.

El rol del gobierno nació centrando su atención y regulación en las grandes empresas, no así en las pymes argumentando el relativo bajo margen de acción de las mismas. Es así que Vives (2014, p. 30) señala que “El foco de atención para la promoción de prácticas responsables comenzó con las grandes empresas multinacionales, mayormente por su elevado impacto económico, social y ambiental, en temas globales como corrupción, ética, cambio climático, derechos humanos y la cadena de valor”. De esta manera se prestó interés en estas las mencionadas prácticas y comportamientos empresariales.

La Responsabilidad Social también involucra el ámbito público y desde este sector parte la perspectiva de un enfoque hacia el control de lo privado o empresarial en todo lo concerniente a estas prácticas. Los autores Vallecillo y Gutiérrez (2016) señalan que:

En el marco de la Responsabilidad Social Pública, la atención a las necesidades de los agentes del sector privado, entre los que se encuentran clientes, proveedores, distribuidores o trabajadores, va evolucionando al mismo tiempo que el interés por las demandas y expectativas ciudadanas. (p. 17).

El gobierno presenta sus buenas prácticas a través de la responsabilidad social pública y de esta forma intenta satisfacer las necesidades de los grupos de interés de la RSE.

Otro enfoque de la RSE se presenta a través de las dimensiones, las cuales brindan conceptos mediante los cuales se establecen análisis en varios campos del entorno de las empresas, para el desarrollo de buenas prácticas en la actividad empresarial. Por medio de Regil (2003) en López, Ríos y Sánchez (2017, p. 412) se “destaca que la obligación inherente que tiene cada entidad empresarial de responder por la forma en que su actividad impacta las dimensiones social, económica y ambiental de su entorno y de garantizar que este impacto genere beneficios equitativos y sustentables”. Estos impactos generados por la visión de prácticas de RSE a través de dimensiones son beneficios para establecer los controles y regulaciones por parte del gobierno.

Estos enfoques vienen desde la perspectiva gubernamental, por este motivo se centra en la exposición de teoría que involucra el análisis del sector público y de dimensiones que abarcan distintas aristas del entorno empresarial.

2.6.4.2 Instrumentos De Regulación.

En relación a los instrumentos de regulación con los que cuenta el gobierno para abordar la RSE, en principio se mencionan instrumentos generales mediante los cuales se evidencia el cumplimiento de buenas prácticas, la rendición de cuentas empresarial externa e interna y por último se ejemplifica un instrumento de regulación a través de ordenanzas.

Los instrumentos de regulación, son herramientas necesarias para hacer un seguimiento y control de las gestiones de RSE. Se pueden referir algunos de esos instrumentos cuando Melamed *et al.* (2017) menciona que

La práctica social se ha evidenciado en múltiples instrumentos, por mencionar algunos como: los balances sociales, los reportes de sostenibilidad, los códigos de ética y buena conducta y los manuales de buenas prácticas, entre otros; herramientas que han permitido en casos verificables evidenciar y rendir cuenta a la sociedad sobre su apropiación, gestión y cumplimiento de objetivos sociales al interior de su ejercicio económico (p. 19).

Mediante los instrumentos anteriormente citados, los cuales son los más generales, se establecen parámetros para que los *stakeholders* tengan la posibilidad de evidenciar como se desarrolla la gestión en el marco de la RSE.

Por citar ejemplos más específicos de los instrumentos de regulación, se hace referencia a la rendición de cuentas. Donde Caridad, Hernández y De Pelekais (2014) en Melamed *et al.* (2017, p. 19) lo establece como un principio y un medio de RSE por el cual se busca “el equilibrio entre las dimensiones ambiental, social y económica del desarrollo sostenible (...), siendo una herramienta gerencial que fomenta la participación ciudadana, genera espacios de vinculación empresa-comunidad y propicia tanto información como disponibilidad que evidencian la transparencia de la gestión”. Con esta práctica se establece un lazo de confianza entre sociedad en general y la administración empresarial interna.

Dentro del mismo ejemplo de rendición de cuentas Salinas Chivite y Muñoz (2016, p. 9) proponen “fomentar la elaboración de informes anuales que incorporen de forma transparente la información de aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno”. Esta elaboración periódica de informes acerca más a los *stakeholders* y genera un ambiente claro y transparente de la información brindada por las empresas.

Otro instrumento de regulación para fomentar la RSE es en el ámbito de la obligatoriedad a través de ordenanzas, que orienten a un sendero de prácticas responsables. Un ejemplo de regulación por medio de ordenanzas, se da desde la búsqueda de buenas prácticas en la salud pública, así lo mencionan Díaz *et al.* (2017, p. 2) cuando el gobierno toma acciones como “la regulación del etiquetado de alimentos procesados, la promoción intensiva de la lactancia materna, la promoción de la alimentación saludable en escuelas y colegios, medidas fiscales y la regulación de publicidad dirigida a niños y adolescentes”.

A través de los mencionados medios de regulación el gobierno da muestra de que puede orientar a las empresas proveedoras de alimentos, a llevar a cabo prácticas responsables para beneficio de los consumidores y a todo el entorno involucrado a su actividad empresarial.

2.7.4.3 Beneficios de implementar RSE

Los beneficios de que las empresas implementen responsabilidad social en su gestión empresarial se detallan mediante varios puntos de vista. En primer lugar, en base a la perspectiva en cuanto a la imagen del entorno hacia la empresa, luego los beneficios obtenidos por sus buenas prácticas en su actividad productiva, beneficios particulares para pymes, posteriormente cerrando con las ventajas en el ámbito financiero y ambiental.

Son varios los beneficios de los que se ven retribuidas las pymes por la razón de implementar las prácticas de responsabilidad social en su gestión. Algunos de ellos son mencionados por Herrera *et al.* (2015) tales como:

La mejora de los resultados financieros (Orlitzky, Schmidty & Rynes, 2003), la satisfacción y motivación de los trabajadores (Preuss & Porschke, 2010), la mejora de la imagen y la reputación (Bear, Rahman & Post, 2010; Stanaland, Lwin & Murphy, 2011), la fidelización de los consumidores (Stanaland *et al.*, 2011), etc. En este sentido, el nuevo

modelo de gestión priorizará las expectativas de quienes valoren positivamente dichas prácticas sostenibles. (p. 118).

Tales beneficios son claramente fruto de la implementación de un modelo de gestión socialmente responsable desde la expectativa que generan los consumidores con respecto a estas prácticas de RSE.

Otros beneficios para las pymes por la implementación de prácticas de RSE son las destacadas por Benito y Sánchez (2012, p. 168) entre las cuales constan:

- La mejora de productos y procesos de producción, que genera más satisfacción en cuanto a la percepción del cliente.

- Aumento de la motivación y lealtad por parte de los trabajadores, esto incrementa su innovación y creatividad en sus actividades.

- Buena reputación de la empresa ante el público, dado a los premios recibidos.

- Posicionamiento atractivo en el mercado laboral y la sustancial interrelación con autoridades y otros socios a nivel empresarial.

- El acceso propicio a beneficios del sector público debido a la buena imagen que deja la gestión de la empresa.

- Optimización en los costos y aumento de la rentabilidad debido al uso eficiente del talento humano y recursos productivos.

- Incremento de la facturación dado al cumplimiento de los ítems anteriores.

Beneficios que están orientados en relación a las mejoras económicas, mas no de la de los grupos de interés que conforman e entorno empresarial.

Se pueden presentar beneficios por parte de las pymes a su entorno por medio de la implementación de un sistema de gestión responsable; es así que Fundación Alternativas (2009) en Aguado (2013, p. 145) sostiene que “las

ventajas de implantar la RSC en estas empresas son considerables para el desarrollo local por sus aportaciones en progreso del conocimiento, relación con los interlocutores, reputación, control de riesgos, mejora de ventajas competitivas en tanto factor de diferenciación, etc.". En este sentido se generan beneficios en el ámbito de las relaciones comerciales.

Hay también las ventajas financieras, que son fruto de la buena reputación que genera la implementación de la gestión de RSE. Así lo menciona Spicer (1978) en Benito y Sánchez (2012, p. 168) "las buenas prácticas de RSE pueden mejorar la reputación de la empresa ante los bancos e inversores y facilitar su acceso a fuentes de recursos financieros". De esta forma las pymes se ven beneficiadas en gestiones financieras por ser reconocidas por su continua gestión en la responsabilidad social.

Las prácticas de RSE ofrecen también beneficios en el ámbito ambiental. Así lo señala Ortiz *et al.* (2013) cuando menciona que:

Las ventajas de un sistema de gestión ambiental debidamente implementado se pueden resumir así: minimizar los aspectos ambientales a través de la mejora continua; obtener beneficios económicos por la optimización del consumo de energía, materias primas y agua así como por la mejora de los procesos y, finalmente, reducir riesgos legales. (p. 180).

Estos puntos a mejorar en la gestión empresarial sistemáticamente implementados, disminuyen el impacto ambiental generado por las empresas.

Los beneficios mencionados anteriormente por gestión responsable hacen que las empresas se vean motivadas en implementar RSE y así gozar de los mismos, estos beneficios son atractivos también para el entorno empresarial, de esta forma queda en evidencia que las ventajas son para todas las partes implicadas en el ejercicio económico-social.

2.7.4.4 Motivaciones

Las motivaciones de las empresas para realizar gestión en RSE que se presentan a continuación como construcción teórica son a través de: motivaciones con horizonte público y privado, la motivación respecto a las pymes y cerrando el tema con las motivaciones tanto internas como externas.

Las motivaciones que se presentan para la implementación de sistemas de RSE se presentan tanto en el sector público como en el privado. Así lo menciona Vallecillo y Gutiérrez (2016, p. 15) “han surgido voces, tanto desde el sector privado como desde el público, que reclaman un papel más activo de los gobiernos y Administraciones Públicas en la aplicación de la Responsabilidad Social, como elemento de desarrollo económico”. Ambos sectores tienen como horizonte tienen como motivación el desarrollo económico para lograr el éxito en su gestión.

La sociedad como *stakeholder* se ha visto motivada de tal manera que ha orientado su visión hacia las prácticas de RSE en las pymes. De esta forma Vives (2014) señala que:

En parte como resultado de la demanda de la sociedad por el comportamiento socialmente responsable de las empresas y de las debilidades o deficiencias de este comportamiento en las pymes han surgido una proliferación de instrumentos o herramientas para guiar los primeros pasos de estas empresas en asumir prácticas responsables. (p. 33).

Debido a esta demanda social las pymes se han visto en la obligación de hacer frente a la responsabilidad de cumplir con una gestión que incorpore RSE en su funcionamiento.

Existe también una motivación empresarial interna, que menciona Von Weltzien y Shankar (2011) en Herrera *et al.* (2015, p. 127) donde marca que “(...) existen numerosos factores que inciden o frenan el desarrollo de las prácticas de RSE en las pymes. En cuanto a la principal motivación de la aplicación de la RSE en las pymes surge de las creencias y ética del

propietario/gerente”. Esta relación genera un serio planteamiento en la RSE al momento de llevar a cabo las prácticas de RSE.

Motivaciones externas también provienen de organismos internacionales. Es así que Barrera (2016) indica que:

En el mes de julio de 2001, la Comisión Europea presenta el Libro Verde sobre RSE, con dicho Libro, la Comisión Europea pretendía abrir un gran debate con los distintos grupos de interés, para desarrollar la RSE en el marco de la Unión Europea y resto de países. (p. 335).

A partir de la publicación de esta guía, se genera en el plano internacional un reconocido instrumento para darle un giro importante a la gestión socialmente responsable en las empresas.

2.7 MARCO CONCEPTUAL

Para medir el alcance de las prácticas de responsabilidad social el Estado a través del gobierno cuenta con elementos. Se pueden mencionar distintas formas de medición a través de la clasificación realizada por Camacho (2015, p. 22):

- Obligando; esto es, definiendo estándares legales mínimos en materia social, laboral y ambiental a la actividad de las empresas.

- Facilitando; esto es, permitiendo o incentivando a las empresas a involucrarse en la agenda de desarrollo sustentable y RSE, o a llevar a cabo mejoras en los ámbitos social y/o ambiental.

- Acompañando; es decir, actuando como participante o contraparte en convenios y compromisos.

- Dando el ejemplo; es decir, produciendo un efecto de demostración a partir de las buenas prácticas del propio sector público. Es necesario recalcar la necesidad de que el Estado se involucre activamente con las estrategias y políticas que él mismo promueve si no desea perder credibilidad.

Estos enfoques permiten medir los avances e impactos de prácticas de responsabilidad social en las empresas desde el enfoque de la administración pública.

El gobierno al asumir el rol de promotor de la RSE, puede aportar a consolidar un escenario de comportamientos socialmente responsables. Esto, a través de medidas que impulsen el desarrollo de acciones de RSE en las pymes, entre las cuales están reducción de impuestos y tasas; subvenciones y financiamiento de consultorías para pymes; talleres de RSE a directivos; campañas de fomento a las prácticas de RSE y control de la Inclusión laboral en las pymes. Que en detalle se precisan teóricamente a continuación.

Reducción de impuestos y tasas. Las políticas fiscales del gobierno pueden ser utilizadas como herramientas estratégicas para influir en la decisión de implementar medidas de RSE en las pymes, entre estas políticas

se podrían destacar los gravámenes o impuestos. De acuerdo a Zanabria (2016, p. 85) “la reducción de impuestos y tasas son estímulos económicos para que las empresas cuenten con programas de RSE”. Esto implicaría que esta política se puede utilizar como una medida para que las pymes participen en proyectos de gestión de responsabilidad social.

Financiamiento orientado a la RSE. Otras de las medidas del gobierno para el desarrollo de RSE en las pymes, según Zanabria (2016, p. 85) son “subvenciones o accesos a financiamientos para capacitaciones de gestión social (...) con estos beneficios de consultoría las pymes generen certificaciones ambientales, a fin de diferenciarse dentro del mercado”. En efecto, el financiamiento de consultorías por parte del gobierno a las pymes, favorece a que estas produzcan o comercialicen productos con normas de calidad, esto haría que tengan mayor participación en el mercado.

Talleres de RSE a directivos de pymes. Es importante que los propietarios o directivos de las pymes tengan conocimientos sobre RSE, ya que partiendo de esa base los mismos orientan a la empresa a adoptar acciones socialmente responsables. Es por ello que según Argandoña (2008, p. 20) “existe una alta relevancia en que el gobierno gestione capacitaciones a directivos de las pequeñas y medianas empresas en temas de responsabilidad social, puesto que estas serían más competitivas, ya que será valorada por la sociedad”. Los talleres a los propietarios de las pymes, ayudaría al desarrollo social y económico de la empresa, dado que ganará mayor espacio en el mercado por la implementación de medidas de RSE.

Campañas de fomento a las prácticas de RSE. El gobierno brinda a través de estas campañas una orientación a las empresas para el desarrollo económico y social vinculando a la responsabilidad en sus prácticas. Así se señala Mushkat (1980) en Sansores y Granados (2017, p. 7) con respecto a la necesidad de “la planeación y desarrollo de programas de relevancia pública, es decir, la atención de problemas sociales (pobreza, desigualdad, desempleo, entre otros) que inhiben el desarrollo de un región o país”. Y a través de estas campañas publicitarias fomentar la inclusión de RSE en la gestión empresarial.

Control de la Inclusión laboral. La política gubernamental se fundamenta en la inserción de personal comúnmente desfavorecido a plazas de empleo en las pymes. El objetivo es brindarle al trabajador según Cháves y Sajardo (1999) en Sepúlveda *et al.* (2015, p. 54) “la posibilidad de acceder a estructuras normales y legales de empleo, y un medio a través del cual este sea considerado, reintegrado y auto considerado como parte de la sociedad”. Así de esta forma respaldar desde esta política de gobierno combatir la discriminación laboral que atenta contra buenas prácticas empresariales en las pymes.

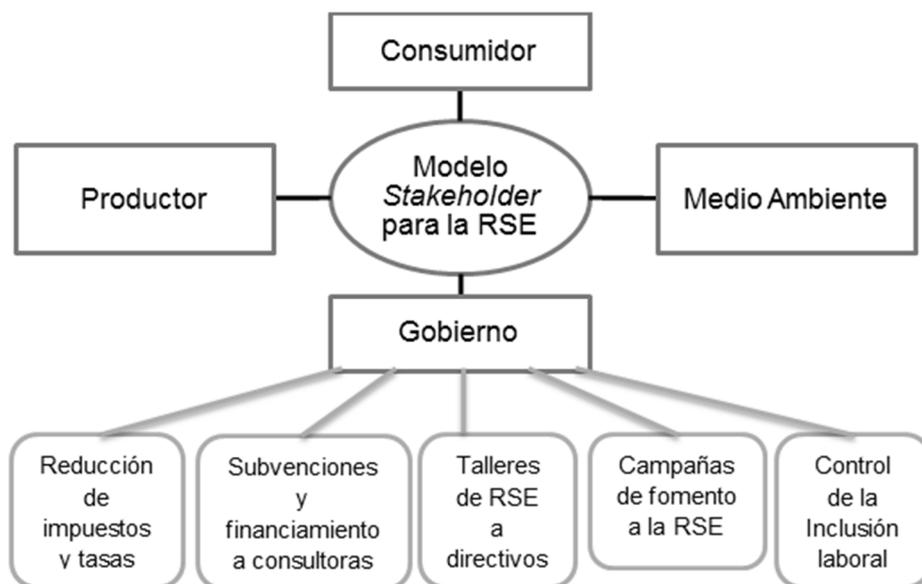


Figura 1. Modelo Stakeholders. Variables de gobierno en RSE.

Nota. Recuperado de Sansores, E. & Granados, J. (2017). Responsabilidad Social Empresarial en México: un Análisis de su Implementación en el Sector Turístico. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Vol. 19., N. 3., p. 431-449.

2.3 MARCO LEGAL

En esta sección se empieza tomando de referencia a la Constitución de la República del Ecuador del 2008, Senplades, artículos de leyes ordinarias y de carácter orgánico que brindan soporte legal alrededor de temas competentes a la Responsabilidad Social Empresarial.

En la Constitución de la República del Ecuador, la cual es la norma suprema en el ámbito legal, se fundamenta la base de la organización política del Estado y de igual manera constituye el conjunto de principios de ciudadanos y gobernantes en cuanto a sus derechos y obligaciones para con el país. Dicho texto está conformado por nueve títulos generales y que a manera de apartados se subdividen en capítulos, secciones y artículos. Con respecto a la RSE, los títulos concernientes al tema son:

- Título II: Derechos, donde se destaca el “Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir”. Y el “Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, (...). El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”.

- Título VI: Régimen de Desarrollo, en el cual destacan los siguientes artículos: “Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay*”.

“Art. 283.- 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”.

“Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente”.

- Título VII: Régimen del Buen vivir. En este apartado destaca el “Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad”.

También, el gobierno nacional a través de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) diseñó el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017 como un instrumento de planificación pública con el fin de desarrollar una economía sustentable a través de los objetivos planteados en todas las áreas.

Este PNBV está estructurado por 12 objetivos nacionales, entre los cuales por la RSE destacan:

- Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.

- Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

- Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

- Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

- Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Por otra parte, el marco jurídico también está concebido de manera de leyes que involucran aplicabilidad en torno a la Responsabilidad Social.

Donde consta normativa legal para diversas aristas que se detalla a continuación.

- En el caso de fomento a las empresas de menor tamaño en el mercado, se encuentra la Ley de la Economía Popular y Solidaria. “Art. 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético”. Con esta ley se busca el apoyo a las iniciativas de emprendimiento fijando principios claros que beneficien a toda la sociedad.

- En cuanto al medio ambiente, se tiene a la Ley de Gestión Ambiental. “Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia”. Con ella se busca delimitar que cualquier tipo actividad debe estar enmarcada en el respeto y cuidado del medio ambiente.

- En el caso de la educación, Ley Orgánica de Educación Superior cita. “Art. 2.- Esta Ley tiene como objeto definir sus principios, garantizar el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna”. Esta ley da como directrices varios principios de inclusión y acceso a todo individuo en el ámbito de la educación superior.

- Con respecto a la defensa de los derechos del consumidor, se tiene a la Ley de Protección al Consumidor. “Art. 3.- Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas”. Esta ley pretende proteger y blindar al consumidor de posibles abusos de las empresas.

- Los trabajadores tienen amparo por medio del Código del Trabajo, donde se cita “Art. 3.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor

lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio”. Con esta ley se busca empoderar a la clase obrera y evitar abuso y explotación de sus empleadores.

Estos son algunos ejemplos de normativas que establecen principios, límites y obligaciones en pro de que diversas actividades no atenten, ni se alejen de prácticas socialmente responsables.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo es una investigación mixta cualitativa y cuantitativa, la cual permite explorar el problema a profundidad. El tipo de investigación es de alcance descriptiva aplicada a la RSE de las pymes del sector comercial de Guayaquil. Se aplicaron entrevistas a autoridades de instituciones gubernamentales y encuestas a empresarios representantes de las pymes comerciales de Guayaquil que son objeto de estudio.

3.1 MÉTODO

La manera en que se realizó la investigación, es a través de un método mixto, es decir, a través de la combinación de la investigación cualitativa y cuantitativa, según Hernández, Fernández y Baptista (2018), menciona que:

El método cuantitativo ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos. Asimismo, brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (p. 16).

Por otro lado, el método cualitativo de acuerdo con Bonilla y Rodríguez en Hernández *et al.* (2018, p. 17) “Proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad”.

En el desarrollo del estudio el alcance de la investigación es de tipo descriptiva.

La investigación descriptiva tiene como fin primordial, según Dankhe (1986) en Hernández, Fernández y Baptista (2013, p. 14) “busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar”.

Por otro lado, de acuerdo a Hernández *et al.* (2013):

El método descriptivo mide de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (p. 15).

En contraste de lo anteriormente citado, según Hernández *et al.* (2013):

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. (p. 12).

Esta metodología de investigación permitirá mostrar la situación de las pymes en el sector comercial de Guayaquil en relación a la responsabilidad social y el papel del gobierno para fomentar acciones responsables.

3.2 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a la proposición de investigación planteada en el presente trabajo se tienen las siguientes variables de estudio:

PYMES en Ecuador

Número de pymes en el Ecuador, provincia del Guayas y específicamente pymes del sector comercial de Guayaquil.

RSE en PYMES del Sector Comercial de Guayaquil

Variables del modelo de *Stakeholder*:

- Gerencia de la pyme:

Gestión respecto a la RSE, control de calidad, certificaciones ISO.

- Consumidores:

Calidad del producto, transparencia de información, precios justos.

- Medio ambiente:

Control en uso del agua y energía y Reducción, reciclaje o tratamiento de residuos.

- Gobierno:

Incentivos del gobierno para que las pymes sean socialmente responsables: mediante reducción de impuestos; subvenciones y financiamiento a consultoras; talleres de RSE a directivos; campañas de fomento a las prácticas de RSE y control de la inclusión laboral (empleo para discapacitados, mujeres embarazadas, ex presidiarios, migrantes, entre otros).

3.3 FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

En la investigación se tomó como fuentes primarias a funcionarios de gobierno, estos son: una analista de planificación de Petroecuador y el subsecretario de la Secretaría Nacional de Planificación a quienes se les realizó una entrevista. También se aplicó encuestas a empresarios representantes de las pymes comerciales de Guayaquil.

Para recolectar información relacionada a la RSE se tomaron como fuentes secundarias los artículos científicos, boletines y publicaciones de organismos técnicos y oficiales como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Superintendencia de Compañías, informes del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) y artículos de periódicos relacionados a la RSE.

3.4 HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

La recopilación de información del presente trabajo de investigación fue desarrollada mediante encuestas realizadas a los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil (ver Anexo N.- 2).

La estructura de la encuesta fue realizada en cuatro apartados, el primero trata sobre la gestión administrativa, donde se consulta si tienen principios de RSE, certificaciones de RSE, si destinan parte de su presupuesto a RSE, realizan informes de RSE y si realizan capacitaciones y prácticas de inclusión laboral para sus colaboradores.

El segundo bloque trató el *stakeholder* medio ambiente, aquí se detallan si la pyme tiene departamento de RSE, cuentan con Programas de RSE con respecto al medio ambiente y posee alguna certificación medio ambiental.

En el tercer bloque se recopila información del *stakeholder* consumidores, en el cual se consulta si son socialmente responsables con sus consumidores, qué prácticas de RSE tienen con sus consumidores y si ofertan productos de buena calidad.

Por último, se tiene un bloque con el *stakeholder* gobierno, donde se consulta si el gobierno incentiva la implementación de la RSE en las pymes y sobre las acciones que el gobierno ha implementado para las pymes en relación a la RSE.

Con esto se busca identificar si las pymes del sector comercial de Guayaquil presentan prácticas socialmente responsables, respecto a la percepción de sus representantes.

Por otra parte, se realizó también entrevistas a dos funcionarios de instituciones del gobierno nacional. Se entrevistó a una representante de una empresa pública, esto es a un analista de planificación de Petroecuador, con el fin de conocer las prácticas de responsabilidad social en las empresas del gobierno. Para lo cual se consultó la gestión de talento humano, con respecto a capacitaciones, inclusión laboral y por otro lado las prácticas responsables con respecto al medio ambiente.

Además, se entrevistó a un representante de la Secretaría de Gestión Política de Ecuador, esto es al subsecretario de la Zona 8, a quien se consultó respecto las políticas de incentivo a las prácticas de RSE a través de reducción de impuestos, campañas de responsabilidad social, premiaciones a las empresas socialmente responsables y otras, con el fin de conocer las acciones implementadas desde el gobierno en RSE en las empresas, particularmente en las pymes.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

En esta sección se determina la población y muestra para la recopilación de información a través de encuestas aplicadas a las pymes del sector comercial de Guayaquil.

Población

Mediante la información publicada en el Ranking Empresarial 2017 por la Superintendencia de Compañías, las pymes se ordenan en base al tamaño de la Compañía, como lo define el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador de la siguiente manera:

- Pequeña empresa: Entre 10 a 49 trabajadores o Ingresos entre \$100,001.00 y \$1'000,000.00.

- Mediana empresa: Entre 50 a 199 trabajadores o Ingresos entre \$1'000,001.00 y \$5'000,000.00.

Predominando siempre los ingresos sobre el número de trabajadores.

La población de pymes se determina a través de la Superintendencia de Compañías (Ranking de las Compañías, 2017):

Total pymes a Nivel Nacional: 24,981

- Pymes comerciales a Nivel Nacional: 6,656

Total pymes del Guayas: 9,652

- Pymes comerciales de Guayas: 2,848

Total pymes de Guayaquil: 8,570

- Pymes comerciales de Guayaquil: 2,592

Con esta información se establece que la población objeto de estudio en la presente investigación es de 2,592 pymes del sector comercial de Guayaquil.

Muestra

El muestreo utilizado en la investigación es de tipo probabilístico, porque permite la presencia proporcional en la población de los elementos de la muestra. La fórmula estadística utilizada para la obtención de la muestra obtenida de la población finita que de acuerdo a (Martínez, 2012) es la siguiente:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

α^2 = Nivel de confianza. El nivel de confianza a utilizar es 90%. (Z= 1.645).

e^2 = Error máximo admisible. El error máximo a utilizar es 10%=0.1.

p= Probabilidad de éxito.

q= Probabilidad de fracaso.

La aplicación de la fórmula estadística para la obtención de la muestra se presenta a continuación:

$$n = \frac{\alpha^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + \alpha^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1.65)^2 * 2592 * 0.5 * 0.5}{0.1^2 * (2,592 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5} = 65.95 \approx 66$$

Se establece la muestra para este trabajo de investigación en 66 pymes del sector comercial de Guayaquil.

La selección de la muestra se da de manera aleatoria en cuanto al tamaño de las empresas y estratificada por sectores: Sur, Centro y Norte de Guayaquil.

3.6 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Las herramientas de análisis de información del presente trabajo de investigación se realizaron por medio de la elaboración de tableros múltiples y tablas comparativas con datos nominales y porcentuales.

También se elaboraron gráficos de tipo columnas, barras y pastel para mostrar la participación porcentual de las percepciones de los representantes de las pymes del sector comercial de Guayaquil respecto a la RSE. Todas las herramientas mencionadas fueron elaboradas mediante el programa informático de hojas de cálculo Microsoft Excel, el cual facilita la interpretación de los resultados de toda la información recopilada en la investigación, tanto de las fuentes primarias, como secundarias.

Por último, se realizó la triangulación de la información recopilada por medio de las teorías responsabilidad social empresarial junto con la evidencia empírica encontrada en las encuestas, entrevistas e información de bases de datos.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los análisis de resultados del estudio, dada la metodología y recopilación de datos en primer lugar se realiza una caracterización de las pymes; luego se presenta un diagnóstico de la responsabilidad social en las pymes comerciales de Guayaquil; en una tercera sección se realiza el análisis del *stakeholder* Gobierno en cuanto a las acciones en relación a la RSE en las pymes de Guayaquil y, por último, se presenta una propuesta de acciones para motivar a la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil.

4.1 Caracterización de las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil.

En la presente sección se detalla la caracterización de las pymes en Ecuador y en detalle de las de Guayaquil. Se determinan sus características, cantidad de pymes por sectores de la economía, se hace énfasis en las pymes comerciales de Guayaquil y, por último, los empleos e ingresos generados por las mismas.

4.1.1 Pymes de Ecuador

Las pymes ecuatorianas forman parte del motor de la economía, debido a la importancia en la generación de empleo, el nivel de productividad y su aporte al crecimiento económico. A continuación, se describen las diversas características de las pymes de Ecuador, el número de las pymes, los ingresos provenientes de las ventas y el número de empleados por región, provincia y sectores productivos en este tipo de empresas.

De acuerdo a estadísticas de la Superintendencia de Compañías existen 24.891 pymes en el Ecuador a 2017, de las cuales, la región Sierra tiene el 49.08%, seguida de la Costa con el 48.78%, el Oriente con 1.8% y, por último, Galápagos con un 0.3% (ver Tabla 3).

Tabla 3

Número de pymes de Ecuador por regiones al año 2017

Concepto	Número de pymes en Sierra	Número de pymes en Costa	Número de pymes en Oriente	Número de pymes en Galápagos	Total de Ecuador
Número de pymes	12,261	12,186	448	86	24,981
Participación %	49.08%	48.78%	1.79%	0.34%	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

En cuanto a los ingresos generados por las pymes de Ecuador se destaca la región Sierra que al 2017 presenta los ingresos más altos a nivel nacional (49.81% del total), le sigue la Costa con un 48.63%, después está el Oriente con 1.18% y la región que menos ingresos genera de las pymes es Galápagos con el 0.37% (ver Tabla 4).

Tabla 4

Ingresos por ventas de las pymes de Ecuador por regiones al año 2017

Concepto	Ingresos de pymes en Sierra	Ingresos de pymes en Costa	Ingresos de pymes en Oriente	Ingresos de pymes en Galápagos	Total de Ecuador
\$ Dólares	9,341'442,112	9,118'861,336	221'861,821	70'212,256	18,752'377,525
Participación %	49.81%	48.63%	1.18%	0.37%	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

En relación a la generación de empleo por parte de las pymes, en la información presentada en la Superintendencia de Compañías al año 2017, las pymes de la Costa han generado el 67.64% del total de empleo, a las pymes de la Sierra se le atribuye el 31.39%, a las del Oriente un 0.77% y en Galápagos se genera el 0.2% del empleo total de las pymes de Ecuador (ver Tabla 5).

Tabla 5

Número de empleados en las pymes de Ecuador por regiones al año 2017

Concepto	Número de empleados de pymes en Costa	Número de empleados de pymes en Sierra	Número de empleados de pymes en Oriente	Número de empleados de pymes en Galápagos	Total de Ecuador
Número de Empleados	386,412	179,314	4,404	1,130	571,260
Participación %	67.64%	31.39%	0.77%	0.20%	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

A pesar de que el número de las pymes de la región Costa son menos que las de la Sierra, y que además generan menores ingresos respecto a los que se genera en la Sierra, estas últimas tienen una nómina de empleados menor que las pymes de la Costa. Las pymes de la Costa generan 207,095 empleos más que las pymes de la Sierra.

Pymes por sectores económicos de Ecuador

En la economía ecuatoriana existen 11 sectores económicos conformados por 24981 pymes, entre las cuales el mayor peso se encuentra en el sector comercial, esto es el 27% de participación sobre el total, según datos de la Superintendencia de Compañías al 2017. En segundo lugar, las pymes presentan el 24% de participación en el sector servicios, cabe mencionar que este sector cuenta con un mayor número de empresas pequeñas que el sector comercial, le sigue el sector transporte con una participación del 12.6%, el de Manufactura con el 9.5% y los demás sectores que oscilan entre el 3.2% y el 7.8% (ver Figura 2).

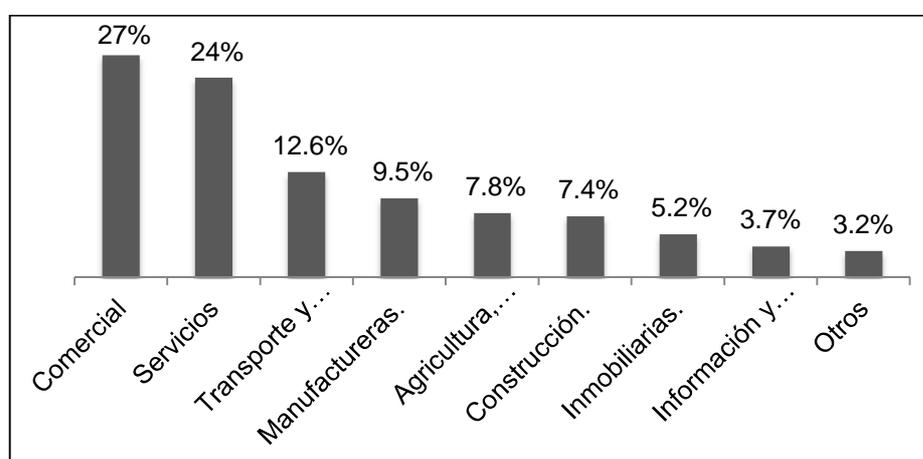


Figura 2. Número de pymes por sectores económicos de Ecuador al 2017
Nota. Participación porcentual del total de pymes de Ecuador. Recuperado de Superintendencia de compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

En relación a los ingresos generados por las pymes en total 18,752'377,525 dólares, en los diversos sectores económicos se tiene que la mayor concentración de ingresos por pymes está en el sector comercial y de servicios, se destacan las pymes comerciales que al 2017 presentan ingresos con una participación del 34% de las pymes a nivel nacional. Le sigue el sector de servicios con una participación en la generación de ingresos del 19% sobre el total, en tercer lugar se encuentra el sector manufactura con un 12%, y los demás sectores con participaciones que oscilan entre el 3% y el 11% (ver Figura 3).

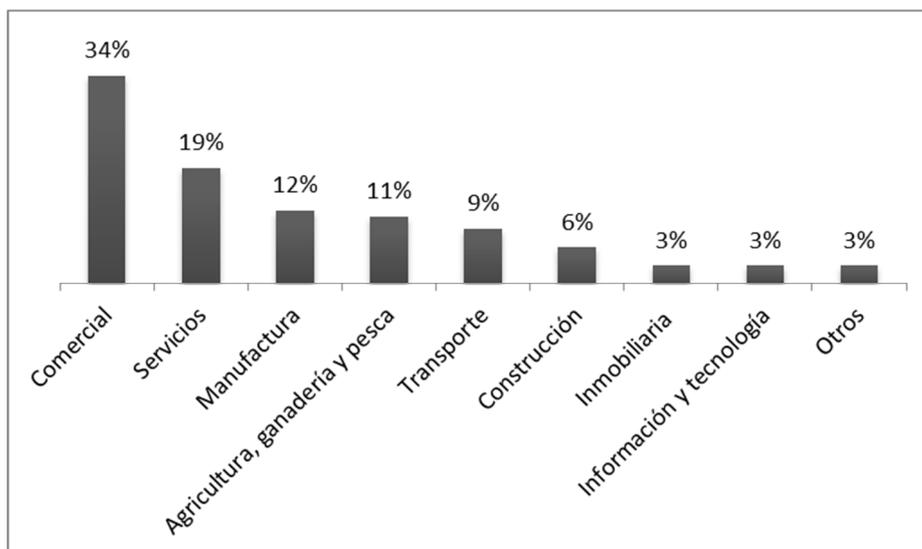


Figura 3. Ingresos de las pymes por sectores económicos de Ecuador 2017
Nota. Participación porcentual del total de ingresos de pymes de Ecuador. Recuperado de Superintendencia de compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Cuando se hace referencia a la generación de empleo en las pymes de Ecuador por sectores económicos, estas representan 571,260 trabajadores, se tiene que las pymes del sector comercial generan la mayor cantidad de empleo al presentar una participación sobre el total del empleo generado por las pymes de Ecuador de 35.6%, según datos de la Superintendencia de Compañías al año 2017. Mientras que las pymes del sector servicio son responsables del 30.5% del empleo generado, le sigue el sector agrícola con el 8.1%, luego el sector de manufactura con el 7.8% y los sectores restantes se encuentran entre el 1.9% y el 6.0% (ver Figura 4).

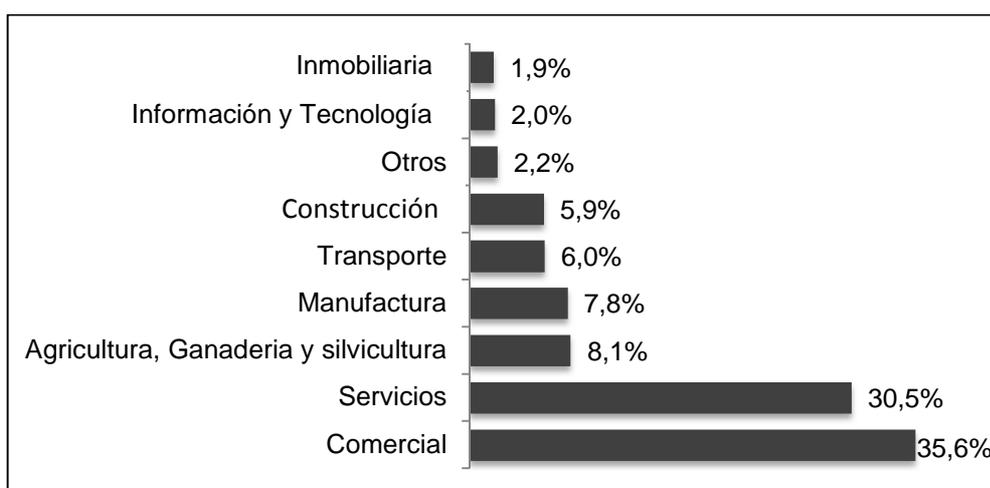


Figura 4. Número de empleados de las pymes por sectores económicos de Ecuador
Nota. Participación porcentual del total de pymes de Ecuador. Recuperado de Superintendencia de compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

El sector comercial de las pymes de Ecuador destaca por ser el que tiene mayor número de unidades, empleos e ingresos generados, el segundo sector más representativo es el sector de servicios.

Pymes por provincias de Ecuador

En relación al número de empresas pequeñas y medianas por provincias de Ecuador, se tiene que las pequeñas empresas son 18,522 y el número de empresas medianas es de 6,459 a nivel nacional. Donde las pequeñas empresas tienen una participación del 74.14% del total de pymes de Ecuador, contra el 25.86% de participación de las empresas medianas (ver Tabla 6).

Tabla 6

Número de Pequeñas y Medianas empresas de Ecuador por provincias al año 2017

Provincia	Medianas		Pequeñas		Total	
	Número de pymes	%	Número de pymes	%	Número de pymes	% Total
Guayas	2413	25.00%	7239	75.00%	9652	38.64%
Pichincha	2381	26.19%	6710	73.81%	9091	36.39%
Azuay	336	26.33%	940	73.67%	1276	5.11%
Manabí	259	27.18%	694	72.82%	953	3.81%
El Oro	305	34.39%	582	65.61%	887	3.55%
Tungurahua	147	30.63%	333	69.38%	480	1.92%
Los Ríos	100	28.99%	245	71.01%	345	1.38%
Santo Domingo	79	27.72%	206	72.28%	285	1.14%
Loja	67	24.81%	203	75.19%	270	1.08%
Cotopaxi	70	26.32%	196	73.68%	266	1.06%
Imbabura	58	26.36%	162	73.64%	220	0.88%
Santa Elena	56	27.18%	150	72.82%	206	0.82%
Chimborazo	28	18.30%	125	81.70%	153	0.61%
Esmeraldas	41	28.67%	102	71.33%	143	0.57%
Orellana	20	16.53%	101	83.47%	121	0.48%
Sucumbíos	16	13.33%	104	86.67%	120	0.48%
Cañar	24	20.87%	91	79.13%	115	0.46%
Galápagos	23	26.74%	63	73.26%	86	0.34%
Carchi	8	10.67%	67	89.33%	75	0.30%
Morona Santiago	4	5.97%	63	94.03%	67	0.27%
Zamora Chinchipe	10	15.38%	55	84.62%	65	0.26%
Napo	5	11.63%	38	88.37%	43	0.17%
Pastaza	6	18.75%	26	81.25%	32	0.13%
Bolívar	3	10.00%	27	90.00%	30	0.12%
Total General	6459	25.86%	18522	74.14%	24981	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Las pymes de Ecuador en sus 24 provincias, se destacan dos; Guayas y Pichincha con el mayor número, las mismas de acuerdo a datos de Superintendencia de Compañías (2017) representan 38.64% y 36.39% respectivamente. Las demás provincias presentan un porcentaje mínimo de pymes que bordea entre el 0.12% y el 5.11% (ver Tabla 7).

Referente a los ingresos generados por las pymes de Ecuador, las empresas pequeñas del Guayas y Pichincha generan 52.15% y 55.09% menos de ingresos respectivamente en comparación a las medianas. Las medianas son las más representativas que las pequeñas en cuantos a ingresos, sin embargo, en las provincias de Carchi, Morona y Bolívar ocurre lo contrario, siendo las empresas pequeñas más representativas que las medianas (ver Tabla 7).

Tabla 7

Ingresos por ventas de Pequeñas y medianas empresas por provincias de Ecuador año 2017

Provincias	Medianas		Pequeñas		Total	
	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%
Guayas	4,773'491,866	67.64%	2,283'729,120	32.36%	7,057'220,986	37.63%
Pichincha	4,828'896,620	69.01%	2,168'533,398	30.99%	6,997'430,018	37.31%
Azuay	652'929,952	69.13%	291'630,423	30.87%	944'560,375	5.04%
Manabí	522'030,963	71.66%	206'472,972	28.34%	728'503,935	3.88%
El Oro	616'578,240	75.95%	195'291,182	24.05%	811'869,422	4.33%
Tungurahua	315'019,797	76.04%	99'270,128	23.96%	414'289,925	2.21%
Los Ríos	196'542,508	73.28%	71'654,909	26.72%	268'197,417	1.43%
Santo Domingo	172'753,826	74.14%	60'244,431	25.86%	232'998,257	1.24%
Loja	149'596,069	71.70%	59'031,754	28.30%	208'627,823	1.11%
Cotopaxi	111'713,955	64.05%	62'705,790	35.95%	174'419,745	0.93%
Imbabura	113'301,885	71.93%	44'205,982	28.07%	157'507,867	0.84%
Santa Elena	116'014,882	73.74%	41'322,493	26.26%	157'337,375	0.84%
Chimborazo	54'438,771	59.04%	37'766,831	40.96%	92'205,602	0.49%
Esmeraldas	67'487,055	70.50%	28'245,145	29.50%	95'732,200	0.51%
Orellana	40'031,409	57.78%	29'256,506	42.22%	69'287,915	0.37%
Sucumbíos	37'201,563	56.45%	28'699,119	43.55%	65'900,682	0.35%
Cañar	46'931,742	62.23%	28'483,857	37.77%	75'415,599	0.40%
Galápagos	50'534,087	71.97%	19'678,169	28.03%	70'212,256	0.37%
Carchi	10'827,320	30.64%	24'508,082	69.36%	35'335,402	0.19%
Morona S.	4'893,673	20.40%	19'093,998	79.60%	23'987,671	0.13%
Zamora Ch.	16'336,510	68.07%	7'664,063	31.93%	24'000,573	0.13%
Napo	9'014,765	50.70%	8'765,904	49.30%	17'780,669	0.09%
Pastaza	14'322,729	68.52%	6'581,582	31.48%	20'904,311	0.11%
Bolívar	3'318,062	38.35%	5'333,437	61.65%	8'651,499	0.05%
Total General	12,924'208,249		5,828'169,275		18,752'377,525	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

En relación al número de empresas pequeñas y medianas por provincias de Ecuador, se tiene que las empresas pequeñas son 18,522 y el número de empresas medianas es de 6,459 a nivel nacional. Donde las pequeñas empresas tienen una participación del 74.14% del total de pymes de Ecuador, contra el 25.86% de participación de las empresas medianas.

Con respecto al número de empleo por provincias, las empresas pequeñas generan 302,654 y las medianas 268,593 del total de empleo de las pymes ecuatorianas. Se muestra que las empresas medianas representan el 52.98% del total de pymes por provincias y las pequeñas empresas el 47.02%. Donde las provincias más representativas en generación de empleo son Guayas con un 36.37% y Pichincha con el 36.31%, las pymes de las demás provincias presentan un porcentaje que oscila entre el 0.07% y el 6.32% (ver Tabla 8).

Tabla 8

Número de empleados de las pymes de Ecuador por provincias del año 2017

Provincias	Medianas		Pequeñas		Total	
	Número de empleados	%	Número de empleados	%	Número de empleados	% Total
Guayas	109,647	36.23%	98.100	36,52%	207,747	36.37%
Pichincha	106,758	35.27%	100,639	37,47%	207,396	36.31%
Manabí	25,182	8.32%	10,938	4,07%	36,120	6.32%
El Oro	15,279	5.05%	11,078	4,12%	26,357	4.61%
Azuay	12,599	4.16%	13,534	5,04%	26,133	4.57%
Tungurahua	5,814	1.92%	5,061	1,88%	10,875	1.90%
Los Ríos	5,227	1.73%	3,397	1,26%	8,624	1.51%
Imbabura	4,257	1.41%	4,040	1,50%	8,297	1.45%
Cotopaxi	3,430	1.13%	2,867	1,07%	6,297	1.10%
Santo Domingo	3,049	1.01%	2,684	1,00%	5,733	1.00%
Loja	2,542	0.84%	2,790	1,04%	5,332	0.93%
Santa Elena	2,011	0.66%	2,372	0,88%	4,382	0.77%
Esmeraldas	1,772	0.59%	1,517	0,56%	3,289	0.58%
Chimborazo	1,227	0.41%	1,461	0,54%	2,688	0.47%
Orellana	684	0.23%	1,348	0,50%	2,032	0.36%
Galápagos	730	0.24%	1,020	0,38%	1,750	0.31%
Cañar	524	0.17%	1,082	0,40%	1,606	0.28%
Sucumbíos	478	0.16%	1,092	0,41%	1,570	0.27%
Carchi	367	0.12%	988	0,37%	1,356	0.24%
Zamora Chi.	446	0.15%	680	0,25%	1,126	0.20%
Morona Santiago	45	0.01%	732	0,27%	777	0.14%
Napo	239	0.08%	514	0,19%	753	0.13%
Pastaza	318	0.11%	288	0,11%	606	0.11%
Bolívar	30	0.01%	372	0,14%	402	0.07%
Total General	302,654	100%	268,593	100%	571,247	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Por último, las pymes de la provincia del Guayas y Pichincha son las más representativas a nivel nacional en cuanto a números de empresas, niveles de ingresos y generación de empleo. Le sigue Azuay que se muestra como la tercera provincia con mayor número de pymes y niveles de ingresos, sin embargo, respecto a generación de empleo es la quinta provincia, siendo mayores generadores de empleo El Oro y Manabí.

4.1.2 Pymes de Guayaquil

En la presente sección se caracteriza a las pymes de Guayaquil. En primer lugar, las pymes de la ciudad por tamaño y sectores económicos, luego los empleos e ingresos generados por las pymes de Guayaquil.

Pymes por tamaño y sectores económicos en Guayaquil

Las pymes presentan dos categorías de tamaño son: pequeñas y medianas. La totalidad de pymes en la ciudad de Guayaquil son 8,570 unidades, representan el 34.31% del total de pymes del Ecuador según la base de datos de la Superintendencia de Compañías (2017). De estas, las empresas medianas constituyen el 24% y las pequeñas el 76%, estas son 2,067 y 6,503 respectivamente (ver Tabla 9).

En cuanto a los sectores económicos, las pymes de Guayaquil están distribuidas en 11 sectores. Se ratifica el hecho de que las pymes también en Guayaquil se encuentran concentradas en el sector comercial, que representa el 30.2% del total de sectores económicos, el segundo sector económico es servicios con una participación de 22.5%. Los sectores económicos restantes oscilan entre el 0.4% y el 9.3% (ver Tabla 9).

Tabla 9

Cantidad de pymes en Guayaquil por tamaño y sectores de la economía del 2017

SECTOR	PEQUEÑA		MEDIANA		TOTAL	%
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%		
Comercial	1,868	28.7%	724	35.0%	2,592	30.2%
Servicios	1,546	23.8%	380	18.4%	1,926	22.5%
Manufactureras	541	8.3%	253	12.2%	794	9.3%
Transporte y Almacenamiento	569	8.7%	158	7.6%	727	8.5%
Inmobiliarias	636	9.8%	90	4.4%	726	8.5%
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	426	6.6%	260	12.6%	686	8.0%
Construcción	490	7.5%	126	6.1%	616	7.2%
Información y Tecnología	226	3.5%	31	1.5%	257	3.0%
Financieras y de Seguros	144	2.2%	27	1.3%	171	2.0%
Minas y Canteras	32	0.5%	10	0.5%	42	0.5%
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y A/C	25	0.4%	8	0.4%	33	0.4%
Total general	6,503	100%	2,067	100%	8,570	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Empleo en pymes de Guayaquil

Referente a la generación de empleo en las pymes de Guayaquil, la Superintendencia de Compañías (2017), registró que estas generaron una totalidad de 117,128 plazas de trabajo, donde las medianas registraron 62,476 empleos y las pequeñas 54,652 equivalente al 53% y 47% respectivamente. A pesar de que existe mayor cantidad de empresas pequeñas (6,503), las medianas (2,067) generan mayor cantidad de empleo debido a que son superiores en tamaño, por lo tanto en número de trabajadores (ver Figura 5).

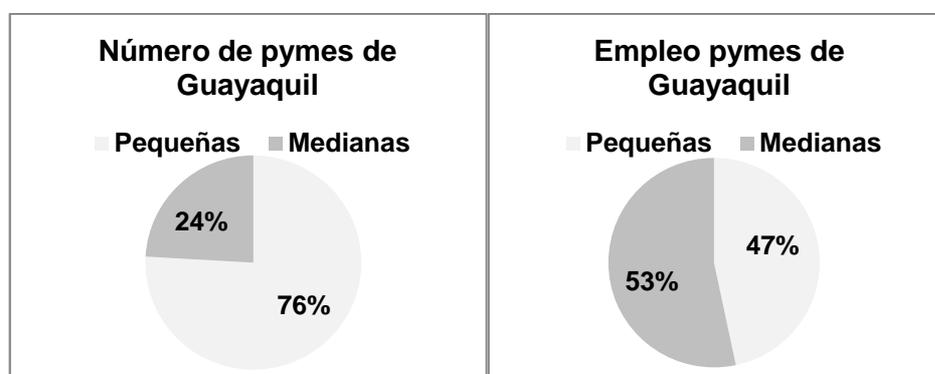


Figura 5. Número de pymes de Guayaquil y número de empleo generado en las pymes de Guayaquil

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Por otro lado, el sector económico de Guayaquil que genera más empleo es el de servicios ya que presenta una participación del 27.4% sobre el total. Le sigue de cerca el sector comercial con una participación de un 22.4%. Los dos sectores representan el 49.8% del empleo generado en las pymes de Guayaquil, esto es 58,354 colaboradores (ver Tabla 10).

Tabla 10

Empleo generado por pymes de Guayaquil por tamaño y sectores

SECTOR	PEQUEÑA		MEDIANA		TOTAL	%
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%		
Servicios	13,877	25.4%	18,226	29.2%	32,103	27.4%
Comercial	13,332	24.4%	12,919	20.7%	26,251	22.4%
Manufacturera	6,340	11.6%	8,090	12.9%	14,430	12.3%
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	4,129	7.6%	9,690	15.5%	13,819	11.8%
Construcción	3,937	7.2%	5,626	9.0%	9,563	8.2%
Transporte y Almacenamiento	4,691	8.6%	4,144	6.6%	8,835	7.5%
Inmobiliarias	4,303	7.9%	1,623	2.6%	5,926	5.1%
Información y Tecnología	2,033	3.7%	869	1.4%	2,902	2.5%
Financieras y de Seguros	1,454	2.7%	557	0.9%	2,011	1.7%
Minas y Canteras	329	0.6%	495	0.8%	824	0.7%
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y A/C	227	0.4%	237	0.4%	464	0.4%
Total general	54,652	100%	62,476	100%	117,128	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Según declaraciones del titular de la Superintendencia de Compañías para el año 2017, el comportamiento de las pymes en cuanto a la generación de empleo se da de tal forma que: en las pequeñas empresas cuentan en promedio con 14 trabajadores, de los cuales el 83% tienen estatus fijo y el 17% labora eventualmente; las empresas medianas tienen 85 trabajadores en promedio y de ellos el 70% son fijos y el 30% eventuales.

Ingresos en pymes de Guayaquil

En cuanto al nivel de ingresos generados en las pymes de Guayaquil al 2017 se tiene un nivel de \$ 6,096 millones de dólares. Del total de ingresos, las pymes del sector comercial de Guayaquil tienen la mayor participación el 36.8% (esto es \$ 2,244 millones de dólares).

El sector servicio se encuentra en el segundo nivel de importancia en participación de ingresos generados, ya que representa el 17.9%, en tercer lugar, se encuentra el sector manufacturero con un 11.4% de participación. Los otros sectores económicos de las pymes de Guayaquil oscilan entre el 0.4% y el 10.1% del total de ingresos generados por las mismas (ver Tabla 11).

Tabla 11

Distribución de ingresos de pymes de Guayaquil por tamaño de empresa y sectores económicos en millones de dólares

SECTOR	PEQUEÑA		MEDIANA		TOTAL	
	MILLONES DÓLARES	%	MILLONES DÓLARES	%	MILLONES DÓLARES	%
Comercial	649	31.8%	1,594	39.3%	2,244	36.8%
Servicios	449	22.0%	644	15.9%	1,092	17.9%
Manufactureras	181	8.9%	511	12.6%	692	11.4%
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	148	7.2%	470	11.6%	618	10.1%
Transporte y Almacenamiento	190	9.3%	317	7.8%	506	8.3%
Construcción	156	7.6%	228	5.6%	384	6.3%
Inmobiliarias	142	7.0%	138	3.4%	280	4.6%
Información y Tecnología	71	3.5%	57	1.4%	127	2.1%
Financieras y de Seguros	40	2.0%	50	1.2%	90	1.5%
Minas y Canteras	10	0.5%	27	0.7%	36	0.6%
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y A/C	7	0.4%	19	0.5%	26	0.4%
Total general	2,042	100%	4,053	100%	6,096	100%

Nota. Recuperado de Superintendencia de Compañías de Ecuador, Ranking Empresarial 2017.

Por otra parte, según el tamaño de las pymes de Guayaquil se resalta que las pequeñas empresas del sector comercial en el año 2017, registraron ingresos por \$649 millones que representan el 29% del total del sector en comparación con las medianas que registraron cifras por \$1,594 millones equivalente al 71%.

4.2 Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las pymes comerciales de Guayaquil

En esta sección se realiza un diagnóstico respecto a la RSE en las pymes comerciales de Guayaquil a partir de la identificación de la responsabilidad social en la gestión administrativa de las pymes del sector comercial de Guayaquil y del análisis de sus *stakeholders* (medio ambiente, consumidores y el enfoque de gobierno).

4.2.1 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en gestión administrativa

A continuación, se presentan los diversos aspectos de responsabilidad social en relación a la gestión administrativa de las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil. Se presentan los resultados obtenidos mediante encuestas a los directivos de las pymes comerciales de Guayaquil en base a factores claves de responsabilidad social como son: compromisos y principios de las pymes, existencia de departamento de RSE, certificaciones de RSE obtenidas, establecimiento de presupuesto para actividades de RSE, existencia de informes o memorias de RSE y, gestión de RSE en relación al talento humano.

Compromisos y principios de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Para que una empresa muestre presencia de RSE es importante reflejen elementos evidenciados en relación al compromiso de las pymes sobre la RSE y la presencia de principios respectivos.

Cuando se revisa los resultados logrados en el levantamiento de información en las pymes del sector comercial de Guayaquil, se tiene que para los gerentes de las pymes bajo su percepción en un 63.64% señalan no

poseer compromisos, ni principios formales en relación a la RSE. El 36.36% indica que si poseen principios de RSE (ver Tabla 12).

Tabla 12

Compromiso y principios de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

	Percepción de gerentes	Participación del total
Si	24	36.36%
No	42	63.64%
Total	66	100%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Las pymes comerciales de Guayaquil a través de sus representantes encuestados manifestaron que sus compromisos y principios de RSE van orientados al desarrollo de su talento humano tanto personal como profesional, además en transparencia de decisiones y actividades que impactan a la sociedad y medio ambiente, en todos los casos, estos principios constan en la redacción de su código de ética, estatuto o simplemente en la información que proporcionan por su página *web*.

Departamento y gerencia de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Toda empresa que tiene iniciativas respecto de la RSE, normalmente presenta la existencia de un departamento o área que se encarga de planificar, ejecutar, controlar las acciones relacionadas al desarrollo de la responsabilidad social en la institución. Al investigar a las pymes del sector comercial de Guayaquil, mediante percepción de sus gerentes, se encontró que el 95% de ellas no poseen un departamento que realice este tipo de actividades (ver Tabla 13).

Tabla 13

Departamento o área responsable de la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

	Percepción de gerentes	Participación del total
Si	3	4.55%
No	63	95.45%
Total	66	100%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Esto no necesariamente significa que las pymes no realicen acciones de RSE, solo induce a concluir que no están formalmente establecidas en su planificación.

Según manifestaron algunos gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil, estas son empresas con recursos limitados como para establecer presupuesto para la creación de un departamento en dicha área. Los gerentes de las pymes del sector comercial de Guayaquil que manifestaron tener un área dedicada al desarrollo de prácticas de RSE pertenecen a empresas medianas en cuyas actividades destacan la comercialización de productos agroindustriales, ya que manejan mayores recursos que el común de las pymes encuestadas.

Certificación de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Las empresas socialmente responsables buscan tener estándares que avalen sus procesos y prácticas de RSE, por ello buscan auditorías que a través de certificaciones o normas respalden su compromiso en este ámbito. Existen diversas certificaciones y normas, de las cuales las más conocidas son: SA8000 que certifica en ética y RSE; AA1000 que busca la garantía en rendición de cuentas sobre aspectos sociales y éticos; ISO 9000 como normas de gestión de calidad, ISO 14000 en gestión ambiental y la ISO 26000 como guía de RSE.

Al obtener los resultados, el 95% de los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil indican que no poseen alguna certificación referente a responsabilidad social (ver Tabla 14).

Tabla 14

Certificaciones relacionadas a la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

	Percepción de gerentes	Participación del total
Si	3	4.55%
No	63	95.45%
Total	66	100%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

El 5% de las pymes del sector comercial de Guayaquil afirman a través de sus representantes tener certificaciones de RSE, se presentan en dos casos con la Certificación Punto Verde otorgada por el Ministerio del Ambiente de Ecuador y en otro caso una empresa mediana presenta la Norma Internacional AA1000 con ello busca la sostenibilidad de sus acciones y compromisos con los grupos de interés.

Presupuesto asignado para actividades de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Una muestra del compromiso de las empresas para desarrollar en sus actividades prácticas responsables es la asignación de partidas presupuestarias. Estos recursos por lo general se destinan para planes y objetivos de sostenibilidad en factores económicos, sociales y ambientales.

Al consultar a los gerentes de las pymes del sector comercial de Guayaquil se encontró que el 83% no asigna un valor presupuestario para acciones de RSE en su organización. Por otro lado el 8% de estas pymes son las que realizan un mayor aporte en su presupuesto para RSE de entre 6% al 10% (ver Figura 6).

Ello evidencia que se destina muy bajos recursos a la implementación de actividades de RSE en las pymes.

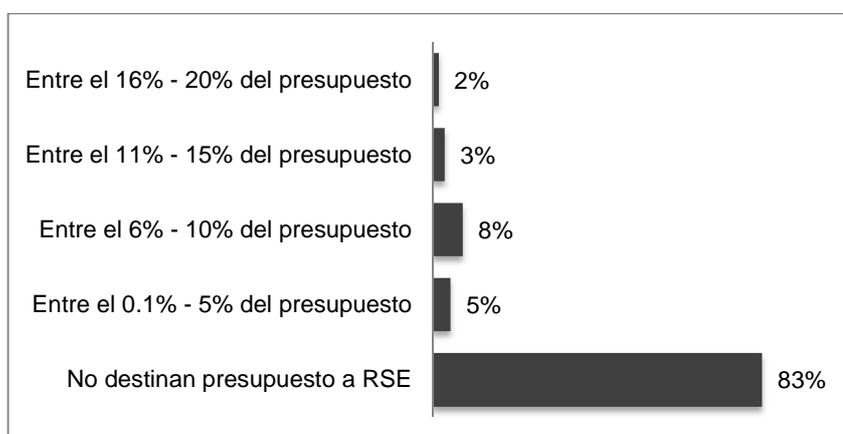


Figura 6. Asignación de recursos en el presupuesto de las pymes del sector comercial de Guayaquil para implementación de acciones de RSE.

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Aquello no necesariamente significa que no haya interés por parte de las pymes del sector comercial de Guayaquil en realizar actividades socialmente responsables, sino que debido a su tamaño en la economía no cuentan con los recursos suficientes para destinar cada año partidas presupuestarias muy representativas para implementar la RSE.

Informes o memorias de RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Las empresas socialmente responsables realizan reportes de RSE para de esta forma dar a conocer a los distintos grupos de interés sus buenas prácticas, estos reportes se transmiten a manera de informes, memorias, boletines, entre otros.

Al revisar los resultados obtenidos en las pymes del sector comercial de Guayaquil se tiene que solo el 5% (3 pymes) presentan algún tipo de informe sobre RSE (ver Figura 7).

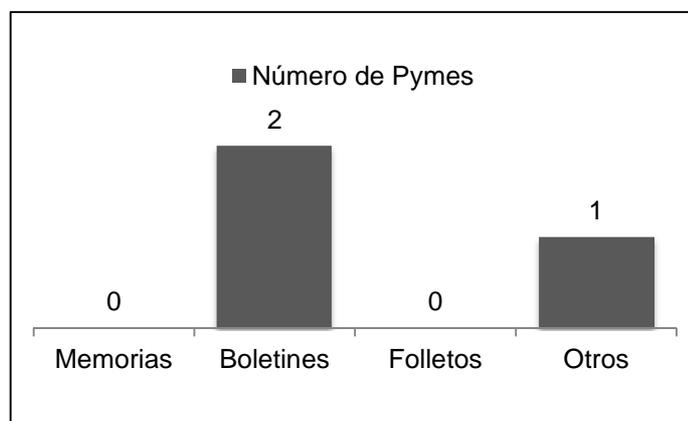


Figura 7. Tipos de informes de RSE realizado por las pymes del sector comercial de Guayaquil

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Estos informes no necesariamente son memorias formales de RSE, pero son documentos que de alguna manera reflejan la intención de realizar acciones en este aspecto por parte de las pymes. Se tiene así dos boletines, que se caracterizan por dar a conocer las campañas de ahorro y reciclaje, voluntariado en acciones sociales y donaciones a grupos vulnerables.

Y otro documento que básicamente se refiere a una comunicación del gerente de la pyme hacia el propietario, donde se manifiesta una alianza entre la pyme y diversas fundaciones a fin de coordinar y poner a disposición parte de su talento humano para actividades de RSE organizadas por estas fundaciones.

Por lo anterior se puede deducir que no existen avances importantes en cuanto a la realización de informes sobre RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil. No se evidencia reportes sobre gestión de residuos, reportes sobre talleres de educación ambiental, proyectos sostenibles, salud ocupacional y uso de energías alternativas.

RSE y gestión de talento humano en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Las prácticas responsables de las empresas con su talento humano son muestra de la contribución a la RSE. En este estudio se hace énfasis sólo en dos aspectos: Inclusión laboral y capacitación al talento humano relacionada a la RSE.

En cuanto a la inclusión laboral se presentan diversas formas como: personal discapacitado, mujeres en estado de gestación o período de maternidad, adultos mayores, personas con antecedentes judiciales, migrantes y otros.

Al recopilar información en las pymes investigadas se obtuvo que 47 pymes del sector comercial de Guayaquil, esto representa el 71% de la muestra, tienen prácticas de inclusión laboral en la contratación de su talento humano. De estas en primer lugar están las mujeres embarazadas con el 25%, en segundo lugar, personas con discapacidad con el 23% (ver Figura 8).

Llama la atención el porcentaje de contratación de personas con antecedentes judiciales y por otro lado la contratación de migrantes. En otras formas de contratación los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil según su percepción están el personal sin experiencia y personas despedidas por otras empresas por bajo rendimiento en sus funciones.

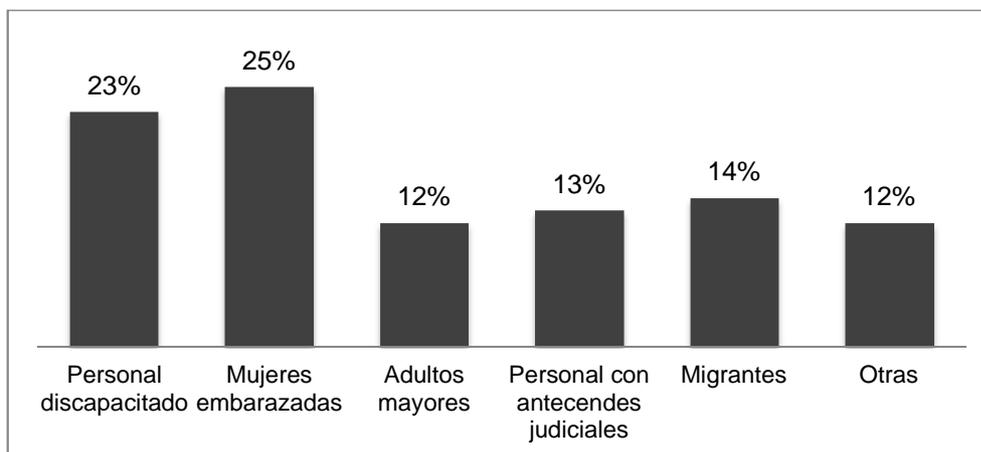


Figura 8. Formas de inclusión social en las pymes del sector comercial de Guayaquil
Nota. Participación porcentual de pymes que presentan inclusión laboral en talento humano. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Estas formas de inclusión laboral por parte de las pymes del sector comercial de Guayaquil no siempre necesariamente involucran prácticas de responsabilidad social, sino que pueden usar estas formas de contratación para bajar los costos salariales aprovechándose de las necesidades laborales de estas personas. En el caso de los inmigrantes, ello se da de forma común.

Por otra parte, en cuanto a la capacitación sobre aspectos relacionados a la RSE, se tiene que el 70% de las pymes declaran realizar capacitaciones que no necesariamente involucran responsabilidad social. Se destaca que las pymes realizan capacitaciones en campos como: atención al cliente, manejo de *software*, educación financiera, liderazgo, formación técnica entre otros.

Según los resultados obtenidos de las pymes del sector comercial de Guayaquil, la mayor capacitación se da en servicio al cliente en un 36%, sigue la capacitación al talento humano en manejos de *software* en un 17% (ver Figura 9). Sin embargo, pese a estas capacitaciones, aquello no revela que las pymes sean socialmente responsables porque estas capacitaciones están

orientadas al incremento de su actividad comercial, mas no a las prácticas de RSE (ver Figura 9).

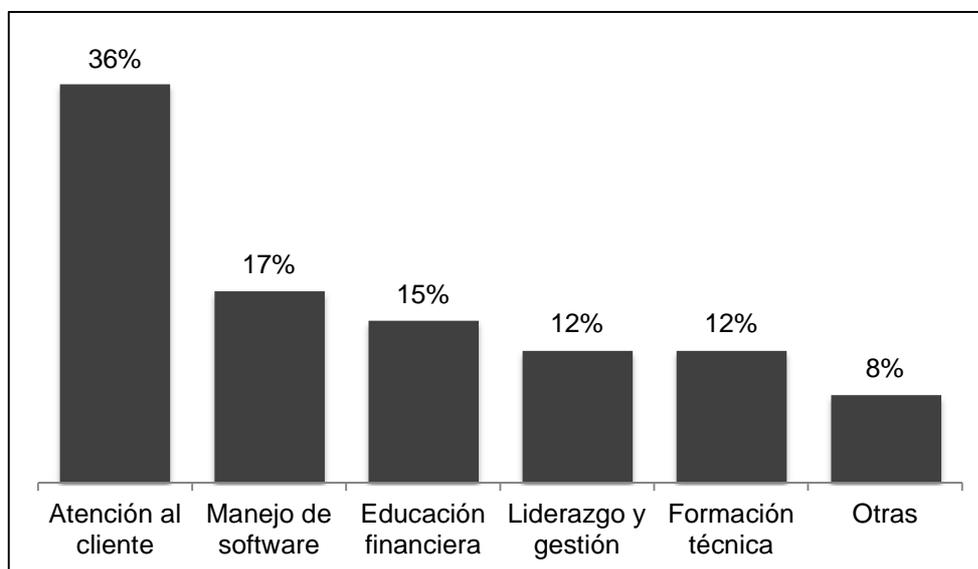


Figura 9. Tipos de capacitación del talento humano en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Otro tipo de capacitaciones que manifestaron los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil son en aspectos que facilitan de comunicación interna en la empresa.

Como dato adicional, se tiene la frecuencia con la que las pymes realizan capacitaciones a sus empleados, donde el 56.42% de las pymes capacitan a su talento humano una sola vez al año, el 21.74% ejecutan capacitación dos veces al año, por último, un 21.74% capacitan a sus empleados entre tres o más veces anualmente.

4.2.2 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder medio ambiente

En la siguiente sección se presentan los diversos aspectos respecto a la gestión ambiental de las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil, bajo la percepción de los directivos de las pymes investigadas. Se analiza la existencia de un área o un departamento responsable del cuidado ambiental, la gestión medio ambiente y si cuentan con certificaciones ambientales.

Departamento o área de ambiente en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Las empresas que tienen iniciativas respecto al cuidado del medio ambiente como parte de su compromiso con la RSE, presentan la existencia de un departamento o área que se encarga de la gestión de residuos, evaluación de impacto ambiental, implementación de controles e informes a la empresa.

Los directivos de las pymes al ser consultados si su empresa cuenta con un área o departamento en el cual se planea acciones de gestión medioambiental, el 95% indicaron que no poseen un área relacionada al ambiente, por otra parte, el 5% si cuenta con un departamento que realiza y promueve acciones de responsabilidad ambiental (ver Tabla 15).

Tabla 15

Departamento o área de control ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil

	Percepción de Gerentes de pymes	Participación % del total
Si	3	4,55%
No	63	95,45%
Total	66	100%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

La existencia de un reducido número de pymes comerciales de Guayaquil que tienen un área de medio ambiente se debe, entre otros factores, a la falta de recursos financieros, bajo o nulo incentivo por parte de las autoridades gubernamentales que motiven a las pymes a desarrollar un área responsable del cuidado del medio ambiente.

Gestión ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil

La gestión ambiental en las empresas se enmarca en controlar y minimizar el impacto de sus actividades en el medio ambiente. Para este trabajo de investigación se hace referencia a la gestión ambiental mediante la consulta a los representantes de las pymes del sector comercial de Guayaquil con respecto al consumo de agua, energía y si realizan control y tratamiento de residuos.

En la recopilación de datos a las pymes del sector comercial de Guayaquil, se identifica que el 30% de las mismas regulan el consumo de agua, el 45% la energía mediante luces *led*, paneles solares e identificadores de movimiento. Por otro lado, el 55% de estas pymes manifiestan tener acciones de reciclaje y tratamiento diferenciado para los residuos (ver Tabla 16).

Tabla 16

Gestión ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil

		Pymes	Participación %
Miden el consumo de agua	SI	20	30%
	NO	46	70%
Miden el consumo de energía	SI	30	45%
	NO	36	55%
Reducción, reciclaje o tratamiento de residuos	SI	36	55%
	NO	30	45%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Estos resultados no necesariamente reflejan un compromiso de las pymes del sector comercial de Guayaquil con el medio ambiente, más bien realizan estos controles debido a que buscan reducir el valor de las planillas de consumo en cuanto al servicio de agua y energía.

De la misma manera adoptan estas medidas de reducción y reciclaje de residuos ya que mediante la reutilización de materiales reducen costos y a su vez mediante el reciclaje se genera ingresos a estas pymes. En todo caso, ello refleja el hecho de que acciones relacionadas a la responsabilidad social genera beneficios a las empresas.

Certificación ambiental en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Las certificaciones ambientales más conocidas de organismos internacionales son: Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001, Gestión de Eco diseño ISO 14006, Sistema de Gestión energética ISO 50001 y Certificación EMAS.

De acuerdo a los manifestado por los gerentes de las pymes del sector comercial de Guayaquil el 9% (6 pymes de la muestra) tienen certificación ambiental (ver Tabla 17). Estas certificaciones corresponden en su mayoría a las otorgadas por el Ministerio del Ambiente y la Agencia de Regulación y Control Sanitario.

Tabla 17

Certificación de gestión medioambiental

	Percepción de Gerentes de pymes	Participación % del total
Si	6	9.09%
No	60	90.91%
Total	66	100%

Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Estos certificados que manifiestan tener los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil están orientados para poder acceder a permisos de funcionamiento de sus empresas y no exclusivamente al compromiso de la pyme con el medio ambiente.

Por último, según los resultados obtenidos al realizar las encuestas a los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil, se obtiene que apenas el 11% reconoce no ser socialmente responsables con el medio ambiente. Esto no coincide con las respuestas enmarcadas en las acciones de control para el funcionamiento amigable de la empresa con el ambiente.

4.2.3 RSE de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder consumidores

Para analizar el *stakeholder* consumidores se toman en consideración variables como la calidad de los productos, precios justos, la publicidad no engañosa, la información transparente y la apreciación de RSE de las pymes con sus consumidores.

Calidad de productos en las pymes del sector comercial de Guayaquil

La calidad de los productos es de gran importancia para las empresas porque al ofrecer productos de buena calidad se garantiza la satisfacción de los consumidores, esto hace que se genere una preferencia con respecto al resto de la competencia.

Las pymes del sector comercial de Guayaquil consideran desde su perspectiva de que la calidad de los productos que ofrecen son de buena calidad, las 66 empresas mantienen el mismo criterio para calificar. El 80% de representantes de estas pymes citan a la mencionada variable como una característica que ofrecen a los consumidores (ver Figura 10). Sin embargo, la opinión general de los consumidores revela inconformidades con respecto a la calidad de los productos.

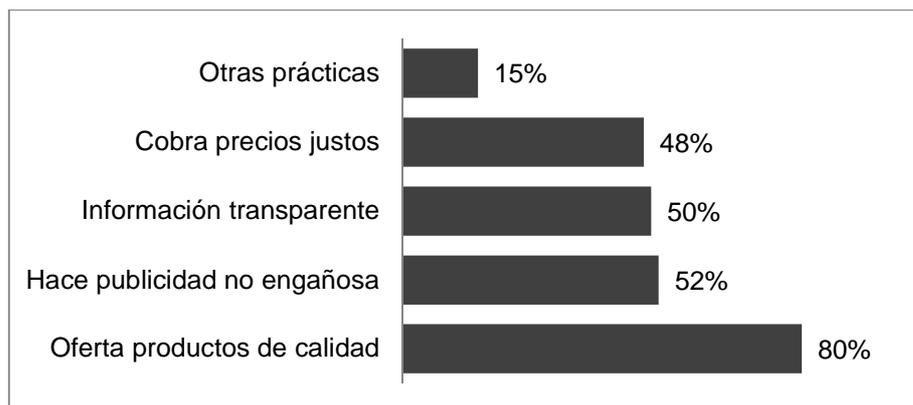


Figura 10. RSE en pymes del sector comercial de Guayaquil en relación al *stakeholder* consumidores.

Nota. Cada variable representa individualmente el porcentaje de las pymes de la muestra. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

La inconformidad de los consumidores se evidencia con las pocas certificaciones con la que cuentan los productos en Guayaquil. Según los datos publicados en Revista Calidad INEN (2017, p. 57) en el 2017 la cifra alcanzó las 627 certificaciones. Donde los consumidores de Guayaquil necesitan contar con mayor número de certificados de calidad por producto para así de alguna manera garantizar mejores productos en la oferta comercial.

Precios justos en las pymes del sector comercial de Guayaquil

En cuanto a los precios justos en las empresas se genera una importancia ya que estimula la voluntad de los consumidores a adquirir los productos que ofertan las empresas que involucren esta práctica de comercialización.

Desde la perspectiva de los gerentes de las pymes del sector comercial de Guayaquil, los precios de los productos que las mismas comercializan son justos, esta variable fue la segunda más citada por los representantes de las pymes comerciales guayaquileñas respecto a lo que consideran buenas prácticas con sus clientes con el 48% que representa a 32 unidades (ver Figura 10).

En contraste a la perspectiva de los representantes de dichas pymes, los consumidores que cuentan con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor actualizada al año 2011, presentan quejas que muchas veces han sido desestimadas porque no están bien fundamentadas. En otros casos se presentan quejas por precios exagerados en productos que no cuentan política de establecimiento de precios únicos (Diario El Telégrafo, Sección Sociedad, 2015). El Ministerio de Industrias y Productividad en 2014 registró 355 quejas del sector comercial por este concepto que representa el 67% de quejas de clientes a nivel nacional.

Información transparente y Publicidad no engañosa en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Es importante que las empresas brinden información completa y clara de los productos, las mismas están obligadas a especificar a sus clientes todas las características destacadas del producto, que incidan posteriormente en su decisión de consumo de esta forma la empresa manifiesta prácticas responsables con sus consumidores.

Esta acción es reconocida por 33 de las 66 encuestas realizadas a los principales representantes de las pymes del sector comercial de Guayaquil (ver Figura 10), los mismos reconocen que como parte de su buena reputación e imagen que desean proyectar a los clientes deben incorporar en sus prácticas empresariales información veraz y publicidad que se ajuste a la realidad del producto que ofrecen.

Este aspecto no solo involucra la voluntad de las pymes y las exigencias de los clientes, también involucra el aspecto normativo vigente; un ejemplo es el artículo 72 de la Ley de Defensa del Consumidor que establece que la publicidad engañosa tiene una sanción de entre \$1.000 y \$4 mil, de acuerdo a la gravedad. De esta manera en caso de que la pyme incumpla con este derecho del consumidor, el mismo se ve facultado y empoderado para exigir transparencia en la información que recibe.

Las prácticas de RSE en las pymes de Guayaquil están relacionadas a la realidad nacional, porque a nivel nacional se presenta que es apenas una cantidad reducida de pymes las que involucran RSE a sus prácticas empresariales. Según Briones *et al.* (2017, p. 10) “La RSE en el Ecuador no ha sido explorada en su totalidad, de hecho, son pocas PYMES que aplican estrategias de RSE debido a su poco conocimiento, asesoramiento y el mal manejo de conceptos (...) sobre su aplicación”. Esta falta de conocimiento devela el problema de la falta de empresas que se sumen a estas prácticas.

En resumen, de los datos recopilados en relación a este *stakeholder*, los gerentes del 73% de las pymes comerciales de Guayaquil manifiestan ser responsables con sus clientes, sin embargo, al responder a los indicadores previos (calidad, precios justos, información transparente) mostraban deficiencias en cuanto a estas prácticas de RSE con sus consumidores.

4.2.4 Responsabilidad Social de las pymes comerciales de Guayaquil en stakeholder gobierno

En esta sección se detallan las diversas acciones respecto a la RSE del gobierno ecuatoriano hacia las pymes entre ellas las de Guayaquil, se consideran los incentivos como la inclusión de las pymes en licitaciones de contratos públicos, la reducción del impuesto sobre la renta, subsidios respecto a los servicios básicos y otros gastos de operaciones de las pymes.

En segundo lugar, el financiamiento a consultorías que brinden asesoramiento sobre RSE a las pymes para obtener certificaciones. Luego se abordan los talleres de RSE a directivos de pymes a fin de capacitarlos en RSE, también se mencionan las campañas gubernamentales de promoción a acciones de RSE. Por último, se trata el control de la inclusión laboral en el talento humano de las pymes.

Estas acciones fueron consultadas a directivos de pymes comerciales de Guayaquil y mediante entrevista a un subsecretario de la Secretaria Nacional de Gestión Política y una analista de planificación en Petroecuador,

a fin de conocer la perspectiva por parte de los funcionarios públicos respecto a acciones del gobierno que motiven a las pymes a llevar procesos socialmente responsables.

Incentivos de Gobierno en las pymes del sector comercial de Guayaquil

El gobierno cuenta con la capacidad de impulsar acciones socialmente responsables en las empresas a través de diversos tipos de incentivos entre los cuales destacan la disminución de tributos, premiaciones a empresas socialmente responsables, financiamiento para programas de RSE, difusión de campañas de RSE, entre otros.

En la recopilación de información el 35% de los directivos de las pymes comerciales de Guayaquil considera no recibir ningún incentivo del gobierno en relación a prácticas de RSE. Del porcentaje restante que manifiesta conocimiento sobre algún incentivo proporcionado por el gobierno, consideran que las campañas y premiaciones a empresas socialmente responsables son las más representativas, con el 56% y 42% respectivamente (ver Figura 11).

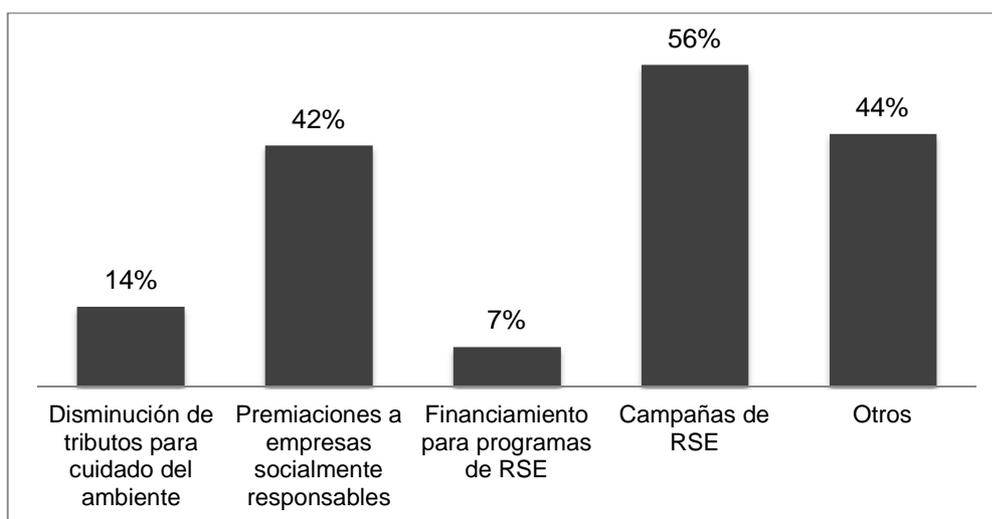


Figura 11. Tipos de incentivos del gobierno a la implementación de la RSE en las pymes.
Nota. Encuesta a gerentes de pymes del sector comercial de Guayaquil, julio-2018.

Finalmente, los representantes de las pymes comerciales de Guayaquil, que manifestaron conocer de otros incentivos como congresos,

eventos y diversos acercamientos no detallados a profundidad debido a su falta de conocimiento del tema, en especial este tipo de respuestas se suscitaban en pymes de tamaño pequeño.

Por otra parte, en la entrevista que se realizó al subsecretario de Gestión Política, a fin de conocer si el gobierno motiva a las pymes mediante incentivos a que sean socialmente responsables, este indica que el Estado incluye en procesos de licitaciones de contratos públicos a las empresas que cumplan con los reglamentos y características que se exigen en estos procesos de licitaciones, entre los cuales destaca certificaciones de gestión ambiental, inclusión laboral y por medio de regulaciones tener al total de empleados afiliados al seguro social.

Se pudo conocer la opinión de la analista de planificación en Petroecuador, quien manifiesta que el gobierno a través de las diversas instituciones públicas realiza licitaciones donde es de mucha relevancia que una empresa sea socialmente responsable. También destaca que por lo general quienes más participan en estos procesos son las empresas grandes, ya que cuenta con una mejor capacidad de cumplimiento del contrato.

En contraste los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil, reconocen que se dan los mencionados procesos de licitación, sin embargo, en ninguna ocasión han salido favorecidos, a pesar de que según manifiestan cumplen con los reglamentos y características que exige el Estado en estos procesos.

Reducción de impuestos en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Como otra de las acciones del gobierno para motivar a las pymes para que sean socialmente responsables está la reducción de impuestos. El subsecretario de Gestión Política indica como ejemplo que se está evaluando la reducción del impuesto a la renta a las empresas con el fin de que creen nuevos empleos, productivos.

Sin embargo, la analista de planificación en Petroecuador afirma que en el gobierno incentiva mediante la reducción de impuestos establecidos en la ley de gestión ambiental a las empresas que causen un mínimo impacto ambiental y que ofrezcan productos que no causen obesidad, es decir, que sean bajos en azúcar de acuerdo al sistema de etiquetado de alimentos procesados. Además, hace referencia a la reforma de programas de pasantías y empleo juvenil, donde indica que se realiza la devolución de valores por concepto de salarios, afiliación al seguro social y demás beneficios a las empresas que contraten como trabajador fijo a los estudiantes luego de su proceso de prácticas laborales.

Respecto a lo indicado por los directivos de las pymes comerciales de Guayaquil, ambos criterios no guardan relación, ya que de acuerdo a los gerentes el gobierno no los incentiva mediante la reducción de impuestos y destacan que estos incentivos van mayormente destinados a las empresas grandes.

Subsidios en las pymes del sector comercial de Guayaquil

En relación a los subsidios que reciben las pymes por ser socialmente responsables, de acuerdo al funcionario de Gestión Política este tipo de incentivos por parte del gobierno no existen en la actualidad. Señala que la Ley de Reforma Tributaria existen subsidios en los derivados del petróleo que benefician a todos los sectores de economía ecuatoriana, pero que uno de los más favorecidos es el sector de transporte y logística, y la industria aérea.

Por otra parte, la analista de planificación en concordancia con lo anteriormente mencionado por el subsecretario, señala que el régimen actual ha impulsado políticas que beneficien mediante subsidios a las empresas que son socialmente responsables.

Financiamiento a consultorías en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Referente al financiamiento a consultorías de RSE por parte del Estado, el funcionario de la Secretaria de Gestión Política señala que desde el anterior gobierno hasta la actualidad el MIES tiene entre su presupuesto pagos por servicios de consultoría a micro, pequeña y mediana empresa, lo cual según manifiesta no tienen ningún costo para las empresas que reciben este tipo de asesoría sobre técnicas de ventas, cálculos de costos y precios justos, atención al cliente y cuidado del entorno.

A su vez la funcionaria de Petroecuador, afirma que el gobierno nacional a través del Ministerios de Industrias y Productividad y sus funcionarios miembros brindan consultorías de RSE a las empresas a nivel nacional respecto al tratado de residuos, reutilización de materiales reciclables, calidad de la producción y cuidado del medio ambiente. La analista indica que en su gran mayoría las empresas que mayormente reciben este beneficio son las micro y pequeñas empresas, las mismas que cuentan con menos recursos.

De acuerdo a lo consultado a los directivos de las pymes del sector comercial de Guayaquil sobre las acciones del gobierno para motivar a llevar proceso que involucren la RSE, respecto al financiamiento a consultorías de RSE, solo el 7% indicaron que el gobierno impulsa este tipo de programas. Es decir, el 93% indican lo contrario a lo mencionado por el Subsecretario Nacional de Gestión Política y la Analista de Planificación.

Talleres de RSE a directivos en las pymes del sector comercial de Guayaquil

Respecto a los talleres de RSE a los directivos, el subsecretario hace referencia que el MIES, dentro de sus actividades realiza capacitaciones a los microempresarios. Además, indica que la institución maneja un presupuesto de 30 millones de dólares para dar créditos a emprendedores, quienes se acogen al programa del MIES y posteriormente se la capacita como dueño de la empresa. Estas capacitaciones tratan sobre costos, precios, presupuesto y presentación del producto.

En concordancia con lo anterior, la funcionaria de Petroecuador señala que el MIES y el Ministerio de Industrias y Productividad son quienes manejan dentro de sus actividades capacitaciones a los miembros de las microempresas respecto a temas de RSE. Señala que quienes son frecuentemente más capacitados son las empresas que tienen poco tiempo operando, ya que son nuevas en el mercado y no tienen muchos conocimientos en relación a capacidades de negociación, contabilidad básica y cuidado del ecosistema.

En concordancia con lo mencionado por los funcionarios, los directivos de las pymes del sector comercial de Guayaquil, no mencionaron que sean capacitados mediante talleres de RSE por instituciones públicas. Por lo tanto, se afirma que este incentivo por parte del gobierno solo va enfocado hacia las microempresas.

Campañas de fomento de buenas prácticas en las pymes del sector comercial de Guayaquil

En cuanto a las campañas de gobierno que buscan promover la RSE, estas se pueden dar por medio de espacios publicitarios en los medios de comunicación, como también campañas presenciales por medio de visitas directas a las empresas para dar a conocer el programa que promueven en las empresas, específicamente a las pymes.

El subsecretario de la Gestión Política señala que las campañas más recientes arrancaron en mayo del 2018, las mismas están a cargo del Ministerio del Ambiente, algunas de estas campañas se denominan “Mejor sin sorbete” y “Sin fundita, gracias” y se realizan con el objetivo de buscar sensibilización en el uso innecesario de sorbetes y plásticos en empresas y consumidores. La campaña se difunde a través de redes sociales y también las direcciones provinciales que recorrerán instalaciones de centros de abastos con el fin de generar conciencia en la población sobre el consumo responsable de plástico o el uso de productos alternativos para cuidar el ambiente.

Otra campaña liderada por el gobierno que se dio a través del Ministerio del Ambiente se denominó “Punto Verde”. Esta campaña se orienta a la aplicación de buenas prácticas ambientales en las empresas en actividades de gestión de desechos, gestión de papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles; capacitación y compras responsables. Estuvo dirigida a empresas de producción y servicios para que accedan a una Licencia Ambiental y así demuestren producción limpia (Subsecretaría de Calidad Ambiental, 2010). Algunas de las pymes del sector comercial de Guayaquil reconocen el alcance de esta campaña.

El subsecretario también señala que el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) es promotor de campañas que involucran aportes a la responsabilidad social. En noviembre del 2015 se presentó la campaña “Da Dignidad” la cual tuvo como objetivo prevenir y erradicar progresivamente la mendicidad de niñas, niños, adolescentes, adultos mayores y personas con

discapacidades de las calles del país. Por medio de puntos de donación al que se pueden acercar personas y representantes de empresas que deseen realizar donaciones, las cuales el MIES se encargaba de distribuir organizadamente a personas que se encuentran en prácticas de mendicidad. Hay que especificar que ello es filantropía.

Este funcionario afirma que en junio del 2014 se realizó una campaña conjunta entre el Ministerio de Salud Pública y el Ministerio del Trabajo referente a la prevención y reducción del uso y consumo de alcohol, tabaco y otras drogas en el ámbito laboral. La campaña consideró la importancia de que los trabajadores, puedan cumplir sus actividades de manera segura y en un adecuado estado de salud. El accionar de esta campaña reconoce el impacto beneficioso en espacios laborales principalmente de las grandes empresas.

Otra campaña que impulsa el Ministerio de Salud Pública se realizó en marzo del 2018 es la Campaña de vacunación contra la influenza, donde además de los procesos de vacunación en los domicilios en territorio, también se realizan en las instalaciones de las empresas, incluidas las pymes. Con esta campaña se prevé disminuir la incidencia de infecciones respiratorias por influenza estacional para evitar complicaciones y muertes en la población de riesgo. Son acciones más de gobierno a favor de la sociedad que no necesariamente implican generar acciones de RSE desde las empresas.

Por lo anteriormente descrito, las campañas de RSE por parte de entidades de gobierno tienen mayor alcance en las grandes empresas, pero a través de su difusión masiva llegan a las pymes, aunque en menor medida.

Control de la Inclusión laboral en las pymes del sector comercial de Guayaquil

El funcionario de la Secretaría de la política entrevistado manifiesta que desde el gobierno de Rafael Correa se dio más énfasis en la inclusión laboral en las empresas, que está garantizada desde la Constitución y promovida principalmente por Ministerio del trabajo, el cual en el 2013 presentó el “Manual de buenas prácticas para la inclusión laboral de personas con discapacidad”, junto con el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS) donde da orientaciones y alternativas para mejorar los procesos de inclusión laboral de personas con discapacidad. El Código del Trabajo en el artículo 43 numeral 33 señala que todo empleador que cuente con más de 25 trabajadores está obligado a contratar al menos el 2% de personas con discapacidad y la modalidad de esta contratación debe ser permanente.

Esta política gubernamental es progresiva, ya que establece que el porcentaje de integración se elevará al 3% de la nómina en el año 2018 y en el 2019 se aplicará un porcentaje fijo de incorporación del 4% de la totalidad de los trabajadores en nómina. Para el control, se realizarán inspecciones permanentes para verificar que las empresas cumplan con la Ley de Discapacidades que contempla la inclusión de este grupo humano. En años anteriores los recorridos se realizaban previo una notificación de 15 días, por este hecho algunas empresas fingían cumplir la norma únicamente el día de la inspección.

Actualmente se anunció que las inspecciones serán de manera sorpresa, para evitar la evasión de estas prácticas inclusivas, así también conocer otras condiciones laborales como las de mujeres en estado de gestación y maternidad, o cualquier otra prohibición laboral que implique discriminación laboral hacia los colaboradores de empresas.

Los gerentes de las pymes comerciales de Guayaquil reconocen que desde la implementación de estas medidas normativas se han visto en la necesidad de implementarlas en cuanto a su talento humano y aunque signifique un costo adicional en su nómina de trabajadores, saben que están cumpliendo acciones que se enmarcan como socialmente responsables.

4.3 Propuesta de acciones para generar motivación a una mayor RSE en las pymes del sector comercio de Guayaquil.

En la siguiente sección se detalla las propuestas de parte de los autores en relación a acciones que motiven a las pymes del sector comercial de Guayaquil a que implementen acciones de RSE.

De acuerdo al análisis realizado se establecen las acciones que el gobierno debe realizar para motivar una mayor RSE en las pymes e impulsar campañas a través de los distintos medios de comunicación, mostrando hechos reales del valor agregado, mayor competitividad dentro del mercado y crecimiento de las ventas que han tenido las pymes de Estados Unidos y Europa que se desenvuelven en un ambiente de RSE.

Además, se debe considerar una mayor atención respecto a talleres a los directivos de las pymes en relación a las RSE que realizan las instituciones públicas, ya que ellos al ser quienes toman decisiones en la empresa podrían impulsar iniciativas respecto a la calidad del producto, precios justos, transparencia en la información, cuidado al medio ambiente, capacitaciones a su empleados e inclusión laboral. Estas iniciativas podrían crecer aún más dentro del entorno pymes si el gobierno capacita a los directivos en temas de RSE.

Otras de las medidas del gobierno a implementar es la reducción en el impuesto a la renta a las pymes que muestren planes que han llevado en marcha respecto al consumo responsable de energía y agua, reciclaje y tratamiento de residuos. A fin de que haya una conciencia en relación al cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, se establece como propuesta que el gobierno en coordinación con la Cámara de Comercio realice reconocimientos y premiaciones a las pymes que sean socialmente responsables con sus diversos *stakeholders*, y que estos eventos sean televisados y difundidos por los medios públicos a fin de que las pymes que sean condecoradas sean bien vistas por los consumidores ecuatorianos, a su vez esto conllevará a que sean mucho más competitivas.

En conclusión, la implementación de estas acciones por parte de los dos agentes abarcados, es decir, las pymes del sector comercial de Guayaquil y el gobierno, es de relevancia puesto que el implementar estas medidas podría mejorar el entorno competitivo de las pymes, en consecuencia aumentará el nivel de empleo y el consumo, siendo esto de gran importancia para la economía ecuatoriana.

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación a partir de la revisión teórica, metodológica y obtención de resultados del estudio sobre la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil y el papel del *stakeholder* gobierno.

5.1 CONCLUSIONES

Mediante las teorías revisadas en este trabajo de investigación se conocen conceptos de RSE, definiciones respecto a las pymes y las acciones correspondientes al *stakeholder* gobierno. Se identifica que en el medio local no existen estudios precisos sobre acciones puntuales del gobierno para promover RSE en las pymes.

Se conoce que Guayaquil es la ciudad con mayor número de pymes en el Ecuador, específicamente las pymes del sector comercial de esta ciudad en cantidad de empresas son las más representativas entre todos los sectores económicos abordados en el trabajo de investigación y la que más ingresos genera pese a estar por debajo del sector servicios en la generación de empleo.

Las pymes del sector comercial de Guayaquil carecen en su generalidad de acciones respecto a la RSE. Esto se concluye a partir del levantamiento de información por medio de encuestas a los gerentes de las pymes del sector comercial de Guayaquil, donde se manifiestan carencias en certificaciones y asignación de presupuesto para actividades de RSE en su gestión administrativa; respecto al medio ambiente se evidencia que son pocas las pymes que cuentan con departamento ambiental y programas de cuidado ambiental. Respecto al *stakeholder* consumidores se identifican pocos avances en cuanto a la calidad del producto, precios justos e información transparente, porque por un lado los gerentes de las pymes

comerciales de Guayaquil dicen involucrar estas prácticas responsables, pero por otro lado los consumidores siguen manifestando quejas e inconformidades en las instituciones de control.

Se identifica que las acciones del gobierno para promover la RSE en las pymes comerciales de Guayaquil no son concretas porque los estímulos en cuanto a reducciones de tasas e impuestos, financiamiento a consultoras que brinden certificaciones en RSE están más orientados a las grandes empresas. Sin embargo, las acciones de RSE del gobierno más percibidas por las pymes comerciales de Guayaquil son las campañas publicitarias de RSE y las premiaciones a empresas por prácticas de RSE que se han dado los últimos años.

Finalmente, se concluye que las pymes de sector comercial de Guayaquil presentan pocos avances en prácticas de RSE con respecto a sus *stakeholders*, y se identifica que el papel del gobierno en fomento de estas prácticas es percibido en mayor magnitud por las grandes empresas. Ante lo cual se proponen acciones tendientes a motivar acciones socialmente responsables en las pymes comerciales de Guayaquil, entre las cuales se consideran medidas de reducción de impuesto a la renta a pymes que realicen prácticas de RSE, potenciar las campañas en medios de comunicación públicos que promuevan RSE, impulsar aún más las capacitaciones de responsabilidad social a los directivos de las pymes, y, por último, realizar premiaciones públicas a las pymes que sean socialmente y que sea difundido por los medios públicos con el fin de generar una mayor empatía del consumidor hacia aquellas pymes.

5.2 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones del presente trabajo de investigación van orientadas a las pymes comerciales de Guayaquil y al gobierno. A las primeras para que implementen en su gestión empresarial acciones de responsabilidad social con el objetivo de mejorar su competitividad en el mercado, relaciones con los consumidores, mejor ambiente laboral y cuidado del medio ambiente.

A las autoridades del gobierno se recomienda elaborar y fomentar políticas y programas que promuevan la RSE en las pymes del sector comercial de Guayaquil para así lograr mayor bienestar de la mayoría de *stakeholders* involucrados y dar solución a muchos de los problemas sociales y ambientales por la carencia de responsabilidad social.

A la academia, que siga contribuyendo con diversos estudios y trabajos de investigación que involucren análisis y propuestas de buenas prácticas en las pymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. (2013). La Responsabilidad Social Corporativa y el Desarrollo Local: una aproximación en tiempos de crisis. *Revista Prisma Social*. N. 10., p. 119-156., Junio-Noviembre.
- Arredondo, F., Velázquez, L. & De la Garza, J. (2013). Políticas de diversidad y flexibilidad laboral en el marco de la responsabilidad social empresarial. Un análisis desde la perspectiva de género. *Revista Estudios Gerenciales*. N. 29., p. 161–166.
- Barrera, J. (2016). Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. N. 87., p. 327-350., Agosto.
- Benito, S. & Sánchez, P. (2012). La influencia de las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación en el capital relacional y estructural de las microempresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. N. 18., p. 166-176.
- Briones, V., Torres, C., Rojas, S., Jiménez, J., & Avila, M. (2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector de Confecciones pymes de Guayaquil. *Revista Espacios*. Vol. 38., N. 31., p.9.
- Carrillo, A. (2017). Responsabilidad social en las pymes latinoamericanas y españolas: limitaciones, objetivos y estrategias. *Revista CienciAmérica*. Vol. 6., N. 2., p. 51-55.
- Conraud, E., Ojeda, J. & Arredondo, M., (2016). La Responsabilidad Social Empresarial de las pymes del Estado de Guanajuato, México. *Institut De Socio-Économie Des Entreprises Et Des Organisations (Écully, Rhône).Recherches En Sciences De Gestion*. N. 114, p. 79-100.

Díaz, A., Veliz, P., Rivas, G., Vance, C., Martínez, L. & Vaca, C. (2017). Etiquetado de alimentos en Ecuador: implementación, resultados y acciones pendientes. *Revista Panam Salud Pública*. N. 41.

Ecuador entrega sellos de calidad a 71 empresas nacionales (14 de Diciembre de 2017). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Sección Economía. Recuperado de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/16/ecuador-entrega-sellos-de-calidad-a-71-empresas-nacionales>

Gallardo, V., Dolores, R., Sánchez, H. & Hernández, M., (2017). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Formación Gerencial*. N. 38., p. 14-31.

Giraldo, L., Kammerer, Y. & Ríos-Osorio, A. (2016). Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Revista Dimensión Empresarial*. Vol. 14., N. 1., p. 123-135., Enero-Junio.

González, A., Alaña, T. & Gonzaga, S. (2017). La Gestión Ambiental en la Competitividad de las pymes del Ecuador. *INNOVA Research Journal*. Vol. 2., N. 8., p. 236–248.

Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. & Martínez, D. (2014). Motivaciones hacia la Responsabilidad Social en las pymes familiares. *Revista de Empresa Familiar*. Vol. 4., N. 1., p. 21-44.

Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. & Martínez D. (2015). Evolución de la literatura sobre la responsabilidad social en pymes como disciplina científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. N. 24., p. 117-128.

- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. & Martínez, D. (2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad*. p. 31-44.
- INEC. (2016). Módulo de Información Ambiental Económica en las Empresas. *Documento Técnico*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2016/PRIN_RESULT_MOD_AMB_EMP_2016.pdf
- INEC (2017). Panorama Empresarial y Empresarial del Ecuador. *Documento Técnico*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- INEC (2017). Módulo de Información Económica Ambiental en las Empresas. *Documento Técnico*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2015/Documento_Tecnico_Metod_Modulo_Ambiental_Empresas_2015.pdf
- La calidad de los productos no es negociable (20 de enero de 2014). *El Telégrafo*. Sección másQmenos. Recuperado de <https://alsur.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos/1/la-calidad-de-los-productos-no-es-negociable>
- López, C., Ríos, M. & Sánchez, M., (2017). Estructura de mercado y responsabilidad social empresarial en mipymes mexicanas. El vínculo entre preferencias individuales y sociales. *Revista Brasileira de Marketing*. Vol. 16, N. 3. p. 410-425.

Los consumidores tienen derecho a elegir y a recibir información clara (5 de abril de 2017). *El Telégrafo*. Sección Sociedad. Recuperado de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/los-consumidores-tienen-derecho-a-elegir-y-a-recibir-informacion-clara>

Maldonado, J., (2015). La gestión ambiental como cultura de RSC de las pymes del sector arcilla del municipio de San José de Cúcuta y su área metropolitana, Colombia. *Revista Mundo FESC*. Vol. 2., N. 10., p. 5-13.

Maldonado, J., Antólinez, Y. & Villamizar, V., (2016). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquinerías de la ciudad de Cúcuta. *Revista Mundo FESC*. Vol. 2., N. 12., p. 42-51.

Marín, L. & Rubio, A. (2008). ¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en pyme. *Revista de Economía Información Comercial Española*. N. 842., p. 177-193., Mayo-Junio.

Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo*. Décima tercera edición. (p. 303). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

Martínez, J., Brenes, R., Araneda, X. & Jaubert, W. (2015). Factores que inciden en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial: estudio realizado en el sector hotelero de San Carlos, Costa Rica. *Revista TEC Empresarial*. Vol. 9., N. 3., p. 7-18., Noviembre-Marzo.

Melamed, E.; Blanco, A.; Miranda, R. & Esperanza, C. (2017). Normalización de la responsabilidad social empresarial: un análisis desde su obligatoriedad y voluntariedad. *Revista Espacios*. Vol. 38., N. 51., p. 19.

Ortiz, A., Izquierdo, H. & Rodríguez, C., (2013). Gestión ambiental en pymes industriales. *Revista Interciencia*. Vol. 38., N. 3., p. 179-180.

- Peralta, D. & Méndez, J., (2015). Responsabilidad social y competencia desleal entre las grandes superficies y sus proveedores. *Revista de Contaduría de Universidad de Antioquia*. N.66., p. 37-51.
- Pérez, L.A., Garzón, M.A. & Ibarra, A., (2016). Empresa verde: diagnóstico de la necesidad de un modelo. *Dimensión Empresarial*. Vol. 14., N.1., p. 57- 77.
- Pérez, F., Pérez, I. & Añez, S., (2017). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del Estado Zulia. *Formación Gerencial*. Vol. 13., N. 1., p.131-152.
- Precios en industrias se controlarán (15 de mayo de 2018). *El Telégrafo*. Sección Economía. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/precios-industrias-control-ecuador>
- Remuneración en la PYMES (Octubre de 2013). *Revista Ekos*. p. 38. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idart=2479&c=1>
- Salinas, F., Chivite, M. & Muñoz, N. (2016). Responsabilidad Social, Administración Pública y Buen Gobierno. *Revista de Economía Pública*. N. 87., p. 5-10., Agosto.
- Sansores, E. & Granados, J. (2017). Responsabilidad Social Empresarial en México: un Análisis de su Implementación en el Sector Turístico. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. Vol. 19., N. 3., p. 431-449.
- Sepúlveda, M., Moreno, E., Tovar, J., Franco, J. & Villarraga, C. (2015). Responsabilidad social de las pymes en el marco del posconflicto, como soporte para la inclusión laboral de la población reinsertada.

Revista sobre Relaciones de Ciencias Sociales Comunicación, Cultura y Política. Vol. 6., N. 1., p. 45-61., Enero-Diciembre.

Servicio Ecuatoriano de Normalización (28 de noviembre de 2017). ¿Cómo reconocer que el producto que consumo es de buena calidad? *Revista Calidad INEN 2017*. pp. 57-58.

Vallecillo, M. & Gutiérrez, J. (2016). La responsabilidad social pública como elemento de política de empleo. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N. 87., p. 11-38., Agosto.

Vives, A. (2014). Guías para la Responsabilidad Social en las pymes: Efectividad de herramientas de autoevaluación. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. Vol. 8., N. 2., p. 29-54., Mayo-Agosto.

Zamarriego, L. (23 de enero de 2018). La nueva primavera de la RSE. *Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social*. Recuperado de <http://www.redceres.com/single-post/2018/01/23/La-nueva-primavera-de-la-RSE>

Zapata Mora, B. (26 de abril de 2018) Atención al cliente con falencias en Ecuador. *El Universo*. Sección Economía. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>

Zolano, M., Enicnas, L. & Dúran, M. (2016). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pyme´s. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*. N. 23., Julio – Diciembre.

ANEXOS

Anexo N.- 1

Guayaquil, 20 de septiembre de 2018.

Ingeniero

Freddy Camacho Villagómez

COORDINADOR UTE Semestre A-2018

ECONOMÍA

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Yo Marlene Mariluz Mendoza Macías, Docente de la Carrera de Economía, designada TUTORA del proyecto de grado del señor estudiante **Kevin Richard Molina Cuenca** cumpro en informar a usted, señor coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado: **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL STAKEHOLDER GOBIERNO”** por haber cumplido en mi criterio con el mínimo requerido de todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **2%** de plagio.

Cabe indicar que bajo el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, asumo responsabilidad como tutora del trabajo en mención y, el estudiante es responsable de su respectivo desarrollo.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez.**

Atentamente,

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Kevin Richard Molina Cuenca
ESTUDIANTE AUTOR

C.C.: Econ. Venustiano Carrillo, Mgs. Director de la Carrera de Economía.

Guayaquil, 20 de septiembre de 2018.

Ingeniero

Freddy Camacho Villagómez

COORDINADOR UTE Semestre A-2018

ECONOMÍA

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Yo Marlene Mariluz Mendoza Macías, Docente de la Carrera de Economía, designada TUTORA del proyecto de grado del señor estudiante **Jonathan Vicente Mawyin Montero** cumpla en informar a usted, señor coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado: **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL STAKEHOLDER GOBIERNO”** por haber cumplido en mi criterio con el mínimo requerido de todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **2%** de plagio.

Cabe indicar que bajo el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, asumo responsabilidad como tutora del trabajo en mención y, el estudiante es responsable de su respectivo desarrollo.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez.**

Atentamente,

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Jonathan Vicente Mawyin Montero
ESTUDIANTE AUTOR

C.C.: Econ. Venustiano Carrillo, Mgs. Director de la Carrera de Economía.

Anexo N.- 2

ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Nombre: PYME:

Cargo: Fecha:

¿Conoce que es la RSE?

SI

NO

Defina lo que es la RSE. Elija las opciones que usted considere:

a. Cuidado Ambiental ___

e. Precios justos ___

b. Inclusión Laboral ___

f. Publicidad no engañosa ___

c. Salarios justos ___

g. Buen ambiente laboral ___

d. Calidad de productos ___

h. Apoyo a desfavorecidos ___

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

¿La empresa cuenta con principios y compromisos de RSE?

SI

NO

¿Cuentan con un departamento o gerencia de RSE?

SI

NO

¿Posee una certificación de RSE?

SI

NO

(En caso que conteste Sí) ¿Cuál?: _____

¿Cuentan con un presupuesto asignado para actividades de RSE?

SI

NO

¿Cuánto?

0% - 5%	6% -10%	11% -15%	16% - 20%	21%- 25%	26% - 30%	31% - 35%	Otros

¿Realizan informes de RSE?

SI

NO

¿Cuál?:

a. Memorias ___

c. Folletos ___

b. Boletines ___

d. Otros ___

¿Su empresa realiza capacitaciones que contribuyen con el desarrollo profesional de sus trabajadores?

SI

NO

¿En que se capacita su personal?

a. Atención al cliente ___

d. Liderazgo y gestión ___

b. Manejo de software ___

e. Formación técnica ___

c. Educación financiera ___

f. Otras ___

¿Con que frecuencia se capacita?

- a. Una vez al año _____
 b. Dos veces al año _____
 c. Tres veces al año _____
 d. Cuatro veces al año _____
 e. Otras _____

¿Hay inclusión social en la plantilla de su empresa?

SI NO

Tienen contrataciones de:

- a. Personal discapacitado _____
 b. Mujeres embarazadas _____
 c. Adultos mayores _____
 d. Ex presidiarios _____
 e. Migrantes _____
 f. Otras _____

MEDIO AMBIENTE

¿Cuentan con un departamento o gerencia de cuidado ambiental?

SI NO

Programas de RSE con respecto al medio ambiente:

PROGRAMA	SÍ	NO
Miden el consumo de agua		
Miden el consumo de energía		
Reducción, reciclaje o tratamiento de residuos		

¿Posee certificación de gestión medioambiental?

SI NO

¿Cuál?: _____

¿Son socialmente responsables con el medio ambiente?

1 No	2 Parcialmente	3 Medianamente	4 Totalmente

CONSUMIDORES

¿Son socialmente responsables con los consumidores?

1 No	2 Parcialmente	3 Medianamente	4 Totalmente

¿Qué hace su empresa en relación a la RSE de sus consumidores?

- a. Oferta productos de calidad _____
 b. Cobra precios justos _____
 c. Hace publicidad no engañosa _____
 d. Información transparente _____
 e. Otros _____

¿Cómo evalúa la calidad de producto que comercializa?

Muy baja	Baja	Regular	Buena	Muy buena

GOBIERNO

¿Considera que el gobierno incentiva la implementación de la RSE en las Pymes?

1 No	2 Parcialmente	3 Medianamente	4 Totalmente

¿Qué acciones el gobierno ha implementado para las Pymes en relación a la RSE?

- a. Ha disminuido tributos para cuidado del ambiente _____
- b. Realiza premiaciones a empresas socialmente responsables _____
- c. Realiza financiamiento para programas de RSE _____
- d. Campañas de RSE _____
- e. Otros _____



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Molina Cuenca, Kevin Richard**, con C.C: # **0921013793** autor del trabajo de titulación: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL STAKEHOLDER GOBIERNO**, previo a la obtención del título de **Economista** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **20 de septiembre de 2018**

f. _____

Nombre: **Molina Cuenca, Kevin Richard**

C.C: **0921013793**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Mawyin Montero, Jonathan Vicente**, con C.C: # **1250326327** autor del trabajo de titulación: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL STAKEHOLDER GOBIERNO**, previo a la obtención del título de **Economista** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **20 de septiembre de 2018**

f. _____

Nombre: **Mawyin Montero, Jonathan Vicente**

C.C: **1250326327**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE GUAYAQUIL. ANÁLISIS DEL <i>STAKEHOLDER</i> GOBIERNO		
AUTORES	Kevin Richard, Molina Cuenca Jonathan Vicente, Mawyin Montero		
REVISORA/TUTORA	Marlene Mariluz, Mendoza Macías		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Economía		
TITULO OBTENIDO:	Economista		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de septiembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	111
ÁREAS TEMÁTICAS:	Social, Empresarial y Económica		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Responsabilidad social, pymes, <i>stakeholder</i> , gobierno, economía.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La responsabilidad social en las pymes se presenta en un contexto empresarial cada vez más exigente, dado que el entorno competitivo que enfrentan las empresas presentan exigencias de prácticas de bienestar social, tales como: las acciones para evidenciar la calidad de los productos, transparencia en la información, precios justos, bienestar de los trabajadores y cuidado medio ambiental.</p> <p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil, particularizando el papel que ha desempeñado el gobierno. El método que se aplicó es mixto cualitativo y cuantitativo. El tipo de investigación es de alcance exploratoria y descriptiva. Se aplicó entrevistas a autoridades de gobierno y encuestas a representantes de las pymes del sector comercial de Guayaquil que fueron objeto de estudio.</p> <p>Como conclusión general, se tiene que el gobierno poco ha realizado como política de incentivos para generar actuaciones de responsabilidad social en las pymes del sector comercial de Guayaquil. Ha llevado a cabo acciones, pero estas han sido acogidas por empresas grandes.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593 - 993266085 +593 - 939787809	E-mail: kevin_94molina@hotmail.com jmawyin_montero@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Camacho Villagómez Freddy Ronalde Teléfono: +593-4-2206953 ext. 1634 E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com ; freddy.camacho@cu.ucsq.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			