



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES DE
GUAYAQUIL: UN ENFOQUE DEL CRITERIO OCHO DEL MODELO DE LA
EXCELENCIA EMPRESARIAL EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY
MANAGEMENT (EFQM)

AUTOR:

SALTOS PILAMUNGA GÉNESIS ESTEFANÍA

TUTOR:

BERMUDEZ GALLEGOS CHRISTIAN

Guayaquil, Ecuador

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Génesis Estefanía Saltos Pilamunga, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

TUTOR

Ing. Christian Bermúdez Gallegos, Mgs

REVISOR

Ing. Jacinto Henríquez Barzola, Mgs

Ing. Héctor Briones Quinde, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Génesis Estefanía Saltos Pilamunga**

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES DE GUAYAQUIL: UN ENFOQUE DEL CRITERIO OCHO DEL MODELO DE LA EXCELENCIA EMPRESARIAL EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT (EFQM)”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014

LA AUTORA

Génesis Estefanía Saltos Pilamunga



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Génesis Estefanía Saltos Pilamunga**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del proyecto titulado: “ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES DE GUAYAQUIL: UN ENFOQUE DEL CRITERIO OCHO DEL MODELO DE LA EXCELENCIA EMPRESARIAL EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT (EFQM)”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014

EL AUTOR:

Génesis Estefanía Saltos Pilamunga

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, ser maravilloso por darme la fortaleza necesaria a cada instante, principalmente en esos momentos en el que mis fuerzas decaían, quien me ha brindado sabiduría y constancia para poder lograr el cumplimiento de una de las metas más significativas en mi vida.

A mis padres quienes con gran esfuerzo me han apoyado incondicionalmente en todo lo que me he propuesto, por ser el pilar fundamental durante toda mi carrera universitaria.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por haber fomentado mi formación profesional, mediante la aportación de importantes conocimientos que han ido ligados a una actuación ética y responsable; de igual manera a mi tutor de tesis por aportar con sus consejos y conocimientos profesionales para la realización de este proyecto.

Génesis Saltos P.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios y a mis Padres quienes se han constituido en el eje fundamental para la consecución de mis metas personales y profesionales.

Génesis Saltos P.

DECLARACIÓN

“Yo, Génesis Estefanía Saltos Pilamunga, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales”

Génesis Estefanía Saltos Pilamunga

FIRMA

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

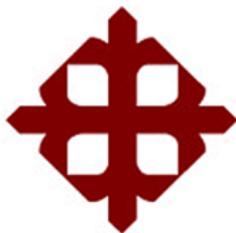
Génesis Estefanía Saltos Pilamunga

FIRMA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

BERMUDEZ GALLEGOS CHRISTIAN
PROFESOR GUÍA O TUTOR

VERGARA PEREIRA DARIO
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

Christian Bermúdez Gallegos
PROFESOR GUÍA O TUTOR

GLOSARIO

Administrar con agilidad.- Las organizaciones excelentes son ampliamente reconocidas por su capacidad para identificar y responder con eficacia a las oportunidades y amenazas. (MODELO EFQM, 2013)

Calidad.- De acuerdo a Fernández (2002) “La calidad se ha convertido en una necesidad estratégica y en un arma para sobrevivir en mercados altamente competitivos”. Si la empresa desea tener éxito en el mercado en el que se encuentra participando, debe prestar mucha atención a las exigencias actuales de los consumidores. Es por esto, que hoy en día es necesario que las empresas vinculen su plan de mercadeo a su sistema de calidad.

Desarrollo de la capacidad organizativa.- Es la continuidad de un proceso que permite aumentar las capacidades tanto personales como grupales, con la finalidad de conseguir un cambio eficaz. (MODELO EFQM, 2013)

Excelencia.- Es alcanzar y mantener niveles excepcionales de rendimiento que cumplan o superen las expectativas de todos sus grupos de interés, pero que comparten una actitud común que se basa en una serie de atributos y formas de trabajar que los separan de la multitud (C.R.A. , 2002).

Liderar con visión, inspiración e integridad.- Es importante contar con líderes preparados, que sean un modelo a seguir para sus trabajadores, capaces de transmitir su visión y conseguir las metas de la organización.

Mantener excelentes resultados.- Las organizaciones excelentes logran resultados sobresalientes, estas organizaciones cumplen las necesidades a corto y largo plazo de todas las partes interesadas, en el contexto de su entorno operativo.

Los Conceptos Fundamentales de la Excelencia forman la base de los criterios del Modelo EFQM de Excelencia. (MODELO EFQM, 2013)

Modelo EFQM.- El modelo EFQM busca satisfacer necesidades de los clientes a través del principio de la calidad. De acuerdo a Fernández (2002) “Uno de los resultados de este modelo, será la sensibilización del equipo directivo y del resto del personal de la organización para cumplir con el objetivo de mejorar la calidad de sus productos o servicios”.

Para tener éxito a través del talento de las personas.- El director de la escuela IDE Business School, Gabriel Robayo (2013), mencionó que “Las organizaciones excelentes valoran a su gente y crean una cultura de empoderamiento para el logro de ambos objetivos personales y organizacionales”. Es muy importante considerar el principal activo de las organizaciones, su talento humano, y dotarlos de las herramientas necesarias.

Valor agregado para los clientes.- Es proporcionar constantemente valor dirigido a los clientes mediante la comprensión, anticipar y satisfacer las necesidades, expectativas y oportunidades. (MODELO EFQM, 2013)

Futuro sostenible.- Las organizaciones de excelencia tienen un impacto positivo en el mundo que les rodea mediante la mejora de su rendimiento interno y con su entorno, lo cual se logra a través de la implementación de condiciones económicas, medioambientales y sociales dentro de las comunidades a las que afectan y establecer mejoras continuas. (MODELO EFQM, 2013)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	21
SUMMARY	22
INTRODUCCIÓN.....	23
ANTECEDENTES	24
IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN	25
MARCO TEÓRICO	27
DEFINICIÓN DEL MODELO EFQM	27
A) CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA EXCELENCIA	27
B) CRITERIO 8 DEL MODELO EFQM	30
C) RESULTADOS SOCIALES DE LAS PyMES Y EN LA SOCIEDAD	31
SECTORES PRODUCTIVOS DE LAS PyMES	31
A) EN SEGURIDAD LABORAL:(CORMA CANÓS, 2005).....	31
B) EN SALUD:.....	32
C) EN CAPACITACIÓN DEL PERSONAL:.....	32
D) EN CONTRATACIÓN DEL PERSONAL:	33
E) EN CONCILIACIÓN ENTRE TRABAJO Y FAMILIA:	33
F) EN DIVERSIDAD:.....	33
G) EN CUANTO A BENEFICIOS Y COMPENSACIONES:	34
H) EN ASPECTOS LABORALES:	34
OBJETIVOS.....	36
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
METODOLOGÍA	38
CAPÍTULO I MODELO EFQM.....	40
1.1 ORIGEN DEL MODELO EFQM.....	41
1.2 DEFINICIÓN Y MISIÓN DEL MODELO EFQM.....	42
1.2.1 DEFINICIÓN MODELO EFQM.....	43

1.2.2	LA MISIÓN DEL MODELO EFQM	43
1.3	ESTRUCTURA.....	43
1.4	LOS NUEVE CRITERIOS DEL MODELO EFQM EN LA GESTIÓN	45
1.5	MÉTODO DE EVALUACIÓN DE LOS CRITERIOS DEL EFQM	46
1.6	EL PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN MEDIANTE EL CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN	47
1.6.1	CAUSA DE AUTO-VALORACIÓN: VENTAJAS	47
1.6.2	LA MEMORIA EFQM	47
1.7	SÍNTESIS DEL CAPÍTULO	48
CAPÍTULO II SECTORES PRODUCTIVOS EN EL QUE OPERAN LAS PyMES		49
2.1	DEFINICIÓN DE LAS PyMES	50
2.2	SECTORES DE LAS PyMES	50
2.3	IMPORTANCIA DE LAS PyMES.....	50
2.3.1	IMPORTANCIA DE LAS FORTALEZAS DE LAS PyMES	51
2.3.2	DEBILIDADES DE LAS PYMES	51
2.3.3	DE LOS ÓRGANOS DE REGULACIÓN DE LAS MI PyMES.....	51
2.3.4	APORTE DE LAS PYMES EN EL ECUADOR.....	53
2.3.5	FALENCIAS ENCONTRADAS EN LAS PyMES.....	53
2.3.6	POTENCIALIDADES ENCONTRADAS EN UNA PyME.....	53
2.4	RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES ECUATORIANAS	54
2.5	REFLEXIONES ACERCA DEL SECTOR PRODUCTIVO DE LAS PyMES.....	55
CAPITULO III APLICACIÓN DEL CRITERIO 8 Y LOS RESULTADOS SOCIALES DE LAS PyMES		56
3.1	GENERALIDADES DEL CRITERIO 8 DEL MODELO EFQM: RESULTADOS EN LA SOCIEDAD.....	57
3.1.1	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	57
3.1.2	IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE LA RSE Y SUS PRINCIPALES ASPECTOS.....	57

3.1.3	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ORIENTADA A TRABAJADORES, SOCIEDAD, MERCADO Y MEDIO AMBIENTE	58
3.2	EL PAPEL DE LAS PyMES Y SUS RESULTADOS SOCIALES	59
3.3	APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES	59
3.3.1	MEDIDAS DE PERCEPCIÓN:	60
3.3.2	INDICADORES DE RENDIMIENTO	61
3.4	SÍNTESIS DEL CAPÍTULO	62
CAPÍTULO IV EFECTOS DEL CRITERIO OCHO, LOS RESULTADOS SOCIALES EN LAS PyMES Y EN LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA.....		63
4.1	GUAYAQUIL Y SU APOORTE EN LA ECONOMÍA.....	64
4.1.1	LAS PyMES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	64
4.1.2	PyMES Y SUS RESULTADOS EN LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA	65
4.1.3	INDICADORES DE DESEMPEÑO APLICABLES A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA	65
4.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	66
4.2.1	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO	66
4.2.2	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	68
4.3	IMPACTO AL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA	78
4.3.1	LA DIMENSIÓN DE LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD	78
4.3.2	SUB-DIMENSIONES DE RELACIÓN CON LA SOCIEDAD.....	78
4.3.3	OBLIGACIONES LEGALES	79
4.3.4	IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RSE EN LA SOCIEDAD.....	79
4.3.5	IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS MÁS AVANZADAS DE RSE.....	80
4.3.6	VINCULACIÓN COMUNIDAD/INVERSIÓN SOCIAL	80

4.4	VOLUNTARIADO CORPORATIVO.....	84
4.4.1	EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA EMPRESA EN LA DIMENSIÓN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD	85
4.4.2	ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA IMPLEMENTAR PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA SOCIEDAD (CRITERIO 8 DEL MODELO EFQM).....	87
4.5	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y APORTACIONES.....	87
CAPÍTULO V PROPUESTA FINAL		90
5.1	DIFERENCIACIÓN ENTRE EMPRESA QUE APLICA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AQUELLA QUE NO APLICA	91
5.1.1	ANÁLISIS DE LAS DESVENTAJAS QUE GENERA LA NO APLICACIÓN DE RS EN LAS PyMES Y DETALLE DE VENTAJAS OBTENIDAS POR SU APLICACIÓN.....	92
5.2	SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PyMES ANTE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	93
5.3	IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE MONITOREO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES	94
5.3.1	DISEÑO DE SISTEMA DE MONITOREO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, PARA PyMES.....	95
5.4	EVALUACIÓN ECONÓMICA	97
5.4.1	ANÁLISIS DE INVERSIÓN INICIAL.....	97
5.4.2	RECURSOS MATERIALES	98
5.4.3	RECURSOS HUMANOS.....	99
5.4.4	INVERSIÓN EN CONSULTORÍAS	99
5.5	ANÁLISIS FINANCIERO	100
5.5.1	BALANCE DE ESTADO O SITUACIÓN INICIAL	101
5.5.2	ESTADO DE RESULTADO HISTÓRICO Y PROYECTADO.....	101
5.5.3	FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA	103
6.	CONCLUSIONES	106

7. RECOMENDACIONES	108
8. BIBLIOGRAFÍA	110
9. ANEXOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO IV: EFECTOS DEL CRITERIO OCHO, RESULTADOS SOCIALES EN PyMES

Tabla 1. Pregunta 1.....	68
Tabla 2 Pregunta 2.....	69
Tabla 3 . Pregunta 3.....	70
Tabla 4. Pregunta 4.....	71
Tabla 5. Pregunta 5.....	72
Tabla 6. Pregunta 6.....	73
Tabla 7. Pregunta 7.....	74
Tabla 8. Pregunta 8.....	75
Tabla 9. Pregunta 9.....	76
Tabla 10. Pregunta 10.....	77
Tabla 11. Diseño de aplicación de RSE en PyMe	83
Tabla 12. Modelo de diagnóstico de desempeño de RSE.....	86

CAPÍTULO V: PROPUESTA FINAL

Tabla 13: Tabla explicativa de Fases de sistema de monitoreo de para PyMES	96
Tabla 14. Inversión en recursos materiales	98
Tabla 15. Inversión en Recursos humanos	99
Tabla 16. Inversión en Consultorías	99
Tabla 17. Balance de estado o situación inicial	101
Tabla 18. Estado de resultado	102
Tabla 19. Estado de resultado proyectado	103
Tabla 20. Flujo de caja proyectado y evaluación económica	103
Tabla 21. Ficha de autoevaluación de RSE en la empresa118jError! Marcador no definido.	

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ANTECEDENTES

Ilustración 1. Modelo EFQM	24
----------------------------------	----

MARCO TEÓRICO

Ilustración 2. Conceptos fundamentales de la excelencia.....	30
Ilustración 3 Mejora continua de la gestión productiva	35

METODOLOGÍA

Ilustración 4: Esquema del trabajo de investigación de la tesis	39
---	----

CAPÍTULO I: MODELO EFQM

Ilustración 5. Estructura del Modelo EFQM	44
Ilustración 6. Lógica Reder.....	46

CAPÍTULO IV: EFECTOS DEL CRITERIO OCHO

Ilustración 7. Pregunta 1.....	68
Ilustración 8. Pregunta 2.....	69
Ilustración 9. Pregunta 3.....	70
Ilustración 10. Pregunta 4.....	71
Ilustración 11. Pregunta 5.....	72
Ilustración 12. Pregunta 6.....	73
Ilustración 13. Pregunta 7.....	74
Ilustración 14. Pregunta 8.....	75
Ilustración 15. Pregunta 9.....	76
Ilustración 16. Pregunta 10.....	77

CAPÍTULO V: PROPUESTA FINAL

Ilustración 17: Diseño de sistema de monitoreo de R S para PyMES 95

RESUMEN

EFQM modelo que permite determinar la acción de una empresa, tomando en cuenta que existen distintas maneras de encauzar la eficacia en los nueve métodos establecidos. Este estudio específicamente se orientará al principio ocho que describe la obligación social empleada en las PyMES.

Teniendo en cuenta que el estudio no tendrá como meta el propio Modelo EFQM, sino más bien sus aplicaciones prácticas y una propuesta concreta de adaptación al caso de PyMES, no tratará, por consiguiente, de profundizar en las bases teóricas del modelo. Su estrategia se basará en sus aplicaciones prácticas a lo largo de estos últimos años, de manera que son dichas aplicaciones las que irán popularizando un desenvolvimiento concreto del modelo, hasta tal punto que se llegará a confundir el original con su realidad aplicativa.

La responsabilidad Social Empresarial se basa estrictamente en la actuación ética, transparente y responsable de la empresa, así como en la visión de sostenibilidad de largo plazo de la misma.

SUMMARY

The EFQM model proposes a method for self-assessing the management of any organization, recognizing that there are different forms of focus on excellence in any of the 9 criteria posed. In the case of this study, it will be focused to the criterion 8 representing the social responsibility applied in small and medium-sized enterprises.

Taking into account that study will not have as a goal own EFQM model, but rather a concrete proposal for adapting to the case of SMEs and their practical applications, not we try, therefore, delve into the theoretical bases of the model. Its strategy is based on its practical use over these last years, so are these applications which will be popularizing a particular development of the model, to such an extent that it will be to confuse the original with its applicative reality.

Corporate Social responsibility is strictly based on ethical, transparent, and responsible for the company's performance, as well as on the sustainability of the same long-term vision.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de responsabilidad social en las PyMES de la ciudad de Guayaquil busca ofrecer un panorama general de lo importante que es la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas, independientemente si estas son medianas o pequeñas.

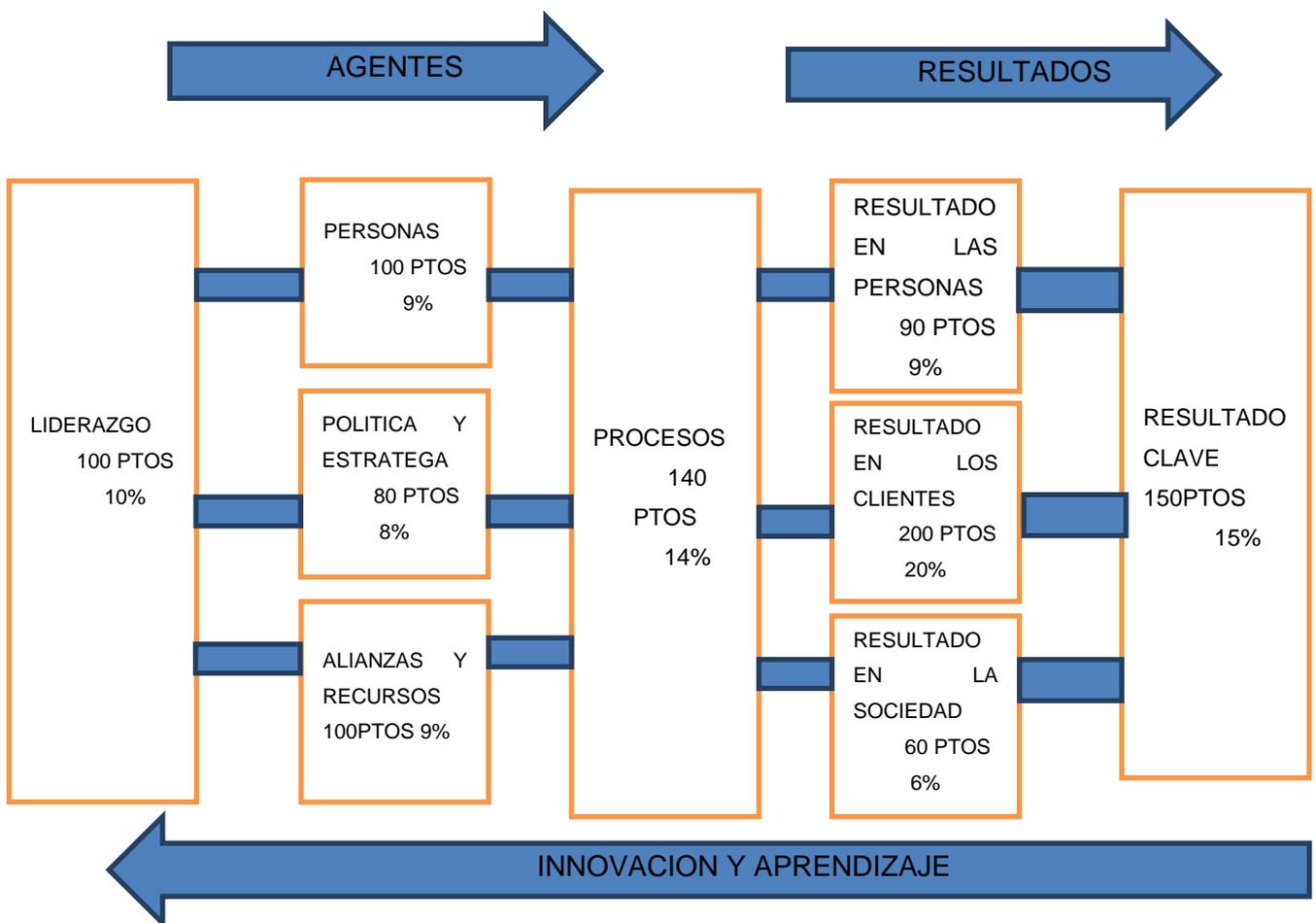
Es importante resaltar que el problema central de la investigación es la falta de un estudio que permita determinar la situación actual en la aplicación integral de Responsabilidad Social Empresarial en las PyMES en la ciudad de Guayaquil. Esta investigación plantea determinar a través de encuestas si se está o no aplicando responsabilidad social, de qué manera lo están haciendo, cuáles son los impedimentos para su ejecución, específicamente cuál es su realidad aplicativa y una vez despejadas estas incógnitas, establecer una propuesta concreta basada en el modelo EFQM (European Foundation Quality Management), que busca la consecución de la excelencia como un procedimiento de mejora continua.

La idea principal de este proyecto surge por el interés de demostrar que es factible el desarrollo empresarial conjuntamente con una actuación ética, transparente y responsable con la sociedad.

ANTECEDENTES

El modelo EFQM tiene sus inicios en los años 80, el cual se ha constituido en un gran modelo a seguir en toda la Unión Europea. Es importante resaltar que éste se ha convertido para muchas empresas no solo a nivel europeo en ejemplo a seguir, las cuales tratan de cumplir con los criterios del modelo de excelencia empresarial, los criterios que lo conforman se presentan en el siguiente gráfico. (MODELO EFQM, 2012)

Ilustración 1. Modelo EFQM



Fuente: (MODELO EFQM, 2012)

El modelo EFQ está compuesto por los criterios que se enlistan a continuación:

- Orientación hacia los resultados
- Orientación al cliente
- Liderazgo y coherencia
- Gestión por procesos y hechos
- Desarrollo e implicación de las personas
- Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora
- Desarrollo de alianzas
- Responsabilidad social de la organización

En pocas palabras se puede determinar que por medio de la autoevaluación, el objetivo del modelo es que la empresa realice una gestión más eficaz y eficiente de la ya realizada. (MODELO EFQM, 2012)

IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

La responsabilidad Social Empresarial (RSE), en los últimos años, ha sido materia de constante interés de los Gobiernos y Organismos Internacionales, que han considerado que a través de un conjunto de prácticas de RSE, es factible lograr un desarrollo equitativo en el entorno económico y social de las empresas y de la comunidad.

Por esta razón, es necesario incorporar la RSE como herramienta básica e las pequeñas y medianas empresas, ya que contribuirán a un eficaz desarrollo y sostenibilidad de éstas a mediano y largo plazo.

Adicionalmente, las PyMES constituyen un papel importante, ya que son las generadoras de empleo, provisión, bienes y servicios para la comunidad, por lo tanto, de riqueza, lo que compromete a responder a los distintos estándares de calidad. Ante esta responsabilidad, es de gran importancia producir políticas e iniciativas que aporten al incremento de la competitividad empresarial de este

sector, procurando siempre obtener mejoras en el desarrollo social y económico, por ello este tipo de actividad tiene como objetivo fomentar el desarrollo sostenible acorde con el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas, concediéndoles la oportunidad de obtener mayor competitividad, productividad y la introducción a nuevos mercados que les aseguren una permanencia y sustentabilidad a largo plazo.

Constituirá una labor ardua, medir el desempeño integral y su capacidad para operar en forma positiva. Con el fin de implementar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es indispensable determinar la misión y valores encaminados hacia las empresas fundamentadas en los principios de RSE. La meta trazada por las empresas, requiere de la incorporación, no únicamente de resultados financieros de primera clase, sino además, la integración de valores que permitan certificar un compromiso económico, social, ambiental, para el desarrollo estable de la empresa.

La visión determinada, bajo el enfoque de RSE, debe determinar las metas propuestas por las empresas, relacionadas con su aporte y compromiso con el desarrollo de cada individuo y la comunidad. Por último, los valores que las empresas pretenden profesar tienen que establecerse en el margen de un marco ético, que permita certificar la veracidad y transparencia al momento de actuar interna y externamente. La Responsabilidad Social Empresarial renueva la imagen de la empresa, le da mayor importancia al desenvolvimiento financiero que únicamente es de interés por las utilidades que produce; actualmente, se incorpora la triple faceta de la sostenibilidad: económicamente viable, socialmente responsable y medioambientalmente consiente.

Debido a los cambios culturales que se vienen dando actualmente en nuestra sociedad, se pone mayor énfasis a las actuaciones sociales, económicas y ambientales, prestando interés principalmente a los grupos que son esenciales para la gestión.

MARCO TEÓRICO

El presente proyecto pretende dar a conocer por medio de un estudio en las PyMES de Guayaquil, de qué manera se está midiendo la responsabilidad social, así como también determinar qué políticas socialmente responsables están practicando. Para ello es necesario establecer un análisis del modelo EFQM de excelencia empresarial, compuesto por nueve criterios, siendo el número ocho (Resultados en la sociedad) el objeto de nuestro estudio.

DEFINICIÓN DEL MODELO EFQM

Al hacer referencia a EFQM se habla de un modelo exclusivo y de calidad definido por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM en Inglés) la cual se encuentra en Bruselas y trabaja sin fines de lucro.

La fundación ha seleccionado su modelo EFQM teniendo como referencia la máxima calidad y excelencia, para utilizarlo como acceso para la autoevaluación y selección de procesos de cambio positivo y de continuidad en el campo empresarial público o privado.

Para apreciar su alcance, fundamentos, principios y repercusiones se han considerado las siguientes aportaciones:

La Fundación Europea para la Gestión de la Calidad Total, puso sus siglas a este modelo con la finalidad de introducir la excelencia en el proceso de calidad.

a) Conceptos fundamentales de la excelencia

Juan García del Valle, responsable de Asesoría y Formación, realiza un análisis correspondiente a los tres componentes integrados que dan como resultado al Modelo EFQM de Excelencia (2013) y se mantiene en que existen

ocho conceptos, basados en la reunión de valores que por primera vez en Europa fueron centrados por la Convención Europea de Derechos Humanos.

Estos ocho conceptos son:

- a. Añadir valor para los clientes: Es decir mejorar el concepto que se ha dado a conocer anteriormente, demostrando de manera específica el cambio que las organizaciones dan a los clientes, dándolos a conocer como “clientes existentes y potenciales” basándose en sus expectativas, necesidades, entre otros.
- b. Crear un futuro sostenible: Se da mayor importancia al hecho de que las grandes empresas, vienen realizando un impacto de positivismo alrededor de todo el mundo, impacto que se basa en las condiciones sociales, económicas y ambientales.
- c. Desarrollar la capacidad de la organización: Es posible considerar como un concepto nuevo, porque abarca datos ya tratados anteriormente sobre el Modelo 2010, al referirse al cambio de las organizaciones exitosas a través del aumento en sus capacidades.
- d. Aprovechar la creatividad y la innovación: Es decir generar ideas innovadoras, procurar enfoques estructurados de manera creativa, los cuales den un plus a la gestión de la empresa.
- e. Liderar con visión, inspiración e integridad: Una organización que es guiada por un buen líder, que actúe de manera correcta, que esté inspirado en valores y principios, estará encaminada a la consecución de la excelencia.
- f. Gestionar con agilidad: Es un concepto innovador que puntualiza en el sentido de que las organizaciones excelentes se caracterizan por su facilidad al detectar y responder con eficacia a oportunidades y amenazas.

- g. Alcanzar el éxito mediante el talento de las personas: En este concepto se puede interpretar la importancia del desarrollo, atracción y retención del talento en las empresas u organizaciones, además de otros aspectos como la diversidad de comunidades y mercados en donde opera cada organización

- h. Mantener en el tiempo resultados sobresalientes: Aquí se efectúa una revisión y mejoramiento del concepto que se refiere a: “Lograr Resultados Equilibrados”, ya que menciona la prioridad de lograr metas sobresalientes que perduren, pero dándole un matiz de alcance en lo relacionado con el entorno operativo. Además, es trascendental mencionar los beneficios que las organizaciones brindan a sus grupos de interés.

Ilustración 2. Conceptos fundamentales de la excelencia



Fuente: (García del Valle, 2013)

b) Criterio 8 del modelo EFQM

Son las diferentes alternativas o percepciones que transformadas en indicadores mantienen la organización, relacionado con su entorno local, social, nacional o internacional, según se trata en este caso en el Programa de Especialización.

Para esto se recomienda:

- Entablar convenios en temas de formación y asistencia técnica a organizaciones del sector público o privado.
- Establecer un plan de medios con propósitos determinados.
- Establecer programas de formación y extensión para todo público, y que estén relacionados a la realidad nacional.
- Elaborar programas relacionados con la formación a la medida, dirigido al sector productivo.
- Calcular la inversión por publicidad y medidas determinadas.

c) Resultados sociales de las PyMES en la sociedad

Toda organización vive inmersa en la sociedad. Mantiene relaciones mutuas tanto con los particulares que habitan en su entorno físico como con cuerpos sociales organizados; También sus empleados están involucrados en una red de relaciones familiares, políticas, jurídicas, etc.

Todas estas relaciones darán lugar a percepciones de los grupos sociales sobre la actividad de la organización y sobre los efectos que ésta tiene sobre ellos.

Según lo establecido por el autor Joaquín Membrado Martínez, podemos establecer que estos efectos pueden ser también medidos directamente mediante los correspondientes indicadores que podrían incluir el impacto sobre el nivel de empleo, la producción de ruidos y otras contaminaciones, las contribuciones económicas o de otros tipos a actividades sociales o comunitarias, etc.

SECTORES PRODUCTIVOS DE LAS PyMES

Con la finalidad de explorar y de conseguir un conocimiento más amplio acerca de las PyMES, es necesario determinar los sectores productivos de la misma, estableciendo en qué áreas se debe dedicar más atención, estas áreas se agrupan de la siguiente manera:

a) En Seguridad Laboral:(CORMA CANÓS, 2005)

- Tomar en cuenta los riesgos laborales que tienen relación con la seguridad del trabajador y elaborar un diagnóstico de la seguridad de sus instalaciones y operaciones.

- Realizar un folleto que incluya los reglamentos de seguridad que contenga procedimientos, instrumentos y sanciones, y el mismo sea difundido a todos los miembros de la empresa.
- Desarrollar programas que capaciten a los empleados sobre los riesgos que existen en cada área de la empresa.
- Distribuir informes sobre accidentes laborales ocurridos, con el fin de concientizar a los empleados sobre riesgos y precauciones que se deben tomar.
- Organizar programas de reinserción de los empleados que han sufrido accidentes laborales, que permita el desarrollo de los mismos.

b) En Salud:

- Otorgar a la empresa ambientes físicos saludables y agradables para el trabajo, que brinden la seguridad necesaria, que el lugar tenga la iluminación y espacio suficiente.
- Crear programas destinados a orientar sobre cómo llevar una vida saludable, mediante actividades deportivas y alimentación adecuada.
- Afiliar a todos los empleados de la empresa al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de acuerdo a como exige la ley.

c) En Capacitación del personal:

- Crear y desarrollar programas de capacitación que estimulen al personal y eleve su nivel de rendimiento dentro de la empresa.
- Dar a los empleados la oportunidad de formar parte activa en el desarrollo del diseño de programas de capacitación.

- Elaborar mecanismos estratégicos que estimulen al personal a participar en las capacitaciones, como por ejemplo comodidad de horarios y financiamiento total o parcial.
- Implementar sistemas de control para dar seguimiento a los distintos programas de capacitación.

d) En Contratación del personal:

- Realizar un manual de políticas, normas y procedimientos para la contratación del personal.
- Efectuar una difusión de las diferentes políticas de contratación a los miembros de la empresa.
- Establecer sistemas de promociones y planes de carrera de forma clara y transparente.

e) En Conciliación entre trabajo y familia:

- Cumplir con las disposiciones del código de trabajo en cuanto a horarios de trabajo, vacaciones, horas extras, permisos por maternidad, salud, etc.
- Efectuar seguimientos sobre el cumplimiento de metas de los trabajadores a fin de evitar incidencias en su vida personal.
- Organizar actividades con la participación de los trabajadores y sus familias.

f) En Diversidad:

- Crear programas de integración, con el fin de evitar problemas de discriminación entre los trabajadores.
- Dar cabida a personas discapacitadas como parte del personal de la empresa, de conformidad con lo establecido por la ley.

g) En cuanto a Beneficios y Compensaciones:

- Llevar a cabo una política en la que se estipulen todos los beneficios que la empresa otorga en los distintos ámbitos, para el efecto, debe establecerse claramente los requisitos y formas de acceso a los mismos, además de las personas que están a cargo de gestionarlas.
- Propagar la política por medio de boletines, reportes u otros medios que creyere conveniente.
- Efectuar los pagos concernientes a remuneraciones, en forma justa y puntual, según las leyes que rigen en el país.
- Promover la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas.

h) En Aspectos Laborales:

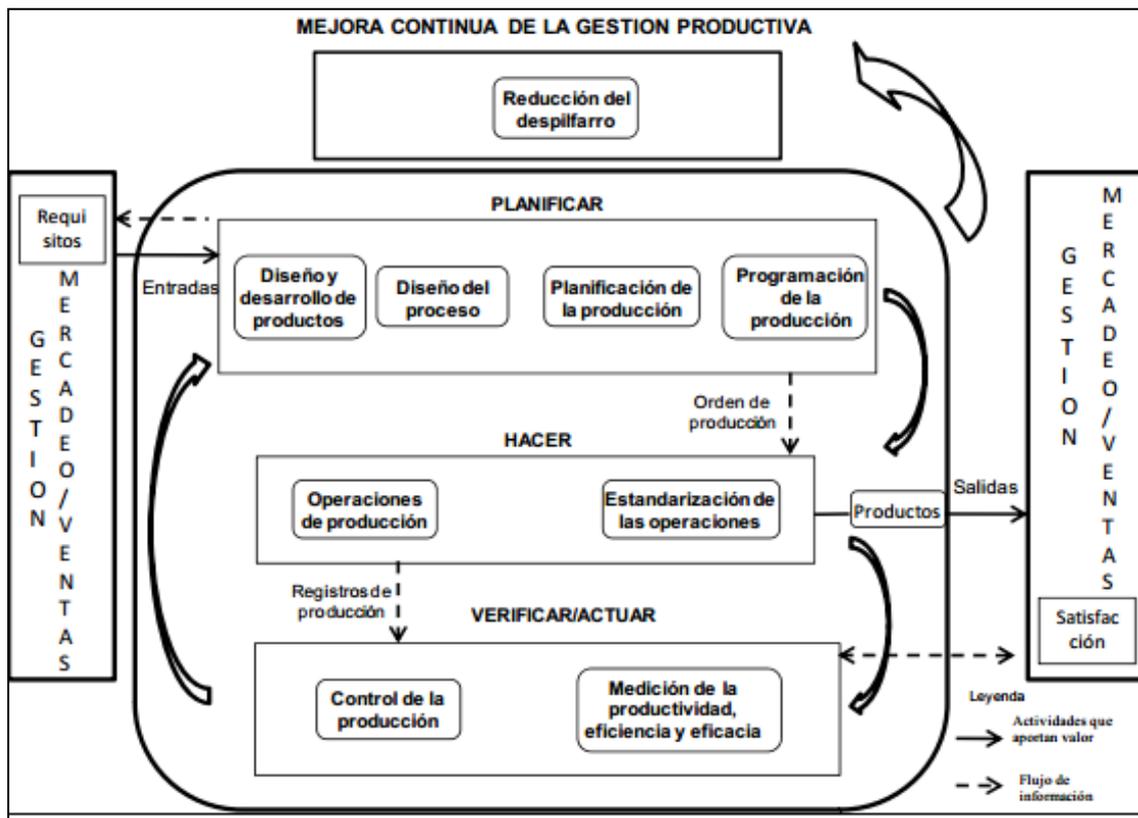
- Declarar como reglamento mínimo, que los proveedores no trabajen con menores de edad ni generen formas de discriminación al personal.
- Asegurar que sus proveedores brinden condiciones dignas al personal para generar un buen ambiente de trabajo.
- Exigir a sus proveedores que cumplan con la legislación laboral.

Se llevará a cabo un plan mediante el cual se confirmará si se están desarrollando los puntos antes mencionados, e innovando nuevas estrategias es decir, identificando debilidades y de esta forma diseñar actividades de una forma concreta y eficaz en los aspectos de cada componente para mejorarlos.

Esto servirá para distinguir en su totalidad, que las acciones están implementadas adecuadamente y establecer metas u objetivos que les guíen al cumplimiento de estas acciones.

Este estudio será dirigido al área de responsabilidad social de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 3 Mejora continua de la gestión productiva



Fuente: (Ortiz, Izquierdo, & Rodríguez, 2011)

De acuerdo a lo especificado en el modelo, toda gestión productiva tiene su inicio y final con el cliente, que está representado por la gestión de ventas y mercadeo. Es así, como se explica en el diagrama, en el que aparece el cliente en los extremos derecho e izquierdo.

Los requerimientos del cliente aparecen en segundo lugar: En el diagrama, dentro de un rectángulo, se observa cómo se transforma en elemento inicial para el desenvolvimiento de la gestión productiva, que es introducido en el bloque Planificar, esto se relaciona con los requisitos que conforman los clientes que son las bases de diseño y desarrollo de los productos, así como para establecer una planificación acertada para el abastecimiento de los mismos.

En este modelo, se precisa el grado de importancia que tiene el que la organización esté consciente del grado de satisfacción en la que mantiene a sus clientes, representando esta información un dato clave, relacionado con el desenvolvimiento de la gestión productiva.

De igual manera, se determina la necesidad de establecer un contacto permanente con la gestión de ventas y mercadeo, de modo que se establezcan los requerimientos de los clientes y se estudie el método de satisfacerlos. (La flecha discontinua de la izquierda). Según García, et al. (2009), opina que la introducción de estrategias de marketing en planificación de producción está en capacidad de reducir costes e incrementar ganancias.

Este proceso comienza en el bloque Planificar. Inicia con el diseño y desarrollo de la producción, procurando que éstos sean sencillos y fuertes, optimizando y controlando fa la vez los parámetros que estén más de acuerdo al caso, pero que mantengan una calidad máxima al mínimo coste. (Ortiz, Izquierdo, & Rodriguez, 2011)

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la Responsabilidad Social en las PyMES de Guayaquil: Un enfoque del criterio ocho del modelo de la excelencia empresarial European Foundation for Quality Management (EFQM).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Definir el modelo EFQM
- 2) Identificar los sectores productivos en el que operan las PyMES
- 3) Investigar la aplicación del criterio 8, los resultados sociales de las PyMES
- 4) Diagnosticar los efectos del criterio ocho, los resultados sociales en las PyMES y en la sociedad.

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Falta de un estudio que permita determinar la situación actual en la aplicación integral de Responsabilidad Social Empresarial en las PyMES en la ciudad de Guayaquil. Muchas de las pymes en Guayaquil efectúan prácticas de Responsabilidad Social sin tener un sistema estratégico de la misma en sus empresas, en algunas ocasiones de manera empírica, por tal razón, un gran número de ellas relacionan la Responsabilidad Social Empresarial con una estrategia de marketing, más que como un modelo de gestión integral del negocio.

Con esto se pretende aumentar el crecimiento y desarrollo del potencial humano de la empresa, buscando siempre las condiciones óptimas de los mismos, a través de la implementación de códigos, prácticas y políticas que definen la relación entre trabajador y empleador, y que estas vayan más allá de las regulaciones legales.

METODOLOGÍA

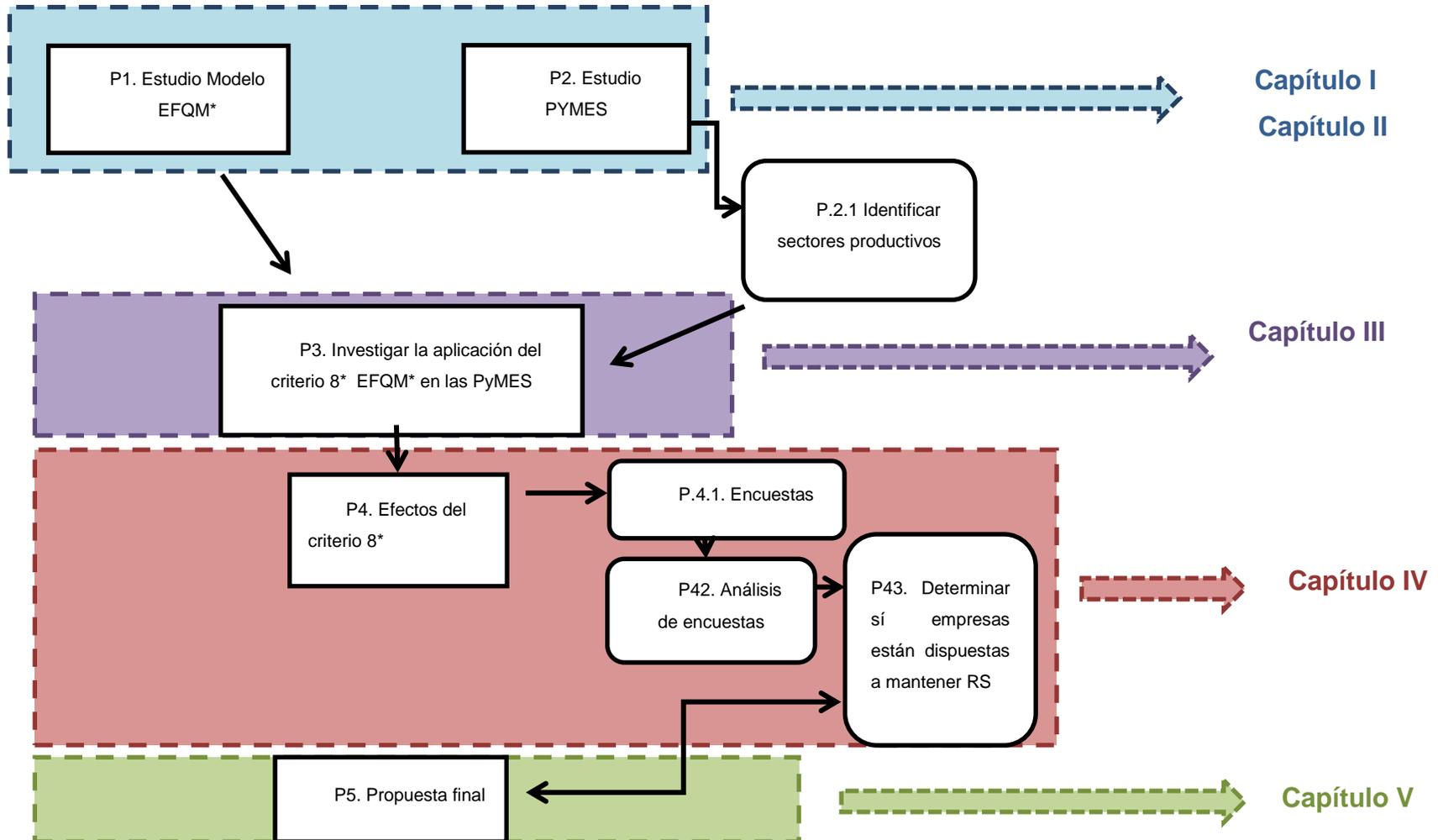
Esta investigación se efectuará a través de la metodología de la investigación científica, con la utilización de fuentes primarias, empleando como técnica de recolección de información, la encuesta.

El estudio que se llevará a efecto será descriptivo, tratando de receptor información relevante sobre: el tamaño del mercado, requerimientos de las empresas, cuantificación de la demanda y oferta.

La técnica de recopilación de la información será cuantitativa, efectuando un análisis estadístico de los datos, que más adelante serán presentados en gráficas para obtener los mejores resultados sobre esta investigación.

Para sintetizar la metodología empleada durante todo el trabajo de investigación de esta tesis, se esquematiza mediante un diagrama de bloques los procesos inmersos en la misma que van desde estudio inicial del modelo EFQM y de las PyMES hasta la obtención de una propuesta final del empleo de la Responsabilidad Social. Según modelo EFQM en las PyMES.

Ilustración 4: Esquema del trabajo de investigación de la tesis



* EFQM: Fundación Europea para la Gestión de la Calidad
. Criterio 8: Se refiere a Responsabilidad Social, según modelo EFQM

Elaborado por Autora

CAPÍTULO I MODELO EFQM

El desarrollo de este capítulo permitirá tener una visión general del modelo EFQM, conocer de una manera detallada su origen, determinar sus propósitos fundamentales, entre los cuales destaca conseguir que las empresas mantengan su óptimo prestigio, tomando en cuenta que la clave de su creación es la excelencia. Es importante resaltar que el mundo globalizado en el que nos desenvolvemos actualmente, nos obliga a expandir nuestros horizontes y visualizar las diferentes estrategias o modelos que aplican países desarrollados, para que, de alguna u otra manera, sean tomados como ejemplos a seguir, lo que permitiría conseguir un mejor desenvolvimiento de la empresa.



1.1 ORIGEN DEL MODELO EFQM

En Europa, en el año 1988, catorce de las empresas de mayor importancia en ese continente, notaron que el incremento en la competencia a nivel mundial, constituía una amenaza para la situación europea dentro del mercado. Ante esta realidad, se creó la Fundación Europea para la Gestión de Calidad (EFQM, según sus siglas en inglés), fundada sin fines de lucro y con el cometido de mantener en Europa organizaciones capaces de alcanzar la excelencia en la satisfacción de sus clientes y de sus empleados, en su impacto social y en sus resultados empresariales.

Actualmente EFQM posee más de 700 miembros, la mayor parte pertenecientes a países europeos que se han comprometido con la excelencia total y la optimización de la organización.(MODELO EFQM, 2012)

Los propósitos esenciales de esta fundación son:

- Prestar la ayuda necesaria a las organizaciones europeas para fomentar su competitividad.
- Acrecentar la aprobación de la Calidad para utilizarla como estrategia.
- Incentivar y apoyar a las labores de crecimiento de la empresa.
- Dar a conocer prácticas para alcanzar el éxito.

La Fundación Europea creó en 1992 un modelo exclusivo de EFQM que tiene la meta de apoyar a todas las empresas, de cualquier clase, sector, etc., con la finalidad de que se relacionen entre si y por consiguiente optimicen su actividad. La clave de su creación es la excelencia, otorgar a las empresas todas las técnicas para superar sus métodos de acción. Por otra parte. Además ha servido de base para la concesión de premios por la calidad en Europa, mediante puntuaciones determinadas en los nueve criterios.

EFQM es la técnica más adecuada ya que se puede utilizar de diversas maneras:

- Como norma para efectuar un auto revisión para ubicar sectores de progreso y establecer conclusiones para éstas.

- Como una técnica de mutuo adiestramiento (benchmark) con las demás empresas.
- Como sistema para calcular los cambios de eficacia de una empresa.
- Como apoyo para el uso de un vocabulario y pensamiento común dentro de la empresa.
- Como base para estudiar la organización del sistema de gestión.
- Como meta para acceder a reconocimientos de calidad que los proporciona EFQM u otras instituciones (autonómicas, nacionales o europeas), o de base para lograr sellos de excelencia.

El uso de EFQM como técnica de superación, es un camino viable ya que, para progresar se requiere de una guía que ayude a explorar de manera sistemática los requisitos de desenvolvimiento de la empresa. Esta guía no puede ser normativa ni prescriptiva: no especifica el método a seguir para desarrollar las actividades, considerando de esta forma las particularidades de cada empresa y la práctica de sus colaboradores.

EFQM proyecta un sistema para autocalificar las acciones de toda empresa, tomando en consideración que existen diversas maneras de apreciar la eficiencia en los 9 criterios establecidos. Se posee total libertad para interpretar al momento de establecer los métodos correctos para una empresa específicamente, considerando su entorno, modernización, nivel, etc. (MODELO EFQM, 2013)

1.2 DEFINICIÓN Y MISIÓN DEL MODELO EFQM

El Modelo Europeo de Excelencia Empresarial, está financiado por la Comisión de la UE, base del Premio Europeo a la Calidad. (Guía de calidad, 2013)

1.2.1 Definición Modelo EFQM

EFQM es un modelo no normativo, su objetivo principal es la autoevaluación la cual se llevará a cabo por medio de un detallado estudio del desenvolvimiento de la organización, tomando en cuenta los principios del modelo.

1.2.2 La misión del modelo EFQM

Incentivar y apoyar a las empresas europeas a tomar parte en estimular y ayudar a las organizaciones a participar en tareas las cuales sean dirigidas a captar aceptación por parte de los clientes, así como también de los colaboradores y de la sociedad.

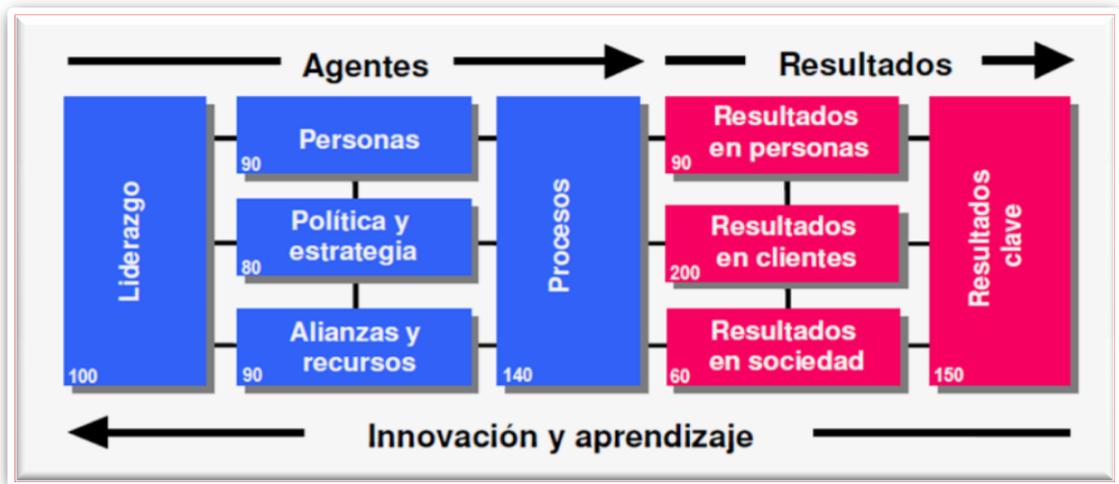
Otorgar ayuda a los empresarios de las organizaciones, en la aceleración de los proyectos de transformar la Gestión de Calidad Total en un elemento determinante para lograr un nivel de competitividad global. (C.R.A. , 2002)

1.3 ESTRUCTURA

El modelo europeo de excelencia se compone de nueve criterios:

- Cinco ayudan a la acción y se congregan en “agentes facilitadores”.
- Cuatro son de “deducciones”.

Ilustración 5. Estructura del Modelo EFQM



Fuente: (MODELO EFQM, 2013)

La filosofía frecuente de procedimientos, incluida en el modelo EFQM es el siguiente: logros óptimos con relación al desenvolvimiento de la empresa, clientes, quienes integran la sociedad, son los encargados de promover un liderazgo que guíe e incentive la política y pericia.

Los criterios “agentes facilitadores” (método para alcanzar un resultado) encierran el total de lo que la empresa tiene que efectuar y la forma de hacer cada una de las 5 áreas especificadas. Cada criterio se agrupa en una noción de procedimiento definido: liderazgo, acción de los individuos, la estrategia, y varios de estos se interrelacionan entre sí.

Cada criterio, posee cinco sub criterios (excepto el de Política y estrategia que son 4) que determinan más concisamente las áreas que tienen que ser consideradas para su estudio.

Al mismo tiempo, los sub-criterios contienen consejos acerca de ejercicios de acciones específicas que la empresa debe calificar. A estas disposiciones el EFQM denomina “elementos a considerar”, fortaleciendo el concepto de que no todas pueden considerarse inevitablemente para evaluarse, sino únicamente las apropiadas para la empresa. Además, como se ha anotado, estas disposiciones no son normativas ni prescriptivas, son sitios de observación que

sugiere el modelo sobre las que cada empresa requiere considerar e identificar.
(MODELO EFQM, 2013)

1.4 LOS NUEVE CRITERIOS DEL MODELO EFQM DE EXCELENCIA EN LA GESTIÓN. (APMARIN, S.f)

El Modelo EFQM consta de dos partes: (Guía de calidad, 2013)

- a. Los Agentes (Criterios 1 al 5) son actitudes del medio de procedimiento de la empresa. Son consecuencias del producto. Para cada conjunto de criterios existe uno de normas de calificación reglamentadas en la denominada "lógica REDER
- b. Los Resultados (Criterios 6 al 9) constituyen lo que la empresa adquiere para cada actor, en este caso son los clientes, trabajadores, Socios e Inversionistas.

A continuación se mencionan cada uno de los criterios que conforman el modelo EFQ:

1. Liderazgo.
2. Política y estrategia.
3. Personas.
4. Alianzas y recursos.
5. Procesos.

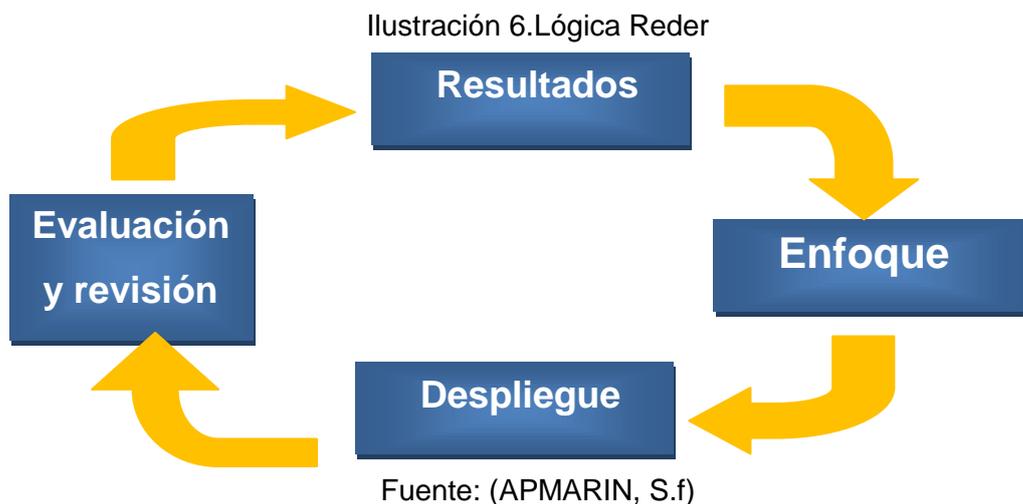
Los otros cuatro criterios, también conocidos como "resultados" son los siguientes:

6. Resultados en los clientes.
7. Resultados en las personas.
8. Resultados en la sociedad.
9. Resultados clave.

1.5 MÉTODO DE EVALUACIÓN DE LOS CRITERIOS DEL EFQM:

Lógica REDER

Todos los criterios antes mencionados se derivan de subcriterios, los cuales se los da a conocer de manera más específica.



Los resultados se relacionan a los logros de una organización. El Enfoque comprende todo cuanto se ha planificado hacer dentro de una organización, que responden a circunstancias de cada sub-criterio.

La Evaluación y Revisión corresponde al sistema que utiliza una organización para calificar y revisar el enfoque y el despliegue correspondiente. En este módulo el evaluado debe contestar a preguntas que se han acumulado en cada uno de los cinco criterios del EFQM de Excelencia. Para cada uno de éstos el interrogatorio se divide en tres partes: (MODELO EFQM, 2013)

Parte a: Presentación del Criterio: Se simplifica el criterio que se valorará y se confieren varias definiciones orientativas.

Parte b: Preguntas a autoevaluar: Se elaboran diferentes preguntas en relación al criterio. En cada una, quien evalúa determina el grado de eficacia del procedimiento de la unidad organizativa en consonancia con la pregunta.

Parte c: Resumen de Puntos Fuertes y Oportunidades de Mejora: surge un apartado de resumen en el que la persona que efectúa la evaluación está

capacitado para señalar las características cualitativas que cree son temas dinámicos y sitios de progreso de la acción de la unidad referente al criterio.

1.6 EL PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN MEDIANTE EL CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

El proceso de autoevaluación es aquel que permite identificar las falencias en las PyMES respecto a la manera de medir la responsabilidad social en las empresas, determinar los beneficios que esta genera, con la finalidad de establecer una comparación y dar a conocer alguna propuesta de mejora.

1.6.1 Causa de auto-valoración: ventajas

La auto-valoración da la oportunidad de conseguir la intervención de los integrantes de la empresa, con la finalidad de distinguir claramente sus puntos fuertes, así como también determinar en la organización sus áreas de mejora; otorgando a los colaboradores una relación directa con la ejecución del plan de mejora y el seguimiento del progreso realizado.

1.6.2 La memoria EFQM (Ministerios de Fomento, S.f., págs 19-24)

Una memoria EFQM constituye un instrumento ordenado de acuerdo a criterios y sub-criterios del Modelo EFQM de Excelencia. Mediante este modelo, una empresa expresa sus “méritos” en referencia a los pensamientos de investigación determinados en ese modelo.

Se constituye en dos bloques:

- Bloque de Criterios Agentes: las preguntas se relacionan a los 5 criterios de procedimientos del Modelo EFQM de Excelencia.
- Bloque de Criterios Resultado: los cuestionarios se refieren a los 4 criterios de consecuencias del Modelo EFQM de Excelencia

1.7 SÍNTESIS DEL CAPÍTULO

El mundo globalizado en el que actualmente nos desenvolvemos, obliga a la consecución de una mejora continua; lo cual se puede obtener mediante la aplicación de diversos modelos que buscan la excelencia empresarial. Este capítulo ha permitido conocer la estructura de uno de los modelos más aplicados por las empresas a nivel europeo, el cual está compuesto por nueve criterios los que se convierten en puntos importantes para alcanzar un equilibrio entre desarrollo social y metas empresariales. Es importante resaltar que el criterio 8 permite estudiar qué resultados está consiguiendo la empresa en lo que se refiere a la satisfacción de las necesidades y expectativas de la Comunidad.

CAPÍTULO II SECTORES PRODUCTIVOS EN EL QUE OPERAN LAS PyMES

PyMES: Pequeñas y medianas empresas; El presente capítulo pretende dar a conocer la importancia y su desenvolvimiento, el aporte que su desarrollo genera en la economía local y nacional, así como también determinar a través de un análisis de sus fortalezas y debilidades la situación actual de las PyMES.



2.1 DEFINICIÓN DE LAS PyMES

Según definición del Servicio de Rentas Internas del Ecuador, las PyMES son:

“PyMES son el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de conformidad con su volumen de ventas, capital social, cantidad de empleados, y su capacidad de producción o activos poseen particularidades propias de esta clase de organizaciones económicas”. (SRI, 2013)

De acuerdo a la información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), hasta el 2011 existían 68380 (100%) PyMES en el Ecuador. Se estima que la provincia de Guayas mantiene un peso importante con una representación de 27666 (40,46%) de PyMES, por lo cual está considerada como una de las provincias que mayor cantidad de PyMES agrupa.

2.2 SECTORES DE LAS PyMES

Generalmente, en el país, las pequeñas y medianas empresas establecidas, efectúan diversas clases de gestiones económicas. Se puede destacar las siguientes: (SRI, 2013)

- Comercialización al por mayor y menor.
- Labores agrícolas, repoblación forestal y pesca.
- Elaboración de manufacturas.
- Construcción.
- Transportación, bodegaje, y comunicación.
- Bienes inmuebles y prestaciones a las entidades.
- Beneficios, sociales y personales.

2.3 IMPORTANCIA DE LAS PyMES

Las PyMES en el Ecuador, se hallan especialmente en la fabricación de bienes y servicios, constituyendo el eje para el crecimiento social del país: fabricando, demandando y adquiriendo productos o aumentando valor agregado, siendo

por lo tanto un actor imprescindible en la producción de economías y fuentes de empleo.(SRI, 2013)

2.3.1 Importancia de las fortalezas de las PyMES

- Constituyen el 95% de los mecanismos de producción
- Crean el 60% de fuentes de empleo
- Intervienen en el 50% de la producción
- Extensa capacidad de redistribución.
- Facultad de creación de plazas de empleo
- Extensa posibilidad de adaptabilidad
- Elasticidad ante cualquier cambio
- Distribuciones institucionales horizontales

2.3.2 Debilidades de las PyMES

- Limitada tecnología y equipos para la elaboración de productos
- Escasa preparación del potencial humano.
- Escasez financiera.
- Limitado volumen de producción

2.3.3 De los Órganos de Regulación de las MI PyMES

El Consejo Sectorial de la Producción acordó los métodos de impulso e incremento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los respectivos ministerios de acuerdo al medio de sus competitividades. Para establecer las estrategias transversales de MI PyMES, el Consejo Sectorial de la Producción mantiene las siguientes facultades y obligaciones:(Ministerio de producción,empleo y competitividad, 2014)

- Autorizar las estrategias, objetivos, técnicas y planes encargados por el organismo interventor, así como monitorear y valorar la acción de los sujetos autorizados de la realización, contemplando las características formativas, sindicales y circunstanciales de cada sector y concertando las providencias precisas para el respaldo técnico y económico.

- Concretar, anticipar y concertar actividades para el crecimiento llevadero de las MI PyMES, así como determinar el importe para la implementación anual de todos los proyectos y procedimientos que se consideren de prioridad en su interior.
- Permitir la instauración y controlar el progreso de instalaciones técnicas requeridas en la materia, como: sitios de crecimiento MI PyMES, centros de indagación y adelanto tecnológico, incubadoras de organizaciones, nodos de transmisión o laboratorios, que se necesitan para incrementar, aportar e inducir el progreso fructífero de estas organizaciones en correspondencia con los estatutos propios de cada medio.
- Concertar con los gremios entendidos, estatales y privados, eventos de entrenamiento, información, colaboración técnica y desarrollo comercial, encaminados a emprender la intervención de las MI PyMES en el mercado internacional.
- Apoyar la intervención de universidades y centros de enseñanza: locales, nacionales e internacionales, en el incremento de proyectos de Código de la Producción emprendimiento y productividad, en actitud vinculada con los medios beneficiosos, a fin de confortar a las MI PyMES.
- Emprender la práctica de los reglamentos, principios necesarios para la demostración de la calidad en el campo de las MI PyMES, establecidos por la autoridad correspondiente.
- Promover la ejecución de sistemas de fabricación honesta y compromiso social por parte de las MI PyMES.
- Fomentar la ejecución de instrumentos de indagación y de progreso de organizaciones que colaboren con la unificación de los organismos

públicos y privados que toman parte en el crecimiento de las empresas MI PyMES.

2.3.4 Aporte de las PyMES en el Ecuador

En este país, las empresas adquieren su categoría, de conformidad a su tamaño:

Microempresas: Contratan hasta 10 empleados y poseen un capital fijo, hasta de 20 mil dólares (sin considerar los bienes inmuebles)

Talleres artesanales: Se catalogan por su labor manual, poseen 20 obreros (operarios) y su capital fijo es de 27 mil dólares.

Pequeña Industria: Contrata hasta 50 obreros.

Mediana Industria: Puede contar entre 50 y 99 empleados y su capital fijo no puede superar a los 120 mil dólares.

2.3.5 Falencias encontradas en las PyMES

Son muchas las falencias con las que hoy en día se enfrentan los líderes que dirigen las empresas, a continuación se detalla las falencias más representativas, estas son:

- Poca tecnología.
- Ausencia de crédito, con precios elevados y limitada acogida
- Manufactura sin reconocimiento y calificación
- Manufactura destinada al mercado local preferentemente.
- Resultan escasos los métodos de ayuda para el financiamiento, entrenamiento, y aplicación de la tecnología.

2.3.6 Potencialidades encontradas en una PyME

La pequeña industria en el Ecuador, consta con gran número de potencialidades que resultan casi desconocidas y explotadas. Estas se refieren principalmente a:

- Factores determinantes para crear fuentes de empleo y mayores ingresos.
- Al intensificar la riqueza, disuelve los inconvenientes y las intranquilidades sociales, mejorando la gobernabilidad.
- Necesita menos inversión monetaria.
- Es el elemento principal para intensificar la economía de zonas y provincias abatidas
- Es el nivel que generalmente se usa: insumos y materia prima del país.
- Posee condiciones para conseguir nichos exportables para productos no habituales producidos en la localidad.
- El elevado costo de sus productos, beneficia al distribución más equilibrado del ingreso
- Conserva gran potencial para suministrar bienes y servicios a las industrias. (subcontratación)
- Es manejable para incorporarse y afrontar requerimientos del mercado

2.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES ECUATORIANAS

Al hablar de responsabilidad social en las PyMES ecuatorianas, se habla de la importancia con la que estas empresas actúan con su entorno, es decir tener un comportamiento ético y responsable a nivel interno y externo.

Es la combinación espontánea, de las empresas, en relación con las inquietudes sociales y del medio ambiente, en sus procedimientos mercantiles y sus conexiones con sus interlocutores (Salazar, 2013)

Es una manera actualizada de acción, con la que las organizaciones se desempeñan de modo responsable en lo financiero, sindical y ambiental, registrando las impresiones de diferentes tipos de personas, con los que mantiene relación, como: accionistas, trabajadores, público en general, distribuidores, usuarios, considerando el entorno y las generaciones posteriores.

Actualmente en nuestro entorno empieza a generarse una cultura encaminada a plantear políticas socialmente responsables, para ello se cuenta con algunas empresas que han sido creadas con la finalidad de asesorar y dirigir a empresas que deseen alcanzar la consecución de la excelencia.

Refiriéndonos específicamente a nuestro país Ecuador, muchas de las empresas ya están capacitando a su personal para aplicar estas políticas, lamentablemente por falta de personal calificado en Responsabilidad Social Empresarial y determinados procedimientos y procesos que muestran falencias, ha generado que la sociedad se dé cuenta de la poca importancia que se le ha dado a este tema, debido a que gran porcentaje de empresas siguen creyendo que la rentabilidad es el principal objetivo

2.5 REFLEXIONES ACERCA DEL SECTOR PRODUCTIVO DE LAS PyMES

Uno de los principales conceptos que se obtiene en la revisión del capítulo, es que toda organización por naturaleza ha sido creada para la consecución de la excelencia, para lo cual es necesaria la aplicación de herramientas que nos permitan el desarrollo de la misma, tomando en cuenta que para obtener dicho desarrollo hay que hacer un análisis previo de los diferentes sectores en los que se podría ejecutar determinadas herramientas en pro de la excelencia, de allí la importancia de estudiar en este capítulo las PyMES y su desarrollo en la sociedad.

CAPITULO III APLICACIÓN DEL CRITERIO 8 Y LOS RESULTADOS SOCIALES DE LAS PYMES

Partiendo del estudio del capítulo I, en el que se pudo conocer el Modelo EFQM, qué es lo que pretende conseguir una vez que sea aplicado en cada una de las empresas, se determinó también que el mismo está compuesto por nueve criterios que en su todo conllevan a la consecución de la excelencia empresarial; este capítulo se enfoca en el criterio ocho del Modelo EFQ el cual expone la aplicación de la responsabilidad social y de qué manera se puede realizar un estudio, mediante la utilización de determinadas herramientas que permita poner en práctica la aplicación de la responsabilidad social en las empresas, estudio que ha inspirado el desarrollo de este trabajo investigativo.



3.1 GENERALIDADES DEL CRITERIO 8 DEL MODELO EFQM: RESULTADOS EN LA SOCIEDAD

Al hacer referencia al criterio 8 del modelo EFQM, nos referimos específicamente a los resultados en la sociedad; es decir a qué logros la empresa está alcanzando en su entorno, en el ámbito local, nacional, o internacional, en lo referente a responsabilidad social.

Para ello es necesario conocer qué es la responsabilidad social empresarial, cuáles son sus principales características y cuál es la importancia de aplicar la responsabilidad social empresarial en las PyMES.

3.1.1 Responsabilidad Social Empresarial

Varios son los factores que han incidido para que las empresas tomen conciencia de que todas las actividades que estas ejecutan vayan de la mano con una práctica socialmente responsable. El mundo globalizado en el que actualmente nos desenvolvemos obliga a crear estrategias competitivas, por lo cual se puede establecer que la aplicación de la Responsabilidad Social no solo se trata de una simple respuesta por parte de las empresas a ciertas demandas sociales, sino de una verdadera cuestión estratégica, una importante herramienta que permitirá asegurar la sostenibilidad de la empresas.

3.1.2 Importancia de la aplicación de la Responsabilidad Social y sus principales aspectos

Como ya se mencionó anteriormente la responsabilidad social es considerada como una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las PyMES, según el breve estudio realizado para la ejecución de este proyecto se pudo determinar que la aplicación de la responsabilidad social puede influir positivamente en lo que respecta a competitividad de las PyMES de la siguiente forma:

- Mayor motivación por parte de los trabajadores
- Fidelidad por parte de los clientes
- Mejoras de los productos y procesos de producción

- Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad, como consecuencia de una mayor eficiencia en el uso de recursos humanos y productivos
- Incremento en Ventas

3.1.3 La Responsabilidad Social Empresarial orientada a trabajadores, sociedad, mercado y medio ambiente

Varias son las actividades que algunas de las PyMES realizan y que están enfocadas al beneficio de los trabajadores, sociedad, medio ambiente, a continuación se detallan las siguientes:

Trabajadores:

- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Buena comunicación con los empleados y participación en las decisiones de la empresa
- Mejora de las condiciones laborales
- Remuneración justa según actividad y horas trabajadas

Sociedad:

- Mejoras de las infraestructuras locales
- Entrega de donaciones que beneficien a instituciones locales, sean estas escuelas, hospitales, asociaciones culturales, junta de beneficencia, entre otras
- Integración laboral a nivel local

Mercado:

- Políticas de precios justos
- Creación de alianzas empresariales a nivel local
- Mejoras en la calidad y seguridad de los productos
- Publicidad dentro del marco ético

Medioambiente:

- Utilización adecuada de los recursos
- Reducción de residuos y de la polución
- Seminarios y talleres sobre políticas medioambientales, dirigidos a clientes, socios o a la sociedad
- Elaboración de productos respetuosos con el medioambiente

3.2 EI PAPEL DE LAS PyMES Y SUS RESULTADOS SOCIALES

Las pequeñas y medianas empresas constituyen una parte principal en el desenvolvimiento de la economía en nuestro país. Sin embargo en la actualidad para muchos de nosotros la responsabilidad social parece estar concentrada en grandes empresas, quienes son las encargadas de crear e invertir en políticas socialmente responsables, para luego dar a conocer al mercado y a la sociedad sus logros alcanzados, sus acciones responsables y su incremento de rentabilidad, que sin duda alguna se consiguió como consecuencia de una gran inversión; en muchos de los casos para las PyMES este tipo de iniciativa acarrea un coste que en ocasiones no quieren asumir, pero esto no quiere decir que no practiquen una política interna de responsabilidad.

Lo expresado anteriormente permite darnos cuenta de una gran ventaja partiendo de la limitada capacidad de acción de las PyMES, esto da una flexibilidad y una capacidad de reacción que las grandes empresas no tienen. Tomando en cuenta que una de las principales características de las PyMES, es el trato directo con su grupo de interés al estar mucho más ligadas con el entorno en el que actúan, esto hace que las PyMES sean mucho más conscientes de las preocupaciones, intereses y expectativas, en muchas ocasiones pequeñas y medianas empresas ejecutan normas de responsabilidad social, en su actuar diario, sin tenerlas catalogadas como tal

3.3 APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES

Para ser socialmente responsables no es necesario aplicar complejos sistemas de gestión que permitan aplicar responsabilidad social. Al contrario, se puede realizar un estudio, análisis y sistematización de las actividades que ejecutan determinadas PyMES y comprobar si estas se encuentran dentro del marco de políticas socialmente responsables. Una razón de peso para empezar a sistematizar los procesos y de esta manera dar a conocer la gestión responsable por parte de las PyMES, que en muchos de los casos son ejecutadas de manera empírica, es el gran papel que desempeñan en la cadena de valor de los productos y servicios que ofrecen.

Cada vez aumenta la importancia de aplicar la responsabilidad social, determinar sí se están ejecutando, identificar dichas prácticas o establecer una propuesta de mejora que conlleve a la obtención de una gran estrategia competitiva. Para ello existen algunos métodos, ya sean estos complejos o sencillos que ayudan a determinar los puntos antes mencionados; uno de ellos es el octavo criterio de evaluación del modelo efqm, que se refiere específicamente a los resultados sobre la sociedad, en pocas palabras saber que está consiguiendo la pequeña o mediana empresa socialmente a nivel local o nacional. Para ello proporcionan dos subcriterios a los que será necesario dar respuesta y los que servirán como herramientas para determinar lo antes mencionado.

3.3.1 Medidas de percepción:

Estas medidas se consiguen obteniendo antecedentes a través de encuestas, informes de opinión, diálogos en profundidad o en ciertos casos, mediante representaciones sociales como: autoridades administrativas o públicas.

Según el objetivo de la organización, serán de atención las siguientes valoraciones:

- Labores de la entidad en calidad de parte de la sociedad como miembro de la sociedad:
- Propagación de informes que resulten de relevancia para el grupo social.
- Impresión financiera en el campo de acción de la empresa.
- Métodos de igualdad.
- Camaradería con ejecutivos que tienen relación con las labores de la empresa.
- Intervención conjunta con la comunidad perjudicada por la ocupación de la empresa.

Por lo tanto, una vez ubicada en la zona de acción, involucra a la empresa en instrucción, valores y la cultura de la sociedad afectada, conjuntamente con el cuidado de la salud y el beneplácito de la comunidad, el deporte y otras actividades de esparcimiento.

- Colaboración del voluntariado.

- Funciones orientadas a disminuir las factibles preocupaciones ocasionadas en la realización de su actividad.
- En este aspecto, la organización debe contestar sobre que prevenciones tomar para disminuir en lo posible los diversos peligros en el campo de la seguridad, salubridad, entorno y bienestar social.
- Funciones puestas en marcha relacionadas con la disminución de gastos y conservación de los recursos naturales:
 - Vías de movilización usados.
 - Fuerzas alternas.
 - Disminución de los gastos de energía y uso de materiales reciclados y/o reciclables.
 - Proceso de los desperdicios.
 - Choques ocasionados en el ecosistema.

3.3.2 Indicadores de rendimiento

En este sub-criterio la organización debe responder a las disposiciones internas que utiliza para superar su utilidad y presagiar las limitaciones y sensaciones sociales. Dentro de este destacado, a más de los puntos comprendidos en el sub-criterio preliminar, si resulta, la entidad tendrá que responder a:

- La consecuencia de los incrementos de la empresa en razón de rendimiento social.
- Disposiciones internas de protección del ecosistema como:
 - El canje de soportes grabados por otra clase de soportes.
 - Uso de papel reciclado.
 - Promover el empleo de transportaciones públicas o compartidas con otras personas.

3.4 SÍNTESIS DEL CAPÍTULO

El criterio 8 del modelo EFQM, se basa principalmente sobre lo que está logrando la empresa en el ámbito social; para conocer de qué manera actúa la empresa ante la sociedad; con la finalidad de medir las prácticas sociales que practican las PyMES es necesario identificar las misma, lo cual se puede realizar a través de una sencilla herramienta proporcionada en este capítulo.

CAPÍTULO IV EFECTOS DEL CRITERIO OCHO, LOS RESULTADOS SOCIALES EN LAS PyMES Y EN LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA

Este capítulo permitirá conocer la realidad aplicativa de la RSE específicamente en nuestra sociedad, detallando los resultados obtenidos en encuestas, las mismas que se han enfocado en determinar cuál es la reacción de las PyMES ante la importancia de la ejecución de políticas que conlleven a prácticas responsablemente sociales; y determinar las diferentes formas de implementación de las prácticas de RSE.



4.1 GUAYAQUIL Y SU APORTE EN LA ECONOMÍA

Guayaquil la segunda ciudad más importante del Ecuador conocida como una ciudad de amplia actividad comercial, considerada como la capital del comercio nacional; según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador constituye el eje económico de uno de los principales sectores de la economía nacional, en los que destaca la construcción, alojamiento, comercio, salud, enseñanza, y actividades agrícolas. Cabe recalcar que uno de los principales factores que ha contribuido para que la ciudad de Guayaquil alcance su gran nivel económico, es la gran acogida que esta ha tenido en lo que respecta a la migración.

Otros de los factores de gran importancia para el notable crecimiento económico que ha tenido Guayaquil con el pasar de los años, son las grandes oportunidades que han generado el sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, social y ambiental, lo cual podemos ver reflejados en grandes inversiones para el desarrollo edificaciones, proyectos inmobiliarios, urbanizaciones privadas y oficinas.

Según cifras proporcionadas por la Cámara de Comercio de Guayaquil la ciudad es sede del 39% del las 1000 compañías más importantes del Ecuador.

4.1.1 Las PyMES en la ciudad de Guayaquil

Las Pequeñas y medianas empresas (PyMES) tienen un gran relación con el desarrollo económico, una gran ventaja que tienen las PyMES es el contacto directo que pueden llegar a tener con sus clientes, con su entorno y de esta manera determinar las necesidades del mismo, sin embargo son en la actualidad estas ventajas se ven limitadas en esta categoría, debido a la menor disponibilidad de recursos, y la poca sistematización utilizada en el desarrollo de sus procesos.

Una de las principales provincias que agrupan la mayor cantidad de PyMES es Guayas con un 42,50% de representación de la totalidad de PyMES en el Ecuador

La cámara de la pequeña Industria de Guayas da a conocer que en la ciudad de Guayaquil hay aproximadamente 9.292 PyMES que están jugando un papel primordial en el desarrollo de la economía guayaquileña y contribuyendo en gran parte al desarrollo de la economía nacional.

4.1.2 PyMES y sus Resultados en la sociedad guayaquileña

Es de conocimiento que las PyMES a nivel nacional como local, constituyen uno de los principales generadores de empleos y son parte fundamental en el desarrollo de la economía local y nacional; en el transcurso de los años ha sido notorio el crecimiento que han tenido las PyMES en la ciudad de Guayaquil, lo que ha generado que estas se desenvuelvan en un medio competitivo, por lo cual tratan de aplicar estrategias que les permitan diferenciarse unas de otras y así obtener un alto nivel competitivo, es por eso que vemos como cada vez más, las empresas buscan promover un entorno adecuado a su actividad, el mismo que garantice su supervivencia a largo plazo, ejemplo que están siguiendo muchas pequeñas y medianas empresas, lamentablemente a través del sondeo realizado en algunas de las PyMES del medio, y conversaciones con administradores de pequeñas empresas se pudo determinar que es poco el conocimiento acerca del tema, o sí lo tienen lo ejecutan de modo empírico sin saber de qué manera podrían sacar provecho luego de haber aplicado una política socialmente responsable.

Por ello se considera que es de suma importancia revalorizar el concepto de Responsabilidad Social y dar a conocer que no es más que la ejecución de buenas prácticas y la generación de territorios socialmente responsables y sostenibles

4.1.3 Indicadores de desempeño aplicables a la sociedad guayaquileña

No se puede dejar a un lado los indicadores de desempeño, herramienta que nos permitirá tomar decisiones en todos los ámbitos de la sociedad, una vez que se hayan evaluado diferentes variables, las cuales se detallan a continuación:

Aspecto: Comunidad

- Naturaleza, representación y eficacia de proyectos, acciones en las colectividades, considerando el ingreso, operación y retiro de la empresa.

Aspecto: Corrupción

- Comisión y total de unidades de negocio investigadas con relación a peligros conectados con la corrupción.
- Proporción de colaboradores iniciados en políticas y sistemas que combaten la corrupción de la empresa.

Aspecto: Política Pública

- Importe de las contribuciones y en especial a partidos políticos o a instituciones que mantienen relación con otros países.

Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal

- Total de actividades por motivos referentes a prácticas monopolísticas y frente a la libre competitividad, y sus resultados.

Aspecto: Cumplimiento Normativo

- Importe de prohibiciones y penalidades representativas y total de infracciones no monetarias emanadas de la falta de cumplimiento de reglamentos.

4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Se considera que las PyMES en Guayaquil cubre una variedad de actividades entre las que predominan las comerciales, los servicios y las de producción artesanal o micro industrial.

4.2.1 Determinación del Universo

De conformidad con el informe de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, hay 21.864 PyMES en el Ecuador (CAPIG, 2010). La mayor concentración de PyMES se centra en 5 provincias, entre las que destacan Guayas con el 42.5% y Pichincha con el 17,6%, Manabí 9,8%, El Oro 5.5%, Azuay 2,7% y el resto de provincias del país representan el 21,9%. Para determinar el universo es necesario definir la unidad que será analizada; por lo cual se ha tomado como referencia el número total de PyMES a nivel nacional

que es un total de 21.864, de las cuales el 42,5% le pertenece a la provincia de Guayas (21.864* 42,5%), dando una totalidad de 9. 292 PyMES objeto de nuestro estudio. cabe tomar en cuenta que el eje fundamental del las PyMES se centra en el sector comercial.

Para conocer el tamaño de la muestra de los usuarios que son considerados parte proporcional de la población, es necesario el uso de la fórmula de población finita, por lo cual, la fórmula a aplicar para determinar el tamaño de la muestra se indica a continuación:

Fórmula

n = tamaño de muestra

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad positiva 0.95%

q = Probabilidad negativa 0.05

N = tamaño de la población

e = Error de estimación 3%

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

$$n = \frac{9.292 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{(0.03)^2 \times (9.292-1) + (1.96)^2 \times (0.05 \times 0.95)}$$

$$n = \frac{9.292 \times (3,84 \times 0,048)}{(0,0009 \times 9.291) + (3,84 \times 0,048)}$$

$$n = \frac{9.292 \times 0,18}{8,3619 + 0,18}$$

n= 1672,56

8,5419

n= 195,80 encuestas aproximadamente = 200 encuestas

4.2.2 Resultados de la encuesta

Mediante la encuesta se obtiene un estudio real de la sociedad que nos rodea, para luego realizar una propuesta según resultados obtenidos en la encuesta.

1. ¿Su empresa mide la responsabilidad social?

Por el resultado de la encuesta, se deduce claramente que no existe responsabilidad social de parte de las empresas, demostrado en un 78% de encuestados que respondió que NUNCA, seguido por el 22% que afirma que existe responsabilidad ocasional, por lo tanto, queda comprobado que no existe casi ninguna responsabilidad social por parte de las empresas.

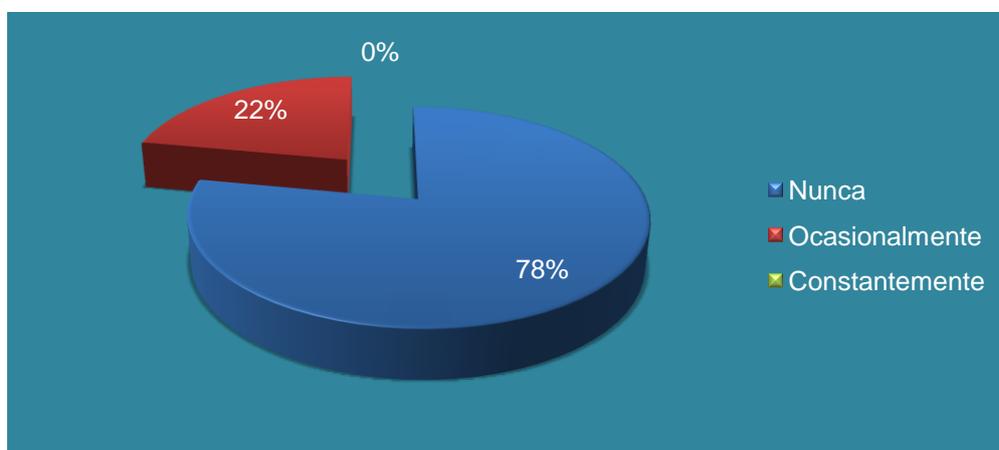
Tabla 1. Pregunta 1

¿Su empresa mide la responsabilidad social?	
Nunca	156
Ocasionalmente	44
Constantemente	0

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 7. Pregunta 1



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

2. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar un plan de responsabilidad social empresarial?

La mayor limitación que enfrentan las empresas, de acuerdo a las respuestas de los encuestados, es Medición de Resultados, equivalente al 44%, en segundo lugar consideran que por Capacitación, un 25%, Recursos humanos 18%, Personal capacitado un 12% y el 1% expresó que no le interesa el tema. En conclusión, queda nuevamente demostrado el poco interés de las empresas por desarrollar una responsabilidad social.

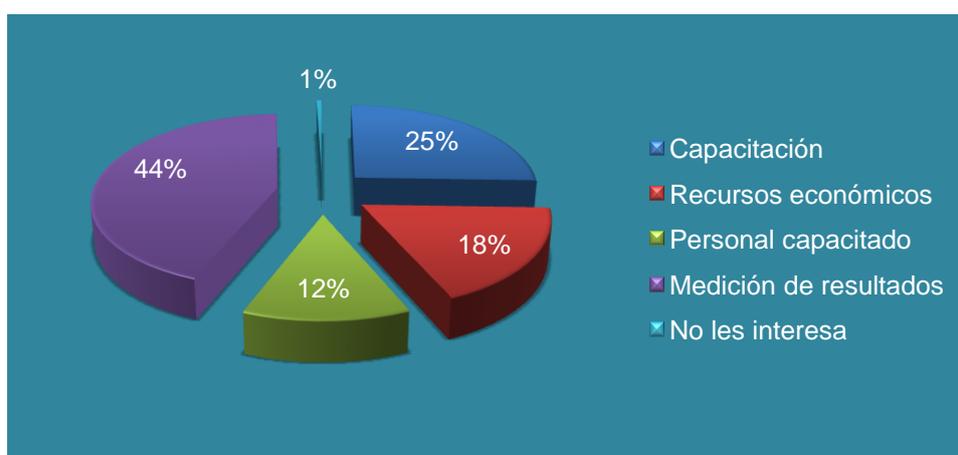
Tabla 2 Pregunta 2

¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar un plan de responsabilidad social empresarial?	
Capacitación	51
Recursos Económicos	36
Personal Capacitado	25
Medición de resultados	87
No les interesa	1

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 8.Pregunta 2



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

3. ¿Estaría dispuesto a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de responsabilidad social empresarial?

Con esta pregunta, es fácil comprobar que no existe mayor interés de las empresas en colaborar con la responsabilidad social, obteniendo como respuestas un porcentaje negativo muy elevado, de 58%, NO y 42% que SI, marcando igualmente la superioridad por una negativa ante este tema.

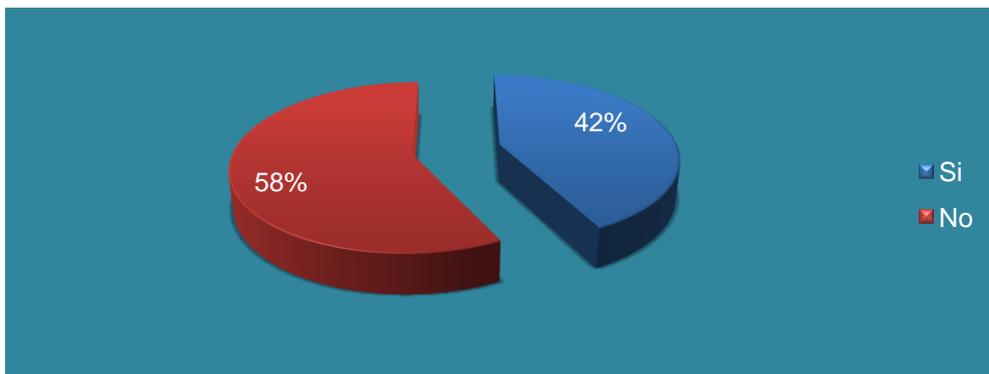
Tabla 3 . Pregunta 3

¿Estaría dispuesto a realizar alianzas con otras empresas para implementar sus acciones de responsabilidad social empresarial?	
Si	85
No	115

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 9.Pregunta 3



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

4. ¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en responsabilidad social empresarial?

El mayor beneficio que puede proporcionar la responsabilidad social empresarial, representa la Social, que los encuestados respondieron en un 43% por este ítem, el tema Ético representa un segundo lugar con un 28%, seguido por Sostenibilidad el 13%, estos tres ítems son los de mayor impulso dentro de este plano, sin embargo, la realidad no justifica las cifras. Con menores porcentajes 6% representa el aspecto financiero, 5% Interno y Ambiental, que no tienen trascendencia.

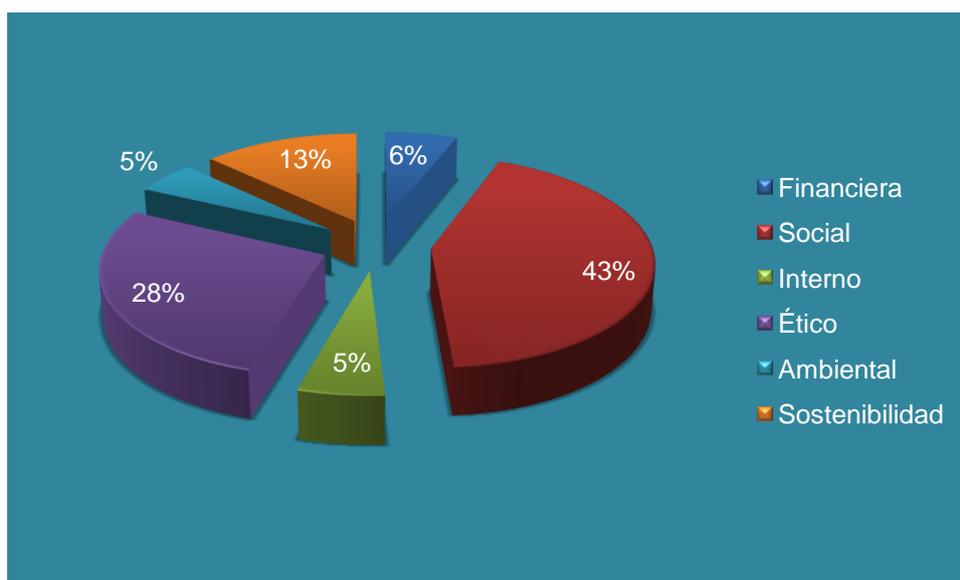
Tabla 4. Pregunta 4

¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en responsabilidad social empresarial?	
Financiera	12
Social	86
Interno	11
Ético	55
Ambiental	10
Sostenibilidad	26

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 10. Pregunta 4



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

5. ¿Qué tipos de programas ofrece para apoyar el equilibrio vida personal/trabajo?

Considerando la importancia que trae consigo este tema, por la influencia que tiene sobre la vida personal de cada empleado, esta encuesta determina que el 30% requiere de la suspensión parcial de reuniones fuera de horario laboral porque lógicamente impide al empleado cumplir con sus funciones personales, lo que significa que es de gran importancia que se considere en las empresas estos rubros para conseguir mejores resultados laborales. Se demuestra que el 26% Vestimenta flexible, 21% reducción de viajes de trabajo, 17% Política de familia, hijos y 6% horario flexible, en consecuencia, requieren de mayor atención de quienes manejan la empresa.

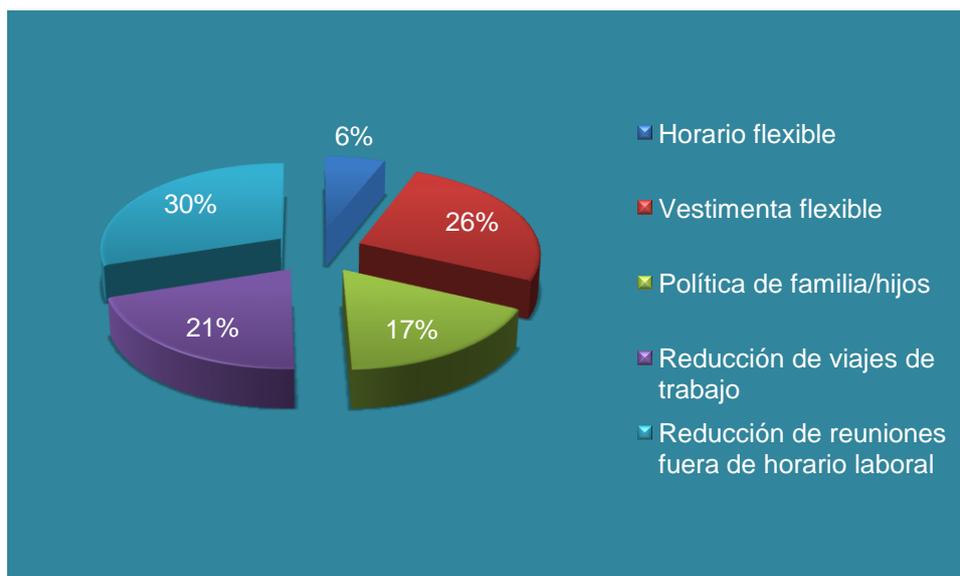
Tabla 5. Pregunta 5

¿Qué tipos de programas ofrece para apoyar el equilibrio vida personal/trabajo?	
Horario Flexible	12
Vestimenta cómoda	52
Política de familia/hijos	35
Reducción de viajes de trabajo	41
Reducción de reuniones fuera de horario laboral	60

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 11. Pregunta 5



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

6. ¿Hasta qué nivel es percibida su organización como proveedora de reputación social positiva?

Con las respuestas obtenidas en esta pregunta, los encuestados demostraron una vez más el desinterés de las empresas por el bienestar social, respondiendo un 62% que el nivel de atención obtenido es bajo, seguido por el 34% que respondió que un nivel medio, 4% a cierto nivel y las otras alternativas: Nivel alto y Nada, 0%.

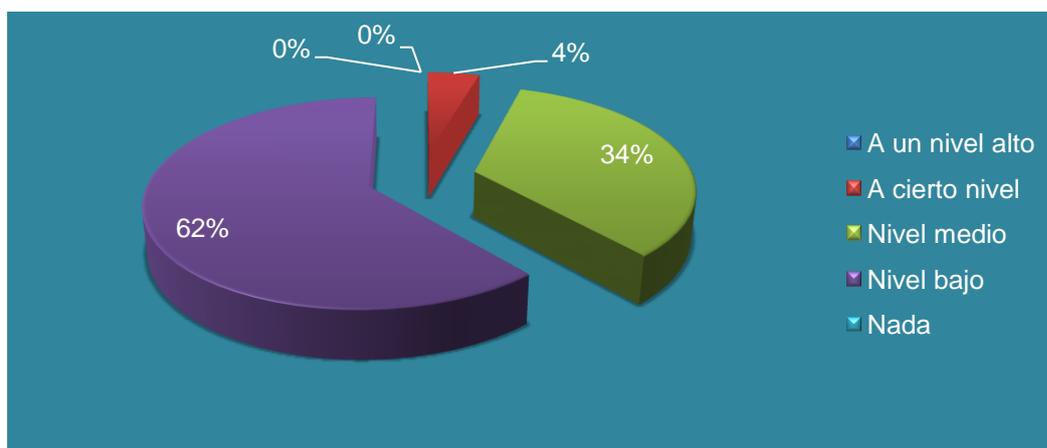
Tabla 6. Pregunta 6

¿Hasta qué nivel es percibida su organización como proveedora de reputación social positiva?	
A un nivel alto	0
A cierto nivel	9
Nivel medio	68
Nivel bajo	123
Nada	0

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 12. Pregunta 6



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

7. ¿Cuáles de los siguientes factores influyen en el desarrollo de su organización?

El 38% de empresarios encuestados opinan que es muy importante el apoyo financiero para proyectos PyMES porque de ello depende el realizar sus objetivos. El 29% se preocupan por la provisión de un ambiente seguro y sano para el bienestar de sus empleados. El 33% en minoría opinan que es importante de las actividades de voluntariado, reconocimientos públicos y política.

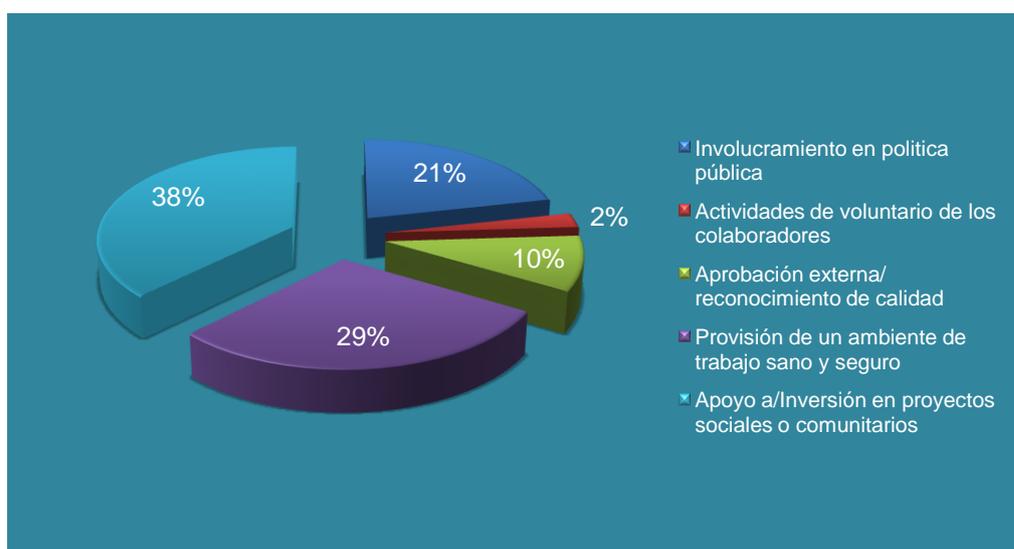
Tabla 7. Pregunta 7

¿Cuáles de los siguientes factores influyen en el desarrollo de su organización?	
Involucramiento en política pública	43
Actividades de voluntariado de colaboradores	5
Aprobación externa/ reconocimiento de calidad	29
Provisión de un ambiente de trabajo sano y seguro	58
Apoyo a inversión en proyectos sociales o comunitarios	75

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 13. Pregunta 7



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

8. ¿Cuáles son los principios sobre los que su organización basa sus acciones de RSE?

Para el 33% de empresarios, la transparencia es la cualidad más importante de sus actividades, seguido por el 21% de encuestados, para quienes la práctica de la igualdad de empleo y diversidad es primordial en las actividades de sus empleados, seguido por el 18%, cuya opinión se basa en el manejo del comportamiento ético, los temas ambientales y de voluntariado social no tienen relevancia.

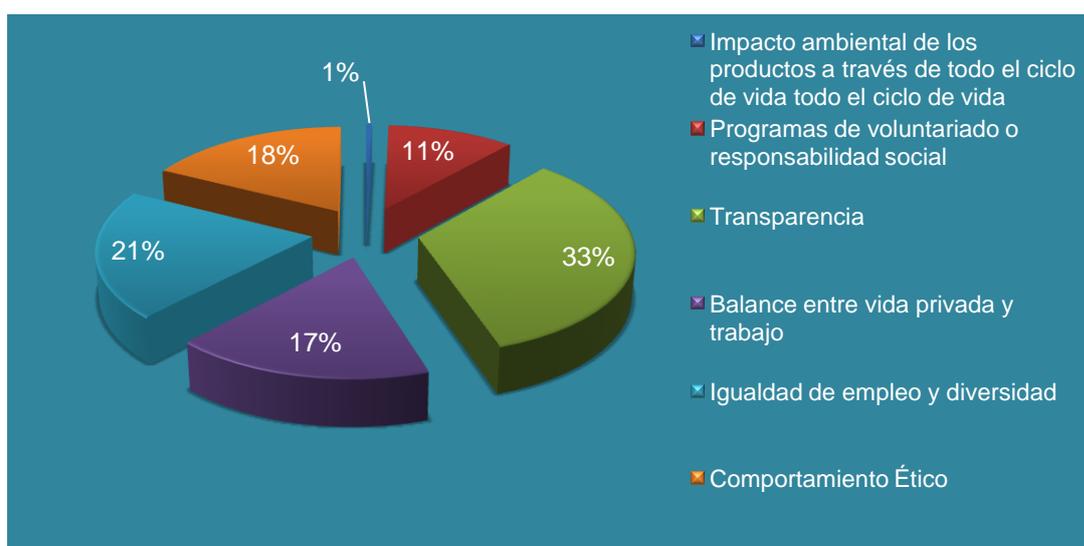
Tabla 8. Pregunta 8

Cuáles son los principios sobre los que su organización basa sus acciones de RSE?	
Impacto ambiental de los productos a través de todo el ciclo de vida	1
Programa de voluntariado o responsabilidad social	22
Transparencia	67
Balance entre vida privada y trabajo	34
Igualdad de empleado y diversidad	41
Comportamiento ético	35

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 14. Pregunta 8



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

9. ¿Existe un comportamiento de ética hacia la competencia?

Los encuestados aseguran que su empresa mantiene un comportamiento bastante ético con la competencia, alcanzando un porcentaje del 62% la respuesta “más o menos” y el 38% sí. Por lo que se considera es una empresa que actúa con seriedad profesional.

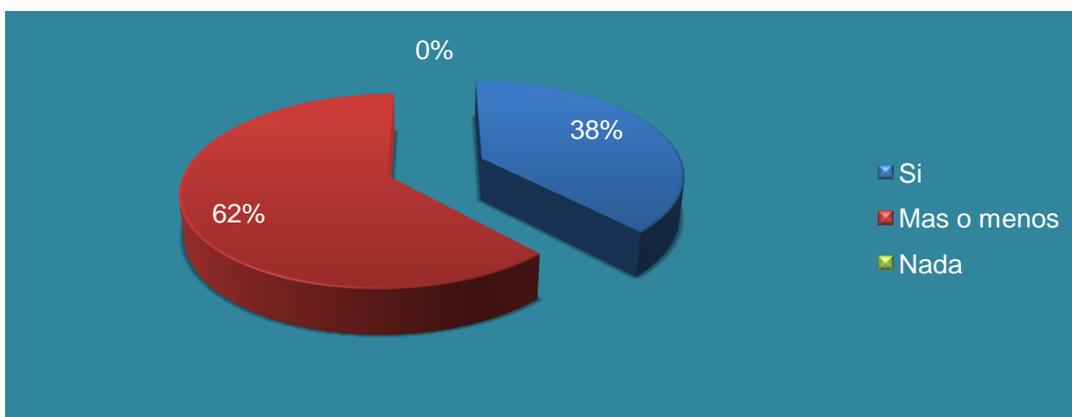
Tabla 9. Pregunta 9

¿Existe un comportamiento de ética hacia la competencia?	
Sí	76
Más o menos	124
Nada	0

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 15. Pregunta 9



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

10. ¿Practican código de ética hacia sus proveedores y clientes?

Con el antecedente de la pregunta anterior, cabe anotar que de acuerdo a las respuestas a esta pregunta, demuestran los encuestados que la empresa en general es seria, pero en el trato con proveedores y clientes tiene sus falencias, así, el 77% considera que es más o menos ética, el 17% si es ética y 6% no es ética.

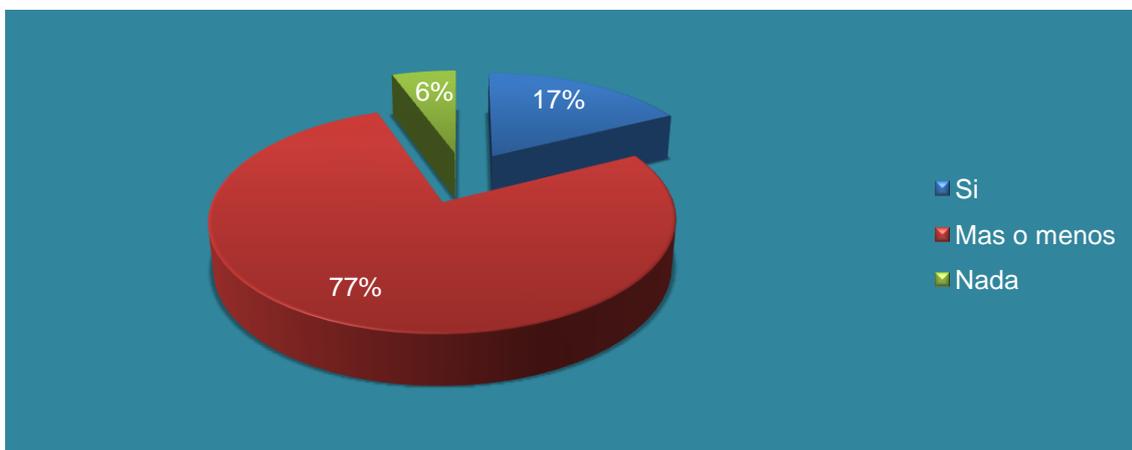
Tabla 10. Pregunta 10

¿Practican código de ética hacia sus proveedores y clientes?	
Si	35
Más o menos	154
Nada	11

Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

Ilustración 16. Pregunta 10



Elaborado por: Autora

Fuente: Personas encuestadas

4.3 IMPACTO AL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA

Relaciones con la sociedad:

Basándonos en el estudio realizado, se puede determinar que actualmente en nuestra sociedad, se desenvuelven empresas con un gran nivel productivo, lo que genera un gran aporte al desarrollo económico; lastimosamente se está dejando a un lado la importancia de establecer un vínculo con el público de interés y su papel con los diferentes grupos que forman la sociedad.

4.3.1 La dimensión de la relación con la sociedad

Relación con la Comunidad se refiere a la forma de cómo la organización crea vínculos con los diferentes públicos de interés que tiene; como la relación que mantiene con la comunidad cercana y con la sociedad. Actualmente se escucha como las empresas de mayor desarrollo implantan sistemas de “buen vecino”. Este es un aspecto que se relaciona con el ambiente en el que la organización se encuentra inmersa.

Se puede determinar que algunas de las PyMES tienen un ambiente desfavorable, en el que sus vecinos no están conformes con su presencia, reciben reproches de la sociedad en general por su actuación, y se torna más dificultoso su desempeño. Es importante resaltar que, la relación que mantiene la organización con su público de interés y la sociedad, son importantes para su sostenibilidad en el tiempo. La empresa requiere mantener relaciones de cooperación comunitaria para ser valorada y respetada por sus clientes y su entorno en general

4.3.2 Sub-dimensiones de Relación con la sociedad

¿A qué se refiere cuando se habla de Diálogos con Públicos de Interés?

Se menciona a la relevancia de que la organización ubique a su público de interés, conozca lo más importante de los mecanismos para mantener una relación permanente con sus clientes.

Los públicos de interés son muchos, pertenecen a los grupos estratégicos de la organización, pero los más importantes resultan los: empleados, compradores, accionistas, distribuidores, otras empresas, empresas estatales, las organizaciones de la sociedad civil, la comunidad.

4.3.3 Obligaciones legales

No existen compromisos legales con relación a públicos de interés con los que la organización se relaciona, ni como se establece, se puede nombrar que la reglamentación ambiental requiere la colaboración ciudadana, en lo relacionado a: normas, proyectos y regulaciones ambientales; en los procedimientos que contienen los análisis de impacto ambiental.

4.3.4 Implementación de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la sociedad

- Primeramente se identifica el grupo de interés con los que la organización está relacionada

Por ejemplo: la organización A requiere en primer lugar, iniciar una relación más amplia con sus clientes, con distribuidores, con otras organizaciones afines. Entonces, en el orden en el que prescinde la empresa habrá que dar atención a sus requerimientos.

- Confeccionando una táctica de correspondencia con ellos, instituyendo diálogo con personas que están preparadas para este fin.

Por ejemplo: Cuando la empresa A sabe ya cuáles son sus grupos de interés, toma la determinación de instalar canales de comunicación con las personas de interés, mediante la página web, con el fin de dar celeridad a los procesos. También ha dispuesto que una persona específica sea quien maneje este medio y mantenga constantes las relaciones sociales y comerciales.

- Cuando el diálogo está abierto, hay que mantener la comunicación constante y dar respuestas lo más inmediatas posibles. Esto no quiere decir que la empresa está obligada a solucionar los problemas que diariamente se presenten a través de solicitudes en los medios, esto debe hacerse de manera personal para saber si es posible o no.

4.3.5 Implementación de prácticas más avanzadas de responsabilidad social en la sociedad

- Instituyendo modos de acopiar los juicios y perspectivas de los públicos de interés, como entrevistas y encuestas.
- Entablando sesiones habituales y peticiones de diálogo con los diferentes sectores de interés, en las que su fecha y lugar se difunden de forma establecida. También es significativo que se precisen qué personas personifican a la organización. Instituyendo por escrito los convenios y obligaciones que se determinaron en las juntas con los públicos de interés. Valorando la elaboración de las tareas convenidas.
- Creando tipos de comunicación con los públicos de interés. Existen inventivas como el AA1000, que crea una sucesión de principios de calidad y un grupo de reglas elementales para apoyar a las empresas en la exposición de sus proyectos y metas, involucrando en cada paso a los diferentes públicos de interés.

4.3.6 Vinculación Comunidad/Inversión Social

Es la proporción que instituye la organización con la sociedad, cabe mencionar el concepto de responsabilidad social empresarial, como la zona que involucra ser un actor importante en el progreso social, ambiental y financiero del área en la que se opere.

La correspondencia con la colectividad investiga ayudar al progreso del área en la que se ubica la organización, pero igualmente crean rentabilidad, optimizando su aspecto corporativo, vigorizando las relaciones entre los empleados y cambiando el ambiente organizacional; lo que crea una empatía con la colectividad, que permite desplegar planes que favorecen a ambas partes.

Los planes en que se incluya la organización, deben tratar de ser proyectos de inversión social.

Por Inversión Social se entiende una inversión destinada a crear capacidades en las personas que forman la colectividad, permitiéndoles solucionar sus problemas desde un punto estratégico que considera tiempo y produce cambios favorables.

Desde esta circunstancia, la organización no solamente da instrumentos de trabajo, sino que tiene participación activa en el desarrollo social comunitario.

- Asemejando las limitaciones que tiene la colectividad y estableciendo en qué puede contribuir la organización a la solución de éstas, ya sea a través de recursos financieros, materiales o la colaboración de los empleados en diferentes actividades.

Por ejemplo: la empresa establece un vínculo con la junta de vecinos y estos requieren de una ayuda para desarrollar obras que mejoren el aspecto del lugar. Para llevar a cabo este plan, tendrá que reunir las herramientas de construcción y los trabajadores de su empresa para conjuntamente con los vecinos, realizar los trabajos.

- Efectuando dádivas de sus productos o servicios a la comunidad.

Por ejemplo: la organización ha considerado que su aportación consistirá en remodelar el lugar de reunión de los vecinos. En vista de que se trata de una empresa constructora, su donación será en material relacionado con este fin.

- Confeccionando un procedimiento estratégico en la obtención de aportes. Esto significa que la empresa tiene que decidir la frecuencia con la que realiza sus aportaciones.

Por ejemplo: la empresa toma la decisión de analizar la obra de mejoramiento vecinal, y primeramente entra en contacto con los vecinos para manifestarles el monto de su aporte mensual, generando así una alianza con organizaciones que se dedican a este tipo de ayuda comunitaria con el fin de colaborar conjuntamente en la obra y aunando esfuerzos.

Por ejemplo: la empresa entrará en contacto con varias organizaciones especializadas en el ramo y presentará los proyectos sociales con el fin de fortalecer la ayuda a la junta de vecinos y crear nuevas ideas que lleguen a las instituciones del estado con el fin de que se hagan responsables de estos problemas y encuentren las soluciones.

Ejemplo de diseño con el que se puede relacionar una empresa PyME:

Tabla 11. Diseño de aplicación de RSE en PyMES

Organización Destinataria	Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades	Fechas	Persona Responsable	Formas de Evaluación
Junta de Vecinos	Contribuir al desarrollo organizacional de la junta de vecinos	Mejorar el espacio físico de reuniones de la junta de vecinos.	- Identificar los requerimientos en materiales de deconstrucción	Primera semana de junio del 2014	Jefe Área de Producción de la empresa	Elaborar listado de materiales.
			-Reunir los materiales, mediante el aporte de la empresa	Segunda y tercera semana de junio del 2014	-Jefe Área de Producción de la empresa. -Jefe de Bodega de la empresa	Elaborar un listado de aportes
			Convocar a los miembros de la empresa que quieran colaborar en el trabajo de mejoramiento del espacio físico	Cuarta semana de junio del 2014	Jefe Área de Recursos Humanos de la empresa	Elaborar una ficha de inscripción de las personas que participarán
			Ir al lugar dos días a la semana, durante un mes a trabajar en su mejoramiento.	Mes de julio del 2014	-Jefe Área de Producción de la empresa. -Jefe de Bodega de la empresa	- Identificar el número de personas que participaron. - Evaluar los cambios en la infraestructura de la junta de vecinos

Elaborado por: Autora

Fuente: Manual de RSE empresarial para PyMES

4.4 VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Son acciones que voluntariamente realizan los empleados de una organización para dar apoyo a algún programa de inversión social. Inician reuniendo dinero para aportaciones económicas, y destinan tiempo libre para colaborar con trabajos concretos de construcción, capacitación e inclusive recreacional para hogares de niños.

Incentivar a los empleados a efectuar trabajos por su propia iniciativa, no únicamente les representará réditos a los beneficiarios de dichas obras, sino a la colectividad en general y a la propia empresa que dará un mejor sentido a su trabajo. El fortalecimiento del compromiso entre los empleados, el desarrollo de su creatividad y del trabajo en equipo, el mejoramiento del clima laboral, entre otros, será el resultado de esta iniciativa. No existen obligaciones legales al respecto.

- Investigando un plan para ayudar. La organización debe valorar y resolver qué empuje social favorecerá.

Por ejemplo: la organización ha descubierto que existe un hogar para niños cerca de su edificio, y que requieren de alimentos, por lo que ha tomado la resolución de organizar una campaña para ayudar a esos niños.

Definiendo la forma en que se puede apoyar dicho proyecto.

Por ejemplo: la organización deberá organizar un plan para efectuar la recolección de alimentos, por lo que compromete a cada área de su empresa a reunir determinada cantidad de productos y cada mes juntarán lo recopilado y se entregará al hogar de niños.

Otorgando facilidades para la realización de las actividades.

Por ejemplo: la empresa aportará una hora mensual a los empleados que deseen colaborar con el plan, para que sean ellos los que entreguen las donaciones y a la vez organizar programas de animación a los niños. Involucrándose activamente la gerencia en el desarrollo de las actividades.

- Informando a los integrantes de la organización sobre las actividades ya sea por medio de volantes, revistas, internet u otro medio con el fin de que valoren las acciones y se incentive a otros empleados a que colaboren en su voluntariado.

4.4.1 Evaluación del desempeño de la empresa en la dimensión Relación con la sociedad

En concordancia con la sub-dimensión Diálogos con los Públicos de Interés, la organización debe operar un registro sobre las sesiones efectuadas, argumentos programados y los convenios conseguidos. Para valorar el ejercicio de la organización en relación a la Vinculación con la Comunidad y el Voluntariado Corporativo, es beneficioso crear descripciones referentes a los beneficiados del plan, recursos empleados, empleados implicados y el estremecimiento producido. Un incremento a esta valoración es la utilización de herramientas, como opiniones o reuniones, que accedan reunir la apreciación de la sociedad sobre la ejecución del plan.

Tabla 12. Modelo de diagnóstico de desempeño de RSE

Diálogos con Públicos de Interés					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han identificado los públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.					
En mi empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés.					
En mi empresa la política de relación con los distintos públicos de interés es conocida tanto interna como externamente.					
En mi empresa se han generado proyectos en conjunto con los públicos de interés.					
En mi empresa se han establecido relaciones trisectoriales en pos de resolver las distintas demandas de los públicos de interés.					

Vinculación Comunidad/Inversión Social					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se han generado iniciativas orientadas a apoyar causas sociales.					
En mi empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.					
En mi empresa se evalúan las iniciativas que se han implementado en la comunidad.					

Voluntariado Corporativo					
	No	En parte	Sí	Si su respuesta es sí: especifique cómo implementa estos aspectos	Puntaje
En mi empresa se promueven formas de voluntariado corporativo.					
En mi empresa se han organizado actividades con la comunidad en que han participado trabajadores.					
En mi empresa se dan facilidades para organizar y llevar a cabo actividades de voluntariado corporativo.					
En mi empresa se ha establecido un concurso de proyectos de inversión social para realizar voluntariado corporativo.					
Puntaje Total					

Fuente: Manual de RSE para PyMES

4.4.2 Elaboración de un plan estratégico para implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en la sociedad (criterio 8 del modelo EFQM)

Ahora que se conoce en qué consiste la sociedad y que se ha diagnosticado si en la organización se incorporan prácticas relacionadas con ella, es importante que se defina un plan valioso que ayude a implementar estos aspectos a la gestión de la organización.

A partir de las falencias o debilidades identificadas en el diagnóstico y que son expresadas en la forma de prácticas concretas, es posible ubicar las acciones que se debe implementar en la empresa para mejorar los distintos aspectos que componen la sociedad, que es el criterio 8 del EFQM.

En cada sub-dimensión se tiene que ubicar qué destrezas se cumplen en la actualidad dentro de la organización y cuáles no, para identificar las que se encuentran al alcance de lo que es posible realizar en la institución. Una vez identificadas las acciones sin implementar, hay que proponer nuevos objetivos y planes que regirán las actividades sugeridas. Posteriormente, para poder controlar estas actividades, hay que determinar los mecanismos a ejecutarse, dirigidos a alcanzar metas con estas nuevas implementaciones. Es importante instaurar plazos para la realización de las acciones y su valoración.

4.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y APORTACIONES

Según las encuestas realizadas en sectores estratégicos de la ciudad de Guayaquil a 200 personas, número que representa el tamaño de la muestra que se pudo obtener mediante fórmula, se concluyen los siguientes resultados:

- Qué el 78% de las pequeñas y medianas empresas encuestadas nunca miden las responsabilidad social, mientras que el 42% consideran que ocasionalmente lo hacen.

- Del resultado de las encuestas se determina que uno de los principales obstáculos que actúan como barrera al momento de la implementación de un plan de responsabilidad social, es la medición de resultados con un 44% y la falta de capacitación 25%, es decir que las empresas muestran poco interés por ejecutar un plan que permita conseguir la excelencia, simplemente se limitan a obtener una ganancia, quedando así demostrada la falta de inversión que existe en este sector.
- Con la finalidad de ratificar el poco interés por parte de microempresarios, se formuló en la encuesta la siguiente pregunta: ¿Sí hay la disposición para formar alianzas con otras empresas para implementar acciones de responsabilidad social? Cuyos resultados fueron un 58% No, la diferencia 42% sí, ratificando el poco o casi nada de interés referente a este tema.
- Los representantes de pequeños y medianos empresarios a nivel local aceptan el nivel tan bajo que generan al momento de proveer de reputación social positiva, con un 62% de representación.
- La tendencia que los empresarios indicaron mediante la cual se basan sus empresas se sintetiza en la transparencia, representado por un 33%.
- La alternativa de mayor porcentaje ante la existencia de un comportamiento de ética hacia la competencia fue Más o menos con un 62%, con este porcentaje se puede determinar que las empresas tratan de actuar con seriedad y con un mecanismo ético.
- Los proveedores y clientes constituyen el eje fundamental en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, quedando demostrado a través de la encuesta que existe un gran porcentaje tratando de poner en práctica un código de ética, de esta manera se puede determinar que el 77% son los empresarios dispuestos a trabajar en pro de la sociedad.

Finalmente se puede concluir que es poca la importancia que actualmente se le está dando a la búsqueda de excelencia empresarial, pero a la vez se puede concluir que es un sector económico dispuesto a captar nuevas estrategias, nuevos modelos, que a la larga conllevan a la consecución de un bien común.

Actualmente las PyMES, específicamente en la ciudad de Guayaquil, no maximizan la importancia de prácticas socialmente responsables, por lo cual se podría concluir, que para poder aplicar un modelo externo de excelencia empresarial hay q empezar a trabajar entre gerentes y colaboradores, con la finalidad de encaminarlos en la búsqueda constante de estrategias, modelos de excelencia empresarial, cuyos resultados se convertirán en una gran ventaja competitiva.

CAPÍTULO V PROPUESTA FINAL

Este capítulo pretende dar a conocer una propuesta de mejora continua, dirigida a los resultados generados por actividades que desarrollan las PyMES, estableciendo una diferenciación entre las pequeñas y medianas empresas que actualmente ejecutan sus actividades sin darle mayor importancia a prácticas sociales, y el favorable desempeño de estas una vez que implementen un sistema de responsabilidad social.



5.1 DIFERENCIACIÓN ENTRE EMPRESA QUE APLICA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AQUELLA QUE NO APLICA

De los resultados obtenidos a través de un estudio de mercado, detallado en el capítulo anterior, se puede establecer que el mundo competitivo en el que actualmente nos desenvolvemos, obliga a la consecución de mejoras continuas, a una preparación constante, al desarrollo investigativo, con la única finalidad de marcar una gran diferencia con empresas del entorno, sean estas consideradas como competencia o no.

Para ello se ha desarrollado un sin número de herramientas, modelos, prácticas que mediante su aplicación darán el valor agregado que se desea conseguir.

Según resultados obtenidos en las encuestas, se pudo determinar que el 78% de las PyMES encuestadas, lamentablemente no miden responsabilidad social, las mismas que ratificaron que no lo hacen por el poco o casi nada conocimiento que tienen acerca de la implementación de un sistema o método, que les permita medir si sus actividades están orientadas a prácticas socialmente responsables; de alguna u otra manera estos porcentajes resultan alentadores para la ejecución de nuestra propuesta.

Si analizamos aquellas empresas que aplican un modelo de práctica socialmente responsable, se podría determinar el gran valor que ha adquirido tanto a nivel interno, como externo; mientras que aquellas que no lo han hecho, lamentablemente viven inmersas en un medio en el que lo único que importa es la obtención de beneficios monetarios.

5.1.1 Análisis de las desventajas que genera la no aplicación de RS en las PyMES y detalle de ventajas obtenidas por su aplicación

El estudio realizado en capítulos previos del presente trabajo permite determinar que existen PyMES, que ocasionalmente miden su responsabilidad social, este resultado está representado por el 22%, mientras que el 78% afirmaron que nunca lo han hecho. Mediante este estudio se quiso dar a conocer el desfavorable ambiente en el que se desenvuelven aquellas PyMES que no practican políticas responsables, analizando nuevamente el 78% de PyMES no socialmente responsables, aseguraron que ante la gran mayoría de sus clientes son percibidas como empresas poco proveedoras de reputación social positiva, lo cual está representado por un 62% lo que genera una gran desventaja, el poco comportamiento ético hacia sus proveedores está representado por el 77%; el poco conocimiento acerca de medición de resultados, está representado por el 25%. Todas estas desventajas son las que se pretenden eliminar a través de la aplicación de Responsabilidad Social en las empresas, por lo cual se ha tratado de maximizar la gran ventaja generada por empresas socialmente responsables, todos los aspectos positivos generados por aquellas empresas que la practican en un 100%.

A continuación se detallan las ventajas generadas por empresas socialmente responsables

Ventajas

- Actúan con valores éticos
- Establecen programas y políticas integrados en la gestión empresarial, que forma parte del proceso de toma de decisiones
- Calidad de vida laboral
- Respeto al medio ambiente
- Principalmente compromiso con la comunidad
- La empresa desarrolla sus actividades de una manera ética, transparente y solidaria.
- Captación de nuevos clientes

Es importante resaltar que estas ventajas han sido también percibidas por 42% de PyMES que ocasionalmente la practican.

5.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PyMES ANTE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para comprender el funcionamiento de la responsabilidad social dentro de las empresas, o identificar si alguna de las PyMES estudiadas aplican algún sistema o modelo que garantice la excelencia empresarial, es necesario detallar lo que se vivió en el trabajo de campo al momento de la elaboración de encuestas.

En la actualidad son pocas las PyMES que se preocupan por realizar sus actividades cotidianas ligadas a una práctica de responsabilidad social, únicamente se centran en producir, comercializar y obtener una utilidad o ganancia, en eso se basa una gran parte de empresas, sin darse cuenta la gran ventaja competitiva que les generaría la aplicación de un sistema que permita darles a conocer la manera adecuada de actuar frente a una sociedad.

Esta sencilla propuesta va dirigida a esas pequeñas y medianas empresas que sienten curiosidad y a la vez la necesidad de conseguir mejores resultados, sean estos económicos, sociales, entre otros.

Es importante resaltar que a lo largo de este estudio, se pudo identificar a pequeñas empresas que no les interesa en lo absoluto una práctica socialmente responsable; ventajosamente el porcentaje mayoritario fue el de aquellas que lastimosamente no conocen de qué manera pueden aplicar en su empresa modelos o sistemas que les permitan alcanzar la excelencia empresarial, pero están completamente dispuestas a someterse a la aplicación de algún sistema que permita su monitoreo.

5.3 IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE MONITOREO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PyMES

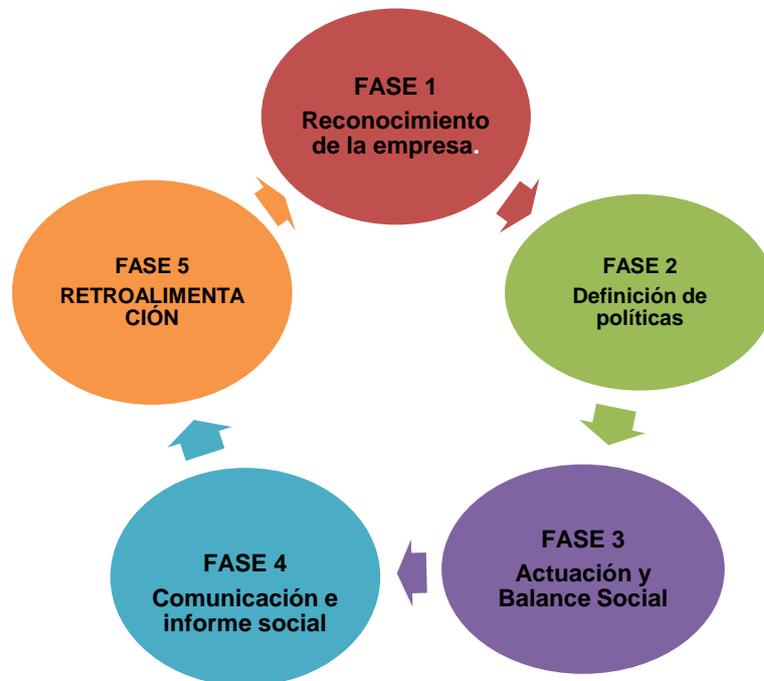
Una vez identificado que existen empresas dispuestas a:

- Mantener su compromiso con la sociedad, su competitividad laboral o a conseguir una excelencia empresarial.
- Someterse a algún tipo de monitoreo, con la finalidad de ser evaluadas para determinar de qué manera se está manejando la responsabilidad social o cualquier otra práctica que genere una mejora continua.

Partiendo de este requerimiento y con lo estudiado en capítulos anteriores, en donde se da a conocer detalladamente un gran y reconocido modelo de excelencia empresarial, que ha servido como guía o como prototipo inspirador, el cual en uno de sus criterios se enfoca en la responsabilidad social, detallando la manera de evaluación para medir resultados sociales; se ha elaborado un posible diseño de implantación de un sistema de gestión de Responsabilidad Social dirigido a las PyMES, con la finalidad de satisfacer la demanda generada, la que ha sido comprobada gracias a los resultados obtenidos a través de encuestas.

5.3.1 DISEÑO DE SISTEMA DE MONITOREO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, PARA PyMES

Ilustración 17: Diseño de sistema de monitoreo de Responsabilidad Social para PyMES



Elaborado por: Autora

Fuente: Responsabilidad Social Corporativa

Se puede observar en el gráfico que el sistema propuesto es un sistema sencillo y esencial de aplicación periódica, de esta manera se obtendrá una medición constante, lo que conllevará a una mejora continua y a la consecución de la excelencia empresarial,

A continuación se detalla en la siguiente tabla, cada una de las fases a aplicar del diseño propuesto.

Tabla 13: Tabla explicativa de Fases de sistema de monitoreo de Responsabilidad Social para PyMES

	FASES	DESCRIPCIÓN
FASE 1	ESTUDIO DE LA EMPRESA	Analizar la empresa <ul style="list-style-type: none"> *Según actividad que realiza la empresa. *Se incorporará políticas responsables, adecuadas. *Introspección.- Examen interno. *Identificación de Interlocutores: Con quienes se relaciona empresa. *Identificación de Responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> *Sociales , *Reglamentarios
FASE 2	DEFINICIÓN DE POLÍTICAS	<ul style="list-style-type: none"> *Identificar políticas de empresa, áreas a las que se puede hacer referencia. *Desarrollar o incluir políticas de Responsabilidad Social <ul style="list-style-type: none"> *Misión y Visión *Valores éticos *Clientes * Medio Ambiente
FASE 3	ACTUACIÓN Y BALANCE SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> *Al generar políticas de Responsabilidad Social, es necesario una constante medición para monitorear su nivel de implantación y cumplimiento; para lo cual existen herramientas como el cuestionario de autoevaluación del Modelo EFQM.
FASE 4	COMUNICACIÓN E INFORME SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> *Los resultados serán comunicados con la finalidad de determinar, sí se está cumpliendo con el objetivo establecido.
FASE 5	RETROALIMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> *El cumplimiento de las fases anteriores nos permite realizar una comparación de resultados de periodos anteriores con resultados obtenidos actualmente; lo que nos permitirá redefinir políticas planteadas y establecer acciones futuras.

Elaborado por: Autora, en base a estudio de capítulos III y IV

5.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Cabe destacar que la implementación de un sistema que permita el monitoreo constante de responsabilidad social en las PyMES deriva notables beneficios para estas, entre los cuales se puede destacar el fortalecimiento de las garantías de calidad, el aumento de confianza y satisfacción de trabajadores, proveedores, clientes como consecuencia a una excelente reputación de la empresa, por lo cual se hace necesario realizar una breve evaluación económica de la inversión que se requeriría para la implantación de un sistema de monitoreo de Responsabilidad Social para PyMES.

Es importante resaltar que la aplicación de este tipo de sistemas ligados específicamente con prácticas socialmente responsables, más que un coste monetario a la empresa, implica un compromiso progresivo por parte de todas las personas que conforman la pequeña o mediana empresa, para conseguir una actuación ética y transparente.

5.4.1 ANÁLISIS DE INVERSIÓN INICIAL

Es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar, establecer las cantidades, y en función de dicha información realizar la cuantificación monetaria de la inversión. Es importante resaltar que la inversión inicial está conformada por:

- Inversión fija → Desembolso económico realizado para adquirir equipos
- Capital de trabajo → Dinero en efectivo para dar continuidad a las actividades
- Gastos de Constitución → Gastos por concepto de instalación, adecuación

5.4.2 RECURSOS MATERIALES

El estudio de la aplicación de un sistema de monitoreo de Responsabilidad Social para PyMES, prevé que se realice una inversión en equipos que asciende a US\$ 3205 que garantice la puesta en marcha inicial del sistema de monitoreo.

Tabla 14. Inversión en recursos materiales

<i>Equipos Activos Fijos</i>			
Descripción de Activos Fijos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	2	700	1.400
Impresora-scanner	1	400	400
Televisor de 21 pulgadas	1	500	500
Escritorios	1	300	300
Sillas de escritorio	1	35	35
Sillas clientes	2	45	90
Archivadores	1	150	150
Mesa de reuniones	1	250	250
Pizarra tinta líquida	1	80	80
Total	11		3.205

Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

5.4.3 RECURSOS HUMANOS

El desarrollo de la actividad de Servicios de evaluación del criterio 8 del modelo EFQM en las PyMES de Guayaquil, si bien no requiere de volumen de empleados, si requiere que la fuerza de trabajo que se emplee, esté especializada y capacitada.

En este caso se iniciaría con dos asesores de responsabilidad social, cada uno recibirá su respectiva remuneración establecida en \$800

Tabla 15. Inversión en Recursos humanos

<i>Presupuesto de Sueldos</i>		
Colaboradores	Sueldos	Total
Asesor 1	800	800
Asesor 2	800	800
Total Colaboradores	1600	1600

Elaborado por: Autora

Fuente: Sondeo de mercado

5.4.4 INVERSIÓN EN CONSULTORÍAS

Para una constante retroalimentación es necesario recibir capacitación, asesorías, las cuales proporcionarán nuevos conocimientos y actualizarán los aprendidos

Tabla 16. Inversión en Consultorías

Productos	Consultorías	Precio/Consultoría	Ventas Totales Proyectadas
1 Asesoría/Consultora de Autoevaluación	3	700	\$ 2100
2 Asesoría de Sistema de Monitoreo de RS	3	1.000	\$ 3000
3 Talleres de importancia de la RS	6	500	\$ 3000
Totales US\$	12		\$ 8100

Elaborado por: Autora

Fuente: Sondeo de mercado

Es decir que el total de la inversión inicial requerida se sintetiza en un total de \$ 12905.

5.5 ANÁLISIS FINANCIERO

Es importante resaltar que dado a que este proyecto es un estudio de la responsabilidad social en las PyMES de Guayaquil, es decir determinar por medio de encuestas como se está manejando la responsabilidad social actualmente, saber si las empresas están dispuestas o no a encaminar sus actividades con políticas socialmente responsables, puede ameritar únicamente dar a conocer al lector una inversión inicial de lo que implicaría el monitoreo, asesoría de RS en su empresa.

Pero con el objetivo de dar un valor agregado al presente trabajo se ha decidido realizar un ejemplo aplicativo, mediante el cual se demuestra a través de un breve análisis financiero el incremento en ventas que llega a obtener una pequeña empresa comercializadora de plásticos, ubicada en pleno casco de la ciudad de Guayaquil, gracias a la aplicación de una Política socialmente responsable. Es importante resaltar que la empresa que se describirá colaboró con nosotros al momento de la realización de encuestas. Dicho estudio se describe a continuación.

CASO APLICATIVO

La comercializadora presenta los siguientes balances, con los cuales se puede realizar una comparación con los balances obtenidos luego de aplicar prácticas sociales, determinando así el impacto que podamos obtener en el mercado gracias a la aplicación de nuestra propuesta de responsabilidad social.

La propuesta parte de la necesidad de marcar diferencia en el medio competitivo en el que actualmente se desenvuelven las pequeñas y medianas empresas, con el propósito de alcanzar un gran nivel de fidelidad por parte de los clientes, actuando bajo la aplicación de una política medio ambiental, es decir actuando de una manera socialmente responsable.

Se propone a la comercializadora; reciclar plásticos que son útiles para las industrias de plásticos, los que en este caso actúan como proveedores,

quienes a su vez otorgarán un descuento a la comercializadora por dicha actividad y finalmente la pequeña empresa destinará ese descuento a sus clientes, obteniendo así la fidelidad de los mismos, aumentando su nivel de ventas, lo que generará un incremento de su utilidad o ganancia. Este incremento se demuestra en el breve análisis financiero detallado a continuación.

5.5.1 BALANCE DE ESTADO O SITUACIÓN INICIAL

En el siguiente cuadro se detalla el balance inicial con el cual se presenta la comercializadora de plásticos.

Tabla 17. BALANCE DE ESTADO O SITUACIÓN INICIAL

BALANCE INICIAL	
ACTIVOS	
Banco	\$ 15.000,00
Equipos de computación	\$ 8.950,00
Equipos de oficina	\$ 3.000,00
Inventarios	\$ 900,00
TOTAL ACTIVO	\$ 27.850,00
PASIVOS	
Cuentas y documentos por Pagar	\$ 13.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 13.000,00
PATRIMONIO	
Capital	\$ 14.850,00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 14.850,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 27.850,00

Elaborado por: Autora

5.5.2 ESTADO DE RESULTADO HISTÓRICO Y PROYECTADO

Para realizar la respectiva comparación de los ingresos que ha obtenido la comercializadora y los ingresos que obtiene gracias al incremento de ventas, el cual se ha hecho posible por el nuevo número de clientes que ha conseguido la empresa, luego de la aplicación de una política socialmente responsable.

Tabla 18. ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	\$ 60.000,00
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 60.000,00
(-) Costo de ventas	\$ 15.000,00
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 45.000,00
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ 10.000,00
(-) Gastos de administración	\$ 12.300,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 22.700,00
(+) Ingresos no operacionales	\$ 6.000,00
(-) Gastos no operacionales	\$ 2.300,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 26.400,00
- 15% partic Utilidades	\$ 3.960,00
Utilidad antes de Imp. a la renta	\$ 22.440,00
- 23% Imp. a la renta	\$ 5.161,20
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 17.278,80

Elaborado por: Autora

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Se realiza una proyección a dos años, tiempo suficiente en el que se estima alcanzar la recuperación de la inversión, obteniendo una utilidad económicamente aceptable. Tomando como base que el negocio tendrá un crecimiento anual del 10% en relación del año anterior

Crecimiento estimado en ventas	10%
--------------------------------	-----

Elaborado por: Autora

Tabla 19. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

		2014	2015
VENTAS	60000	66000	72600
INGRESOS OPERACIONALES	60000	66000	72600
(-) Costo de ventas	15000	16500	18150
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	45000	49500	54450
(-) Gastos operacionales de ventas	10000	11000	12100
(-) Gastos de administración	12300	13530	14883
UTILIDAD OPERACIONAL	22700	24970	27467
(+) Ingresos no operacionales	6000	6600	7260
(-) Gastos no operacionales	2300	2530	2783
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	26400	29040	31944
- 15% partic Utilidades	3960	4356	4791,6
Utilidad antes de Imp. a la renta	22440	24684	27152,4
- 23% Imp. a la renta	5161,2	5677,32	6245,052
UTILIDAD DEL EJERCICIO	17278,8	19006,68	20907,348

Elaborado por: Autora

Se puede observar en la tabla que el volumen de ventas es creciente, lo cual es algo muy positivo.

5.5.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA

Este flujo permite determinar la cantidad, y la capacidad de generar efectivo para solventar pagos y gastos por parte de la empresa, así como también identificar la liquidez de la misma y poder analizar si hay falta de efectivo. En este flujo de caja se puede demostrar el resultado de los ingresos por incremento de ventas, gracias a los descuentos que la comercializadora ha proporcionado a sus clientes, debido al beneficio generado por la aplicación de una política socialmente responsable descrita anteriormente.

Una vez dadas estas proyecciones se puede calcular el VAN y la TIR, lo que ayudará a demostrar sí la propuesta es rentable.

Tabla 20 FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA		10%	10%
		2014	2015
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES		66000	72600
EGRESOS OPERACIONALES		16500	18150
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		49500	54450
GASTOS ADMINISTRACION		13530	14883
GASTOS VENTAS		11000	12100
TOTAL GASTOS (-)		24530	26983
FLUJO OPERACIONAL		24970	27467
UT. ANTES DE IMPUESTO PART. TRABAJADORES		29040	31944
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		4356	4791,6
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		24684	27152,4
(-) 23% IMPUESTO A LA RENTA		5677,32	6245,052
FLUJO NETO GENERADO	(\$ 27.850,00)	19006,68	20907,348
Valor Actual del Flujo de Efectivo		\$ 16.790,35	\$ 18.469,39

Elaborado por: Autora

RESUMEN DE LA EVALUACIÓN	
TMAR	13,2%
TOTAL VALOR ACTUAL DE FLUJO DEL EFECTIVO	\$ 35.259,74
INERSIÓN INICIAL	(\$ 27.850,00)
VALOR ACTUAL NETO	\$ 63.109,74
TIR	27,24%

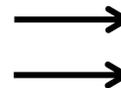


Tabla 21. Cálculo de TMAR

Cálculo de TMAR	
Inflación	Premio al riesgo
3,2%	10%
13,2%	

Elaborado por: Autora

Se puede considerar que la propuesta es viable

TIR mayor que la tasa de mercado

El cálculo del Valor Actual Neto ha permitido demostrar cuánto es el total de dinero invertido, en este caso se ha traído todos los flujos de los dos años proyectados al año cero.

Es importante resaltar que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento se obtuvo de la siguiente manera:

TMAR = Inflación de Ecuador + Premio al riesgo

TMAR = 3.2 % + 10 %

TMAR = 13.2 %

AL calcular la TIR estamos determinando la tasa mínima a la que puedo estar dispuesto a invertir, en este caso el resultado de la TIR obtenido en este análisis fue de (27.24%), es decir mayor que la tasa de mercado (13.2%), entonces se puede establecer que la propuesta es aceptable y que es rentable en el tiempo.

CONCLUSIONES

De conformidad con la indagación se exponen varias deducciones significativas:

- Se concluye que existe un porcentaje representativo de PyMES (78%) según encuestas realizadas, que no tienen un conocimiento certero en lo que respecta a responsabilidad social, lo cual ha ocasionado que la practiquen de manera empírica, sin tener pleno conocimiento de los grandes beneficios que puede generar la práctica estratégica de una política socialmente responsable.
- Siendo varios los obstáculos encontrados en las PyMES al momento de la implementación de un plan de responsabilidad social, entre los que destaca la falta de medición de resultados, poca capacitación respecto al tema; se pudo determinar también, que un gran porcentaje representado por el 77% de pequeñas y medianas empresas encuestadas se muestran con interés ante la puesta en práctica de políticas socialmente responsables, considerando que son un importantísimo motor generador de desarrollo económico, se ven en la necesidad de mejorar su calidad, de mejorar su competitividad, por lo cual se determina la importancia de analizar el comportamiento o prácticas de responsabilidad social para estas pequeñas y medianas empresas y establecer una propuesta de mejora basada en políticas socialmente responsables.
- El administrador en su procedimiento de Gestión Estratégica debe seguir prácticas que conduzcan a la institución a ser una organización con Responsable Socialmente.
- Los gerentes y colaboradores deben estar alineados para la consecución de objetivos mediante estrategias que fortalezcan su Responsabilidad Social como una ventaja competitiva y crecimiento en su actividad empresarial.

- La Responsabilidad Social es una necesidad de cambio y de diferenciación donde los empresarios y las empresas que la implementan deben adoptar un rol protagónico en el desarrollo social y no solo económico. Los líderes de las organizaciones dentro de su proceso de gestión deben orientar estrategias que incluya una participación más activa de los colaboradores hacia la Responsabilidad Social; además de darle a conocer su impacto en los diferentes stakeholders que maneje la empresa.

- Sensibilizar políticas de todos los colaboradores de la empresa, en todas las áreas de la empresa que intensifiquen la Responsabilidad Social Empresarial.

- El mercado global, hace ineludible la misión correspondiente a los administradores de estar pendientes de la normatividad como de su medio ambiente y colectividad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que para la implementación de políticas socialmente responsables, es de gran importancia tener conocimiento de aquello, realizar encuestas que determinen los resultados reales de la relación entre PyMES con responsabilidad social.
- Los directivos de las PyMES deben dominar las inseguridades halladas en cada una de las vías indispensables, para lo que se advierte la unificación de la sensatez en las destrezas corporativas; la creación del recurso humano, los métodos de gestión y la creación de procedimientos conscientes.
- Se recomienda revalorizar el concepto de responsabilidad social, identificar las grandes ventajas que la aplicación de ella genera; establecer la importancia de crear una cultura empresarial que no solo basen sus intereses en la obtención de utilidades, es decir que esta consecución vaya de la mano transformación de n agente social y ambiental.
- Enterarse sobre los proyectos iniciados por el Gobierno Nacional y Local, considerando que la intervención activa faculta a las organizaciones a estar pendientes de las recientes leyes, productos, conocimientos y beneficios.
- Registrar y participar de eventos efectuados por las Cámaras y entidades, debido a que la intervención en cámaras y asociaciones faculta a las entidades a explotar las ventajas que brindan, con el propósito de promover su crecimiento económico, técnico y humano, proporcionando de este modo un servicio óptimo.
- Incluir valores de seriedad y sensatez en la visión y misión de la organización.

- Conocer los reglamentos y decretos ambientales, indispensables y voluntarias, referentes a su ocupación; para posteriormente emplear las resoluciones pertinentes.

BIBLIOGRAFÍA

- APMARIN. (S.f). *calidad*. Recuperado el 31 de octubre de 2013, de http://www.apmarin.com/download/691_cal1.pdf
- Boveri, B. (2008.Págs 1-2). *Gestión de proyectos*. Málaga-España: Editorial Vértice.
- Bravo, J. (1997). *Los nuevos conceptos del control intern*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A ,Tercera Edicion.
- CAMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL. (01 de 03 de 2009). *Análisis Sectorial*. Recuperado el 1 de enero de 2014, de http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/_sector_papel_web.pdf
- Cámara de la Pequeña Industria del Guayas (CAPIG). (2010). *Censo Nacional*. Recuperado el 10 de diciembre de 2013, de Documento WWW: <http://www.capig.org.ec/index.php/censo-nacional-2010.html>
- Casado Cañeque, F. (2006). *La RSE ante el espejo carencias, complejos y expectativa de empresa responsable en el siglo XXI*.
- CATHOLIC RELIEF SERVICES. (2008). *Síntesis del Estudio sobre la Situación de la Responsabilidad Social en el Ecuador. Primer Informe*. Ecuador.
- Censo Nacional Económico. (2010). Ecuador.
- Cohen, W. A. (2004). *Como ser un consultor exitoso*.
- CORMA CANÓS, F. (2005). *APLICACIONES PRÁCTICAS DEL MODELO EFQM EN LAS PyMES*. Madrid-Buenos Aires: Díaz de Santos.
- Diamond, J., & Diamond, E. (2006.Págs 116-117). *Merchandising Visual Decisiones de Inversión*. México: Editorial Prentice Hall.

- Dousdebés, E. (2011). La “estrategia RS” se mueve por la ciudad. *REVISTA EKOS*, pág. 109.
- Ediciones Díaz de Santos. (1990). *Marketing Mix: Concepto, estrategia y aplicaciones*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- ESTUPIÑÁN GAITÁN, R. (2002,Pág 360). *Control interno y fraudes*. Bogotá: Eco Ediciones.
- EYSSAUTIER, M. (2010). *Metodología de la investigación, desarrollo de la inteligencia*. México: Ed. ECAFSA, Cuarta edición.
- García del Valle, J. (2013). *Conceptos fundamentales de la excelencia*. Recuperado el Octubre de 2013, de Vision Ceg: <http://www.visionceg.com/index.php/modelo-efqm-2013>
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE . (2011,págs.26-30). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios. Países Bajos. .*
- Guía de calidad. (2013). Recuperado el 8 de diciembre de 2013, de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/modelo-efqm>
- HOLMES, A. W. (1979,Pág 460). *C. P. A. Auditoría, principios y procedimientos, Tomo I, Unión Tipográfica*. México: Editorial Hispanoamericana, Segunda Impresión.
- IGM-Ley de transparencia. (2013). *NORMAS DE CONTROL INTERNO PARA LAS ENTIDADES, ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y DE LAS PERSONAS JURÍDICAS DE DERECHO PRIVADO QUE DISPONGAN DE RECURSOS PÚBLICOS*. Recuperado el 18 de Julio de 2013, de http://www.igm.gob.ec/work/files/adela.camacho/comunicacion_2013/ley_transparencia/normas_control_interno.pdf
- inec. (s.f.). *inec*. Recuperado el 02 de 2013, de s/f: www.inec.gob.ec.

- ISO. (2010). *ISO.ORG*. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, de http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf
- Jezl-Audidores. (2012). *Clases de impuestos*. Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de http://www.jezl-audidores.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=61&id=87&Itemid=55
- Jobber, D., & Fahy, J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. España: Mc. Graw Hill, 2da. Ed.
- Kothler, P. (2008). *Marketing Estratégico*. Mexico: El conejo.
- Kotler. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (1984, Pág. 135-137). *Marketing Essentials*. Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1989). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Kotler, P. (1990). *Introducción al marketing. Segunda Edición*.
- Kotler, P. (1990, Pág. 231). *Introducción al marketing. Segunda Edición*. Prentice Hall .
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010. Pág. 87). *Marketing 3.0*. Editorial Wiley.
- LATORRE, M. (2010, pág. 84). *El Índice de Competitividad Global y la RSE. Volumen 200*. Ekos.
- MANTILLA BLANCO, S. A. (2008). *Auditoría Financiera de PyMES. Primera Edición*. Colombia: Editorial Ecoediciones .
- Martínez Herrera, H. (2008, págs 88-89). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial. 2da Ed*. Madrid: Editorial Genesis.
- MAYORGA, C. (2003). *Metodología De La Investigacion*. Editorial Panamericana.

- Ministerio de producción, empleo y competitividad. (enero de 2014). *Código de la producción*. Recuperado el 20 de enero de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>
- Ministerio del ambiente. (2013). Recuperado el 5 de diciembre de 2013, de <http://www.ambiente.gob.ec/programas-y-proyectos/>
- Ministerios de Fomento. (S.f., págs 19-24). *Calidad*. Puertos del Estado.
- MODELO EFQM. (2012). *Modelo EFQM de Calidad y Excelencia*. Recuperado el 30 de octubre de 2013, de <http://www.efqm.es/>
- MODELO EFQM. (2013). *Conceptos fundamentales*. Recuperado el 31 de octubre de 2013, de <http://www.efqm.org/efqm-model/fundamental-concepts>
- MODELO EFQM. (S.f.). Recuperado el 10 de diciembre de 2013, de <http://centros3.pntic.mec.es/cp.reyes.catolicos5/webefqm/modelo.htm>
- MONTES, J. (16 de Junio de 2010). *El consumidor y el marketing*. Recuperado el 15 de diciembre de 2013, de <http://estrategikos.blogspot.com/2010/06/el-consumidor-y-el-marketing.html>
- Moreno, J. (2007). *Guía para la aplicación del modelo EFQM de excelencia*. España: Fundación Luis Vives.
- ONU. (8 de enero de 2012). *Naciones Unidas*. Recuperado el 25 de mayo de 2013, de Derechos Humanos: <http://www.onu.cl/onu/derechos-humanos/>
- Ortiz, A., Izquierdo, H., & Rodriguez, C. (9 de septiembre de 2011). *Modelo de Gestión Productiva en las PyMES industriales*. Recuperado el 30 de octubre de 2013, de http://oa.upm.es/9463/1/pag_268-277.pdf
- PORTER, M. (2006). *Estrategia competitiva*. . Compañía Editorial Continental S.A.

- RAMÍREZ LÓPEZ, k. (Diciembre de 2011). *Fundamentos de mercadotecnia: slideshare*. Recuperado el 3 de diciembre de 2013, de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/fund_merca/FUNDAMENTOS%20DE%20MERCADOTECNIA.pdf
- Ramírez, C. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. Palmira: Universidad Nacional.
- Salazar, P. (17 de enero de 2013). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*. Recuperado el 15 de enero de 2014, de <http://tareasadmin.blogspot.com/2013/01/responsabilidad-social-corporativa.html>
- Santesmases, M. (2012.Págs 16-18). *Marketing Conceptos y Estrategias*. Madrid: Editorial Pirámide.6ta Edición.
- SAPAG, N. (2003). *Formulación y Evaluación de proyectos*.pág.15.Bogotá: Ed. Mc Graw Hill.
- SENADES. (2007). *Plan Nacional para el buen vivir*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2013, de www.plan.senplades.gob.ec
- SRI. (2013). Recuperado el diciembre de 2013, de <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=150>
- Stanton. (2007). Fundamentos de Marketing. En W. J. Stanton, M. J. Etzel, & B. J. Walker, *Fundamentos de Marketing* (pág. 568). Mc Graw Hill.
- TRUJILLO, P. (2012, pág.40). *El Pacto Global, más que un mito: acciones, compromisos y resultados.Volumen 214*. Ekos.
- V., B. (2012,págs. 50-51). *El Ecuador, un país de empresas pequeñas y familiares.Volumen 216*. Ecuador: Ekos.
- VIVES, A. (2010). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*.

- Wikipedia. (S.f). *Definición de encuesta*. Recuperado el 18 de Julio de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
- ZORRILLA, S., & AGUILAR, L. (2002). *Introducción la metodología de la investigación* . México: Ed. Cal editores, Vigésima cuarta edición.

9. ANEXOS

Encuesta

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA A EMPRESARIOS PYMES DE GUAYAQUIL

1. Su empresa mide la responsabilidad social?

Nunca

Ocasionalmente

Constantemente

2. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial?

Capacitación

Recursos económicos

Personal capacitado

Medición de resultados

No les interesa

3. ¿Estaría dispuesto a realizar alianzas con otras empresas para implementar su acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

Si

No

4. ¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante el trabajo en Responsabilidad Social Empresarial?

Financiera

Social

Interno

Ético

Ambiental

Sostenibilidad

5. ¿Qué tipos de programas ofrece para apoyar el equilibrio vida personal/trabajo?

Horario flexible

Vestimenta flexible

Política de familia/hijos

Reducción de viajes de trabajo

Reducción de reuniones fuera de horario laboral

6. Hasta qué nivel es percibida su organización como poseedora de reputación social positiva?

- A un nivel alto
- A cierto nivel
- Nivel medio
- Nivel bajo
- Nada

7. ¿Cuáles de los factores siguientes influyen en el desarrollo de la reputación de su organización?

- Involucramiento en política pública
- Actividades de voluntario de los colaboradores
- Aprobación externa/ reconocimiento de calidad
- Provisión de un ambiente de trabajo sano y seguro
- Apoyo a/Inversión en proyectos sociales o comunitarios

8. ¿Cuáles son los principios sobre los que su organización basa sus acciones de RSE?

- Impacto ambiental de los productos a través de todo el ciclo de vida todo el ciclo de vida
- Programas de voluntariado o responsabilidad social
- Transparencia
- Balance entre vida privada y trabajo
- Igualdad de empleo y diversidad
- Comportamiento Ético

9. ¿Existe un comportamiento de ética hacia la competencia?

- Si
- Mas o menos
- Nada

10. ¿Practican el código de ética hacia sus proveedores y clientes?

- Si
- Mas o menos
- Nada

GRACIAS POR COLABORAR