

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL**

TEMA:

Propuesta de un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil

AUTORA:

Ing. María Mercedes Valente Galán

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Magister en Finanzas y Economía Empresarial**

TUTOR:

Dr. José Manuel, Saiz Álvarez

Guayaquil, Ecuador

A los 29 días del mes de agosto del año 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Valente Galán, María Mercedes**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

TUTOR:

Dr. José Manuel Saiz Álvarez

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, PhD.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Valente Galán, María Mercedes

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2024

EL AUTOR /LA AUTORA:

Ing. Valente Galán, María Mercedes



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Valente Galán, María Mercedes

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2024

EL AUTOR /LA AUTORA:

Ing. Valente Galán, María Mercedes



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Mercedes Valente - Tesis final 28-abril-2023

4%
Textos sospechosos



- 4% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas (ignorado)
- 0% entre las fuentes mencionadas
- 1% Idiomas no reconocidos (ignorado)
- 6% Textos potencialmente generados por IA (ignorado)

Nombre del documento: Mercedes Valente - Tesis final 28-abril-2023.docx
ID del documento: ce60a65ea70705851c140f0a954ce419b7538d
Tamaño del documento original: 383,49 kB

Depositante: María Teresa Alcívar Avilés
Fecha de depósito: 18/7/2024
Tipo de carga: interface
Fecha de fin de análisis: 18/7/2024

Número de palabras: 21.365
Número de caracteres: 139.745

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.pucesa.edu.ec Repositorio PUCESA: Responsabilidad Social en Ecuad... https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/1234567890123 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (192 palabras)
2	scielo.sld.cu http://scielo.sld.cu/pdf/rna/v16n5/0218-3620-rna-10-05-60.pdf 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (185 palabras)
3	repositorio.ucv.edu.pe Diseño de un modelo organizacional para incrementar la ... https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72328 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (175 palabras)
4	Documento de otro usuario ver usuario El documento proviene de otro grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (182 palabras)
5	repositorio.unad.edu.co http://repositorio.unad.edu.co/bitstream/10596/56336/3/guarnerov.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (168 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dayajournal.uazuay.edu.ec http://dayajournal.uazuay.edu.ec/index.php/bsmp/article/download/601/911/1502	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
2	repositorio.ug.edu.ec https://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/handle/146327/1/TESS RINAL MATUTE QUIMI.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
3	repositorio.ucsg.edu.ec http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/33171/3694/1/T-UCSG-PRG-4CD-ADM-530.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
4	www.scielo.org.mx Coincidencias entre responsabilidad social corporativa y der... http://www.scielo.org.mx/handle/scieloorg/act_arxiv&pid=50061-8632/2002500250246	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
5	repositorio.ucv.edu.pe https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72328/DeIgado_QF-GD.pdf?sequence...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	difusionconcausa.com ¿Qué es la responsabilidad social empresarial? - Difusión ... https://difusionconcausa.com/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial/	1%		Palabras idénticas: 1% (201 palabras)
2	www.estrategiasdeinversion.com ¿Qué es el Dumping? Estrategias de Inversión http://www.estrategiasdeinversion.com/hemamientos/diccionario/mercados/dumping-123	1%		Palabras idénticas: 1% (234 palabras)
3	villamates.es Pequeñas y medianas empresas (PYME) - Definición, importancia http://villamates.es/pequenas-y-medanas-empresas-pyme-definicion/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (217 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

Agradecimiento

A Dios que me dio la fuerza y la Fe necesaria para llegar con éxito este proyecto de tesis.

A mis padres, por su comprensión, motivación y su apoyo que me han brindado para alcanzar este logro.

A mi hermana, así como mis padres siempre ha estado brindándome su ayuda incondicional.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por brindar y transmitir sus conocimientos en esta maestría, agradecimiento especial al Dr. José Saiz Álvarez por su confianza ayuda e interés al otorgarme en este proyecto de tesis.

María Mercedes Valente Galán

DEDICATORIA

María Mercedes Valente Galán

A Dios por mi vida, por las vidas de mis padres y familia. Gracias a Dios por otorgarme una maravillosa familia, gracias por protegerlos, bendecirlos en su vida y con su misericordia en esta dura situación que fue la pandemia. También porque cada día bendice mi vida para disfrutar y estar con las personas que más me aman.

A mis padres y hermanos que son pilares fundamentales en mi vida y quienes han creído en mí, dándome ejemplo de superación, humildad, sacrificio y enseñándome a valorar todo lo que tengo porque han fomentado en mí el deseo de superación.

A la vida por este nuevo triunfo. Gracias a todas las personas que confiaron, apoyaron y creyeron en la realización de mi trabajo de titulación.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Dr. José Manuel Saiz Alvarez, PhD

REVISORES:

Econ. Uriel Castillo Nazareno

Econ. Eddy Piguave, Mgs.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, PhD.

Tabla de contenido

Capítulo 1. Introducción	1
Planteamiento del Problema	6
Justificación de la Investigación.....	7
<i>Justificación Teórica</i>	7
<i>Justificación metodológica</i>	8
<i>Justificación práctica</i>	8
Delimitación del Problema	8
Sistematización del Problema.....	8
Pregunta de Investigación.....	9
Objetivos.....	9
<i>Objetivo General</i>	9
<i>Objetivos Específicos</i>	9
Operacionalización de variables	9
Capítulo 2. Fundamentación teórica.....	11
Antecedentes.....	11
Definición de las MIPYMES.....	12
Historia de las MIPYMES en Ecuador.....	14
<i>Ventajas y desventajas de las MIPYMES</i>	16
<i>Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)</i>	18
Desafíos de las MIPYMES	20
Las MIPYMES y la economía.....	21
<i>Ventajas</i>	24
<i>Desventajas</i>	24
MIPYMES	24
<i>Ventajas</i>	25
Regularización de las MIPYMES.....	26
<i>Salario emocional relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa</i>	28
Concepto.....	32
Los fallos del mercado.....	34
Selección adversa	35
Evolución histórica de la RSC.....	35
Principios de la RSC.....	38
<i>Esfuerzos ambientales</i>	38
<i>Protocolo de Kioto</i>	38
<i>Acuerdo de París</i>	39
<i>Filantropía</i>	40

<i>Prácticas laborales éticas</i>	41
Gestión de la responsabilidad social en el sector comercial.....	41
Responsabilidad social en la práctica	43
La prohibición de realizar <i>dumping</i> comercial, social y ecológico.	44
<i>Voluntariado</i>	45
<i>Responsabilidad Social Universitaria</i>	45
Elementos de la RSC	46
<i>Responsabilidad Social Económica</i>	47
<i>Responsabilidad Social Legal</i>	47
<i>Responsabilidad Social Ética</i>	47
<i>Responsabilidad Social Discrecional</i>	47
Enfoque estratégico de la RSC	48
Capítulo 3. Gestión estratégica de la RSC.....	49
Beneficios corporativos de la RSC.....	49
Mecanismos para impulsar la RSC.....	50
Impacto empresarial de la RSC	51
Indicadores económicos impacto Corporativo RSC.....	52
Impacto económico RSC Guayaquil	54
Capítulo 4.	65
Plan de gestión de RSC	65
Introducción.....	65
Diagnóstico de la realidad en Guayaquil.....	65
Objetivos.....	65
Estrategias y acciones propuestas.....	66
Medición y seguimiento	66
Norma ISO 26000:2010.....	68
Presupuesto.....	71
Implementación	76
Evaluación y mejora continua	77
Enfoque.....	79
Diseño del plan.....	80
Grupo de Interés	81
Misión 82	
Visión 82	
Valores 82	
Políticas	83
Metodología.....	83

Resultados.....	85
Encuesta realizada a representantes de empresas manufactureras de la ciudad de Guayaquil.....	85
Entrevista	89
Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones	93
Conclusiones.....	93
Recomendaciones	94
Bibliografía.....	96
Anexos	101

Índice de tablas

Tabla 1. Criterios utilizados para clasificar a las empresas por tamaño en América Latina	3
Tabla 2. Clasificación de las empresas de acuerdo con la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).....	4
Tabla 3. Clasificación de la Unión Europea (UE)	4
Tabla 4. Clasificación de PYMES	4
Tabla 5. Clasificación de empresas según superintendencia de compañías de Ecuador	5
Tabla 6. Porcentaje de empresa en las provincias del Guayas, Azuay y Pichincha	6
Tabla 7. Operacionalización de variables.....	9
Tabla 8. Número de MIPYMES en algunos países del mundo	13
Tabla 9. Tasa de empleo adecuado en el Ecuador periodo 2014-2019	15
Tabla 10. Indicadores de mercado laboral 2020-2022	15
Tabla 11. Comparativas de las MIPYMES en algunos países latinoamericanos	18
Tabla 12. Tipos de intereses en bancos del Ecuador 2015-2016.....	22
Tabla 14. Tasas de interés Ecuador 2021-2022.....	23
Tabla 13. Tipos de intereses en bancos del Ecuador 2021-2022.....	23
Tabla 15. Número de empresas según su tamaño.....	26
Tabla 16. Países que conforman el Acuerdo de París.....	39
Tabla 17. Criterios sobre las acciones de RSC	67
Tabla 18. Asignación de Presupuesto para la implementación del plan	73
Tabla 19. Presupuesto para la implementación del plan	75
Tabla 20. Muestra.....	84
Tabla 21. Respuestas de la entrevista	90

Índice de figuras

Figura 1. Tasa de participación global (TPG) y tasa de desempleo	27
Figura 2. Tasa de empleo adecuado/pleno a nivel nacional y por área (porcentaje de la PEA)	27
Figura 3. Tasa de empleo adecuado/pleno por sexo a nivel nacional (porcentaje de la PEA).	28
Figura 4. Cumplimiento de las empresas.....	32
Figura 5. Indicadores de acuerdo a la perspectiva del concepto Triple Bottom Line	52
Figura 6. Contenido de la estructura de los cuestionarios Ethos de Responsabilidad Social Empresarial.....	53
Figura 7. Evolución del PIB constante (En millones de USD)	75
Figura 8. Estructura del plan.....	81
Figura 9. Conocimiento de gestión administrativa	85
Figura 10. Conocimiento de responsabilidad social corporativa.....	85
Figura 11. Importancia de incluir a la comunidad en actividades de los ingresos producidos.....	86
Figura 12. Perspectiva de la implementación de gestión de responsabilidad social corporativa en la empresa.....	86
Figura 13. MIPYMES implementan recursos para RSC	87
Figura 14. Inconvenientes de las MIPYMES para mantener una planificación para fortalecer RSC.....	87
Figura 15. Realizar un convenio con grandes empresas para gestionar acciones de RSC	88
Figura 16. Identificar problemas actuales y el aporte del sector en la solución.....	89
Figura 17. Cualificación	95
Figura 18. Efectos Marginales.....	95

Resumen

Establecer la responsabilidad social corporativa (RSC) en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en Ecuador se refiere a la importancia de cómo las organizaciones se relacionan con su entorno, actuando de manera moral y responsable tanto dentro como fuera de sus muros. Un gran porcentaje de empresas en el Ecuador son microempresas y, las empresas en menor porcentaje son las grandes empresas de acuerdo a sus ingresos económicos. Sin embargo, en todo tipo de empresa es necesario manejar de forma adecuada la RSC, por esto, se establece como objetivo general de esta investigación la determinación de la influencia de un plan estratégico de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil. La investigación descriptiva, exploratoria y correlacional, junto con la investigación bibliográfica, son los métodos utilizados para lograr el objetivo descrito anteriormente. La influencia que tiene un plan de gestión de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil es muy elevada, ya que permite que dichas empresas mejoren su rentabilidad y sobre todo su productividad en los procesos de fabricación, los cuales están basados en el uso de maquinaria.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, MIPYMES, comportamientos, gestión de responsabilidad social, rentabilidad.

Abstract

Establishing corporate social responsibility (CSR) in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Ecuador refers to the importance of how companies relate to their environment, acting in a moral and responsible manner both inside and outside their walls. A large percentage of companies in Ecuador are microbusinesses and, a smaller percentage of companies are large companies according to their economic income. However, in every type of company it is necessary to adequately manage CSR, for this reason, the general objective of this research is established to determine the influence of a strategic social responsibility plan on the profitability of MSMEs in the commercial sector in Guayaquil. Descriptive, exploratory and correlational research, along with bibliographic research, are the methods used to achieve the objective described above. The influence that a social responsibility management plan has on the profitability of MSMEs in the commercial sector in Guayaquil is very high, since it allows these companies to improve their profitability and, above all, their productivity in manufacturing processes, which are based in the use of machinery.

Keywords: corporate social responsibility, MSMEs, behaviors, social responsibility management, profitability

Capítulo 1. Introducción

La responsabilidad social corporativa (RSC) nació en el mundo académico en 1953, para luego convertirse en una herramienta para las empresas ayudando a la empresa a estar más vinculada a la sociedad, y ahora esto se ha convertido en una estrategia comercial para las empresas. Lo que busca es dar valor a la empresa, pensando no solo en el bienestar de esta, sino también de la sociedad (Mesa, 2023). Por esto, en esta investigación se aborda este tema, por la importancia en las empresas y su vinculación con la sociedad, por ende, la implementación de un plan de gestión de responsabilidad social promueve la rentabilidad y, consecutivamente, el crecimiento económico de la empresa.

La RSC es un componente de un modelo de negocio auto controlado que ayuda a una organización a cumplir sus obligaciones sociales con el público, sus partes interesadas y consigo misma. A través de la implementación de la responsabilidad social corporativa (RSC), comúnmente conocida como ciudadanía corporativa, las empresas pueden comprender mejor el tipo de influencia que tienen en los aspectos sociales, económicos y ambientales de la sociedad (Sánchez R. A., 2023).

A nivel mundial, las contribuciones en cuanto al ámbito de la RSC se han trasladado desde una perspectiva normativa a trabajar conjuntamente con otras perspectivas y propuestas contribuyendo, en gran medida, a la dimensión económica de las empresas. Además, estas contribuciones se han trasladado desde una perspectiva de análisis macro, considerando la RSC como un objetivo por lograr por parte del gobierno en el mundo económico, a una perspectiva organizacional indagando en la forma en cómo debe ser materializada la RSC dentro de las empresas y las herramientas a implementarse (CEPAL, 2020).

Por otro lado, en Ecuador, establecer la RSC en las Micro y Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) se refiere a la importancia con la que las empresas interactúan con el entorno que las rodea teniendo un comportamiento ético y responsable tanto a nivel interno como a nivel externo (López, 2015).

Las MIPYMES son negocios que mantienen ingresos, activos o un número de empleados entre 10 y 49 personas, en la que 50 personas ya se considera mediana empresa. Cada país tiene su propia definición de lo que constituye una MIPYMES. Se

deben cumplir ciertos criterios de tamaño y, en ocasiones, también se tiene en cuenta la industria en la que opera la empresa. Las microempresas en el Ecuador representan el 90,78% del total de empresas, constituyendo organizaciones de importancia para el desarrollo económico del país y las fuentes de empleo (Arrieta, Lara, & Vélez, 2019). Según el Directorio de Empresas 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el Ecuador existen 846.265 empresas de las cuales el 94,5% son consideradas como MIPYMES (INEC, 2021). Por ejemplo, para el Ecuador, una empresa con menos de 250 empleados se considera una MIPYME, mientras que, en los Estados Unidos, una PYME puede tener hasta 1200 empleados (Véliz, 2018). En la siguiente tabla se explican los criterios de tamaño para establecer el tamaño de las industrias en distintos países.

Desafortunadamente, no existe una definición establecida de MIPYMES que se aplique a nivel mundial. Cada país puede establecer su propia definición y también puede decidir establecer límites específicos para industrias específicas.

Las MIPYMES constituyen la gran mayoría de las empresas en los países, siendo así que, a escala mundial, de acuerdo con cifras del Consejo Internacional para la Pequeña Empresa, las MIPYMES representan más de 90 % del total y generan entre 60% y 70% empleo, a la vez que aportan 50% del producto interno bruto mundial (Villaseca, 2019). En Latinoamérica, por ejemplo, a las empresas se les puede clasificar por sector, por tipos de mediana empresa y clasificaciones de micro y pequeñas empresas; además se pueden combinar las variables y valorar los ingresos, existiendo una variedad de parámetros como lo son las monedas, salarios, unidades de fomento entre otras. A continuación, se presentan los criterios para valorar las empresas por tamaño en América Latina.

Tabla 1.*Criterios utilizados para clasificar a las empresas por tamaño en América Latina*

País	Número de trabajadores	Ventas anuales (\$)	Activos totales	Inversión
Argentina	x	X		
Belice	x	X		X
Bolivia	x	X	X	
Brasil	x	X		
Chile	x	X		
Colombia	x		X	
Costa Rica	X	X	X	
Ecuador	X	X	X	
El Salvador	X	X		
Guatemala	X	X	X	
Honduras	X			
México	X	X		
Nicaragua	X	X	X	
Panamá	X	X		
Paraguay	X	X	X	
Perú	X	X		
República Dominicana	X	X		
Uruguay	X	X	X	
Venezuela	X	X		

Nota: tomado de González y Becerra

Tabla 2.

Clasificación de las empresas de acuerdo con la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)

Criterio/ Clasificación	Muy pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número de trabajadores	0-19	20-99	100-499	Mas de 500

Tabla 3.

Clasificación de la Unión Europea (UE)

Tipo de empresa	Cantidad de empleados	Ventas	Activo
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de euros	Hasta 2 millones de euros
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de euros	Hasta 10 millones de euros
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de euros	Hasta 43 millones de euros

Tabla 4.

Clasificación de PYMES

Institución	Tamaño de la empresa	Número de trabajadores
INSEE (Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos en Francia)	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 hasta 1000
SBA (Small Business Administrations de Estados Unidos)	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
CEPAL (Comisión Económica para América Latina)	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

Se han presentado algunas situaciones en la mayoría de las MIPYMES y su cierre repentino en el primer año destaca según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) las técnicas de gestión, la información limitada respecto a los servicios de apoyo, personal capacitado y poco acceso a los datos de mercado; además de incluir la infraestructura insuficiente, inestabilidad política y normativas que evitan el reconocimiento de la RSC como parte de la empresa, impactando de forma negativa en la percepción de las comunidades. De acuerdo con la Superintendencia de compañías, en el Ecuador las empresas se pueden clasificar como:

Tabla 5.

Clasificación de empresas según superintendencia de compañías de Ecuador

Tipo	Cantidad de trabajadores	Valor bruto de ventas anuales	Montos activos
Microempresa	De 1 a 9	Menos de \$100.000	Hasta \$100.000
Pequeña empresa	10 a 49	De \$100.0001 a \$1.000.000	De \$100.001 hasta \$750.000
Mediana empresa	50 a 199	De \$1.000.000 a \$5.000.000	De \$750.001 hasta \$3.999.999
Empresa grande	Mas de 2000	Mas de \$5.000.000	Más de \$4.000.000

Nota: tomado de Superintendencia de compañías.

Para analizar la importancia de la RSC en la MIPYMES, analizaremos en el capítulo 1 la situación problemática observada, las variables a estudiar y las aplicaciones que aportara la investigación, lo que sentará las bases para que en el capítulo 2 donde se describen los aspectos teóricos con las variables mencionadas, llevando al capítulo 3 en el que se realizan los análisis de historia de la RSC y su evolución histórica, así como su impacto en la actualidad, planteado el capítulo 4 en el que se describe la gestión estrategia de la RSC con todos sus participantes. Finalmente se plantearán las conclusiones y recomendaciones obtenidas a partir de los datos recopilados.

Hemos elegido la ciudad de Guayaquil porque es considerada una de las principales ciudades en las que se desarrollan las MIPYMES, por lo que se hace necesario estudiar el cómo aplican los diferentes procesos y estudios, haciendo que las empresas funcionen bajo acciones de responsabilidad correcta, contribuyendo a la disminución de

la huella contaminante, ya que es uno de los principales principios que buscan los consumidores en la era actual.

Planteamiento del Problema

La RSC es una norma voluntaria que implica hacer negocios basados sobre principios éticos, cumpliendo con el marco legal, para que las empresas que decidan actuar a través de esta responsabilidad deben trabajar con una postura correcta, con el fin de contribuir a su desarrollo sostenible, y obtener los beneficios esperados, con foco en las MIPYMES en el sector comercial de la ciudad de Guayaquil (Delgado D. , 2018).

Con lo mencionado, se establece la importancia de desarrollar la RSC con el propósito de promover el crecimiento corporativo y mejorar su relación ética con su entorno mediante la concientización de los impactos económicos, sociales y medioambientales generados por la empresa. Dado que tanto las MIPYMES como las grandes corporaciones tienen un impacto en el medio ambiente a nivel económico, social y ambiental, es imperativo que las grandes empresas exijan que las MIPYMES se adhieran a las iniciativas de RSC al distribuir sus productos. Pero cuando se trata de MIPYMES, el efecto acumulativo de estos efectos es particularmente notable en la comunidad local donde proporcionan sus bienes y servicios (Véliz, 2018).

La distribución porcentual de las empresas en las provincias de Guayas, Azuay y Pichincha en Ecuador, que se cree que tienen la mayor concentración de MIPYMES, se muestra en el Cuadro 6.

Tabla 6.

Porcentaje de empresa en las provincias del Guayas, Azuay y Pichincha

Variables	% pequeñas	% medianas	% microempresas	% empresariales	% grandes empresas	% total
Pichincha	6	8,84	78,68	4,39	2,09	100
Guayas	7,51	5,71	80,61	4,41	1,76	100
Azuay	6,04	8	80,53	3,86	1,56	100

Nota: Tomado de AVAL (2019).

De acuerdo con las iniciativas para la mejora y desarrollo de las PYMES se tiene el financiamiento, mejora continua y capacitación, las cuales dejan a un lado el desarrollo

sostenible; considerándose un factor clave para la persistencia y competitividad en el mercado. Aunque algunas de las iniciativas han avanzado con respecto al asesoramiento y la inyección de personal, todavía no se ha priorizado su participación con las comunidades y mejora de la cultura empresarial, enfocada en el desarrollo sostenible.

Como se ve, la mayoría de las empresas en Ecuador son microempresas, y las grandes corporaciones representan una porción menor de la población empresarial según sus ingresos económicos. Los estudios sobre responsabilidad social empresarial tienden a concentrarse más en las grandes empresas que en las pequeñas y medianas empresas, por lo que esta debe seguir otro nivel de orientación y análisis utilizando los estudios de grandes empresas para profundizar el argumento del rendimiento financiero y las actividades a la comunidad en la que se encuentran. En las MIPYMES se presentan características intrínsecas y propias que las diferencian de las empresas grandes y que afecta el contenido, la naturaleza y extensión de las actividades de RS.

Sin embargo, en todo tipo de empresa es necesario manejar de forma adecuada la RSC, por esto, se establece como objetivo general de esta investigación la determinación de la influencia de un plan estratégico de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil.

La metodología que se emplea para cumplir con el objetivo mencionado es la investigación bibliográfica; investigación de tipo descriptiva, exploratoria y correlacional.

Justificación de la Investigación

El siguiente trabajo se puede justificar desde tres tipos de perspectivas, las cuales serían desde un enfoque teórico, metodológico y práctica, tal y como se describe a continuación:

Justificación Teórica

De acuerdo con Duque et al., (2013) para reflejar las actitudes positivas y los resultados de sus acciones, la responsabilidad social surge de la necesidad de cumplir con los requisitos sociales reclutando voluntarios que contribuyan de alguna manera al crecimiento, desarrollo y mejora de la calidad de vida de un grupo social en particular.

De esta forma, la aplicación de un plan de gestión de responsabilidad social para las MIPYMES de la ciudad de Guayaquil aportaría con un mejor desarrollo de los principios en las organizaciones, a través de las actividades que involucran a los *stakeholders* fortaleciendo la credibilidad y calidad de la sostenibilidad la empresa en sus procesos, sistemas y competencias.

Justificación metodológica

La metodología que se aplicará para el trabajo es de tipo mixto, lo que permite a la cuantificación de los datos a través de las herramientas de recolección como encuestas o entrevistas y a su vez, el análisis e interpretación de la información. De esta forma, se podrá conocer la perspectiva de las empresas frente a la problemática planteada, además de determinar los reportes económicos de las mismas.

Justificación práctica

Con la aplicación de un plan de gestión de Responsabilidad Social, las MIPYMES de la ciudad de Guayaquil estarían ganando principalmente la fidelización de los clientes, debido a que, en la actualidad, los consumidores responden de manera positiva frente a la imagen que proyectan las empresas, especialmente si se encuentran vinculadas al compromiso social.

Otro aspecto a considerar es la capacidad de reclutar y mantener los talentos ya adquiridos, lo que se refleja en la motivación y productividad de las mismas. De igual forma, al implementar nuevas políticas, se abre una puerta hacia otros mercados y capitales, con una visión a incrementar sus ganancias debido a que se puede acceder a créditos y financiaciones para proyectos con una mayor facilidad.

Delimitación del Problema

El trabajo investigativo que se desarrolla se encuentra delimitada por las MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas-Ecuador; con un periodo de, al menos, 12 meses de operación.

Sistematización del Problema

- ¿Cuál es el impacto económico de la RSC en la ciudad de Guayaquil?

- ¿Cuál es la importancia de la responsabilidad social como herramienta de gestión estratégica para la vinculación de las empresas con la sociedad?
- ¿Cuáles son los beneficios que obtendría a las MIPYMES al aplicar un plan de gestión de responsabilidad social?

Pregunta de Investigación

¿Cuál es la influencia de la gestión de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil?

Objetivos

Objetivo General

- Análisis de casos para proponer un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Analizar del impacto económico de la RSC en la ciudad de Guayaquil
- Establecer la importancia de la responsabilidad social como herramienta de gestión estratégica para vincular las empresas con la sociedad.
- Proponer un plan de gestión de responsabilidad social para MIPYMES del sector manufacturero de Guayaquil, con el objetivo de que puedan beneficiarse de las ventajas que este provee a la rentabilidad.

Operacionalización de variables

Tabla 7.

Operacionalización de variables

Variable	Fuente	Procedimiento de recolección	Herramienta de análisis
MIPYMES del sector manufacturero	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Revisión bibliográfica	Serie de tiempo Estadística descriptiva

Aportación de las MIPYMES al PIB	Banco Central INEC	Revisión bibliográfica	Serie de tiempo Estadística descriptiva
Responsabilidad social	MIPYMES del sector manufacturero	Encuestas	Análisis estadístico descriptivo
Rentabilidad de las MIPYMES	MIPYMES del sector manufacturero	Encuestas	Análisis estadístico descriptivo

Capítulo 2. Fundamentación teórica

Antecedentes

En los años 2016-2017, Moreno (2018) investigó el impacto del capital de trabajo en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras en Guayaquil. La mayoría de las empresas en Ecuador que crean empleos en el sector manufacturero son PYMES. Además, por sus operaciones comerciales regulares y su contribución al PIB (Producto Interno Bruto), representan una categoría empresarial importante.

Sin embargo, muchas de ellas carecen de la gestión necesaria para convertirse en organizaciones duraderas. Se utilizó un análisis de regresión para examinar los datos de los balances de 2016 de las Pymes manufactureras que fueron tomados de la Superintendencia de Empresas del Ecuador. De las 454 empresas de la población, se seleccionaron como muestra 319 PYME y se examinaron sus datos.

A partir de las hipótesis del estudio se creó un modelo no robusto utilizando bases de datos financieras y el método de regresión. Este modelo produjo un valor para la primera variable (ROA) menor que el nivel de significancia de 0,05, lo que indica que el capital de trabajo tiene un impacto en la rentabilidad de los activos. Para la segunda variable (ROE), el resultado fue un valor mayor que el nivel de significancia de 0,10, lo que indica que el capital de trabajo no tiene efecto sobre el rendimiento del capital.

Matute y Quimi (2019) tuvieron como finalidad determinar la fuente de financiamiento externa que sea más beneficiosa para las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil. Las Pymes de este sector comúnmente para financiarse buscan aplicar créditos bancarios, los cuales muchas veces son negados ya que no cumplen con los requisitos solicitados, existiendo otras formas de financiamiento externas que pueden ser utilizados como es el mercado de valores. Para la realización de este trabajo se ha utilizado el método descriptivo, explicativo, el mismo que tiene un enfoque cualitativo, sustentado mediante una entrevista. Se procedió a realizar comparaciones de varias fuentes de financiamiento externas locales, para posteriormente determinar cuál es la más óptima para las Pymes.

El estudio de Delgado (2021) estableció como objetivo general de la investigación fue: Diseñar un modelo organizacional para incrementar la rentabilidad de las pequeñas

y medianas empresas del sector manufacturero en Guayaquil, 2021. La investigación es descriptiva, de tipo propositiva, no experimental porque no se manipulan los datos, únicamente se los observan y se realizan los análisis respectivos; los principales resultados de la investigación fueron, con el uso de una matriz de Ishikawa y un análisis FODA, a través del primer objetivo específico se pudo conocer el estado actual de las Pymes del sector manufacturero de Guayaquil. Estas herramientas también ayudaron a comprender las necesidades del sector. Del mismo modo, el segundo objetivo específico implicó utilizar una ficha documental para identificar el mejor modelo organizativo para las PYMES que operan en el sector manufacturero, en el tercer objetivo específico mediante una ficha documental de la dimensión financiera y económica se pudo destacar el problema a estudiar, los cuales ayudaron a proponer un modelo organizacional para dar cumplimiento al objetivo general.

Definición de las MIPYMES

El mundo se ha vuelto más interconectado que nunca desde el implacable proceso de globalización del siglo XXI, en gran parte debido a los avances innovadores en los campos del transporte y las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Todo ello ha llevado hacia un proceso de digitalización dirigido a la transformación económica, empresarial y social del planeta.

Definido como el entrelazamiento cada vez más profundo de toda la actividad económica global, término globalización ha tenido un impacto notable en la elección de la producción y la ubicación de una empresa (Garza, 2017) porque la globalización permite actualmente la integración de las economías en el mundo, a través de flujos financieros y del comercio.

Los países desarrollados se benefician mucho más de los efectos de la globalización que los países en desarrollo. Hay algunos países como Estados Unidos, España y Japón y los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, es decir, países con mercados emergentes) definitivamente se beneficiaron enormemente de las oportunidades de la globalización (Alvarez, 2018).

De acuerdo con Zetien (2012), las MIPYMES en algún momento se han visto afectadas por los procesos de globalización e internacionalización de la economía, las cuales modifican reglas, relaciones y el comportamiento del mercado. Sin embargo, las

MIPYMES tienen ciertas oportunidades, tales como la promoción de las bases comerciales, legales y técnicas que facilitan las alianzas empresariales y sociales; además que contribuye a la desarticulación de oligopolios establecidos casi a nivel mundial durante mucho tiempo y con fortaleza frente a las multinacionales, especialmente por su tamaño, estructura y conocimiento del mercado local, lo que las hace fácilmente adaptables a un mercado cambiante.

Las MIPYMES nacionales se consideran, en la mayor parte, responsables de una importante contribución al crecimiento económico. Especialmente en tiempos económicos inestables cuando las empresas pueden destruir numerosos puestos de trabajo, gracias a estas situaciones mundiales, en las que los empresarios reconocen enormes oportunidades y se animan a fundar su propio negocio en su mercado nacional emergente.

Mientras que, en los países industrializados, la proporción de MIPYMES y el porcentaje de personas empleadas en estas empresas es mucho mayor (Arca, 2017) (Tabla 6); los mercados prometedores, aquellos que representan un objetivo alcanzable por parte de las empresas porque brindan estabilidad económica política y social, luchan por implementar leyes y crear condiciones para mejorar la estructura de incentivos para que los habitantes abran sus propios negocios (Madueño, 2017).

Tabla 8.

Número de MIPYMES en algunos países del mundo

Países	Millones de MIPYMES
Estados Unidos	50
China	8
Japón	4,1
Canadá	1,1
España	2,88
Australia	2,1

Nota: Tomado de Organización Internacional del Trabajo (2017).

Las MIPYMES a menudo se clasifican según la cantidad de capital utilizado, el volumen de ventas y el número de empleados. Dicho de otra manera, una PYME se clasifica por la cantidad de sus activos y personal. Se utilizan diferentes sistemas de

clasificación en diferentes países. Así, por ejemplo, en Canadá las empresas con menos de 500 empleados se clasifican como PYME (Carnero, 2016). En Alemania, el umbral superior es de 250 empleados, en Nueva Zelanda es de 20 empleados conforman la pequeña empresa, mientras que en la Unión Europea el límite superior es de 250 empleados para medianas y 50 empleados para pequeñas empresas (Ministerio de Economía Fomento y Turismo, 2014). En el Reino Unido, según la Ley de Sociedades de 1985, para ser catalogada como una PYME, el volumen de negocios no debería ser superior a 5,6 millones de dólares y el número de empleados no debería ser superior a 50. Sin embargo, se están realizando esfuerzos para emplear una definición común de las PYME que sea aceptada en todo el mundo.

Historia de las MIPYMES en Ecuador

Dentro de la gestión empresarial, el tema de la competitividad empresarial destaca por su importancia para la permanencia y la generación de beneficios de la empresa o firma. En un contexto dinámico y volátil para competir, es necesario considerar varios factores que influyen en la competitividad, y en esta investigación consideramos tres de ellos: liderazgo, estrategia y ambiente competitivo. Cada elemento es examinado en correspondencia con la competitividad empresarial, y buscamos determinar su rol e influencia en las MIPYMES del Ecuador.

La estructura empresarial de Ecuador está compuesta principalmente por medianas, pequeñas y microempresas. En el área urbana, emplean aproximadamente al 20% de la población económicamente activa (PEA), con una distinción de 14,5% y 4,2% para las pequeñas y medianas empresas respectivamente (INEC, 2010).

Se estima que el 50% de las pequeñas empresas ocupan el 10% del pleno empleo, pero pagan el 2,5% del total de impuestos. También se puede mencionar que la tasa de empleo de las mujeres en las MIPYMES es del 63% (Carvajal, 2018).

Se destaca la capacidad de la PYME ecuatoriana para generar empleo (ver Tabla 7) e impulsar el mercado laboral, por su relevancia y contribución a la economía es relevante para determinar aspectos específicos que inciden en la competitividad empresarial. Sin embargo, un estudio en profundidad por sectores económicos se complica por la incompatibilidad de las fuentes de información, las series de datos desactualizadas e inconsistentes, entre otros elementos (Cristal, 2018).

Tabla 9.*Tasa de empleo adecuado en el Ecuador periodo 2014-2019*

Año	% Tasa de empleo nivel urbano	% Tasa de empleo nivel rural	% Tasa de empleo nivel nacional
Mar-14	95,5	97,8	96,2
Mar-15	94,4	97,1	95,2
Mar-16	61,9	74,2	65,6
Mar-17	62,5	74,1	66
Mar-18	50,1	23,1	41,1
Mar-19	37,9	20,2	47

Nota: Tomado de INEC (2019)

Tabla 10.*Indicadores de mercado laboral 2020-2022*

Poblaciones	2020	2021	2022
Población económicamente activa	8.214.137	12.743.507	12.835.738
Empleo adecuado/pleno	2.387.123	2.864.802	2.886.553
Subempleo	2.010.106	2.001.158	1.968.907
Empleo no remunerado	991.802	902.194	920.663
Empleo no clasificado	78.166	56.730	23.419
Desempleo	463.375	398.041	367.265

Nota: Tomado de INEC (2022)

Desde marzo del 2014 a marzo del 2019, se ha evidenciado una disminución significativa en la tasa de empleo a nivel urbano y rural, mientras que la tasa nacional tuvo disminución más consistente, aunque las tres tasas tuvieron una disminución considerable para el 2019, mientras que la tasa a nivel nacional tuvo un aumento no significativo con relación al empleo a nivel nacional de 41,1% al 47%.

Desde 2014 principalmente se observó un deterioro en el mercado laboral y un aumento de la informalidad, causando la diferencia en la tasa de empleo en todos los niveles, lo que ha situado al país como uno donde el desempleo se ha convertido en un fenómeno difícil de controlar y erradicar, con crisis económicas, aumento del endeudamiento externo y del gasto público, para la cual dependen las plazas de empleo

que han aumentado o disminuido con el paso del tiempo, colocando a la población en un foco vulnerable con relación a los aspectos productivos, competitivos dentro del mercado nacional, incrementando la desestabilidad económica en años anteriores a las consecuencias presentadas con la llegada de la pandemia Covid-19 (Sumba, Pinargotty, & Pillasagua, 2022).

La importancia del sector de las MIPYMES es bien reconocida en todo el mundo debido a su importante contribución a la satisfacción de diversos objetivos socioeconómicos, como un mayor crecimiento del empleo, la producción, la promoción de las exportaciones y el fomento del espíritu empresarial.

Las MIPYMES se consideran actores clave en los sistemas de innovación y son importantes para aumentar la capacidad competitiva e innovadora de los países/regiones.

Ventajas y desventajas de las MIPYMES

Las MIPYMES se han vuelto populares en el mundo, especialmente desde la década de 1960. Al igual que las grandes empresas, las MIPYMES tienen una estructura competitiva. Las MIPYMES se mantienen al día con las nuevas demandas, al adaptarse más rápidamente por su flexibilidad a las necesidades de los consumidores (López, 2015).

Las MIPYMES, observando el mercado de cerca, entendiendo mejor los requerimientos de los clientes y teniendo una relación íntima con su empleado, tienen más elasticidad que las grandes empresas en términos de fabricación, marketing y servicio. Como esta elasticidad permite la armonía con los cambios en el exterior en el tiempo y en el lugar, las MIPYMES superan muchos problemas a la ligera con menos daño. Junto con estos, de acuerdo con Delgado (2018) las MIPYMES pueden obtener algunas ventajas en algunos entornos:

- Brindan la fuerza del elemento del espectro de ingresos de "equilibrio". Este equilibrio adquiere importancia tanto desde el punto de vista social como económico. Estas empresas son la fuente de nuevas ideas y descubrimientos y contribuyen a las industrias para proporcionar la elasticidad requerida.
- Tienen la oportunidad de tomar decisiones con mayor rapidez. Además, debido a que trabajan con menos gastos de administración y operación general, tienen una producción más rápida y económica.

- Juegan un papel importante en la creación de iniciativas privadas. También disfrutan de una gran participación en el empleo y la formación. Estas empresas son los primeros establecimientos en los que muchos trabajadores calificados reciben formación técnica (Garza Castaño, 2017).
- Constituyen una vía eficaz para expandir la manufactura y la industrialización a todo el país.
- Están en situación de ser fabricantes de bienes intermedios e insumos de grandes empresas industriales.
- Pueden ser eficaces para mejorar la calidad de vida, proporcionando algunas oportunidades para que las pequeñas inversiones utilicen mano de obra, materias primas y fuentes financieras que no pueden utilizarse por motivos sociales y políticos.
- Tienen un papel importante para cumplir la función de reflejar los pequeños ahorros y los ahorros familiares directamente en las inversiones. En este sentido, la pequeña empresa es demasiado importante, demasiado dominante y se preocupa por crear la futura generación de negocios para los profesionales de todos los sectores productivos

Por ello, la contribución de las MIPYMES al sistema económico viene dada porque

“estas empresas constituyen una parte obligada de la estructura comercial e industrial por su número y estudios sobre diferentes casos; efectos sobre todos los sectores que tienen un campo de fabricación, comercio y servicios; contribuciones al empleo y nivel de bienestar” (Espín, 2017).

Sin embargo, las MIPYMES también tienen algunas desventajas. Entre éstas se encuentran la carencia de administración general, especialmente referentes a la participación total de los trabajadores de bajo nivel en las decisiones tomadas por los propietarios o socios; la no contratación de consultores financieros y especialistas en la empresa; adicional, la falta de un grupo de expertos en financiamiento y de un departamento; asimismo, no cuentan con planificación de capital y financiera, ni con el apoyo suficiente de los bancos y otras corporaciones financieras.

Además, por la falta de desarrollo de productos y la descoordinación entre producción y venta, la no adopción de actividades de marketing moderno, la escasez de sitios comerciales y áreas residenciales, el riesgo de quiebra y la pérdida de su independencia, al no poder aportar personal especializado, legislación y burocracia, las MIPYMES pueden ser llamadas a estar en desventaja (Véliz, 2018).

Cabe señalar que, entre las desventajas, las MIPYMES exhiben un menor nivel de rentabilidad que sus contrapartes más grandes. Sin embargo, este nivel más bajo de rentabilidad es consistente con al menos dos de los muchos roles que juegan las MIPYMES en la economía: “el rol de semillero y turbulencia” que genera crecimiento económico a expensas de las tasas de supervivencia y la rentabilidad de las empresas involucradas en estos roles que interactúan con sus contrapartes más grandes como proveedores, mientras que las grandes empresas subcontratan sus actividades no esenciales menos rentables.

Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Las MIPYMES son actores importantes en la economía a pesar de su pequeño tamaño. Superan con creces a las grandes empresas, tienen una enorme fuerza laboral y tienden a ser de naturaleza emprendedora, todo lo cual contribuye a la innovación.

Las MIPYMES se definen de manera diferente en todo el mundo. El país en el que opera una empresa proporciona los detalles sobre el tamaño definido de una PYME. El tamaño o la categorización de una empresa como PYME, según el país, puede basarse en una serie de características. Las características incluyen las ventas anuales, el número de empleados, la cantidad de activos que posee la empresa, la capitalización de mercado o cualquier combinación de estas características (Pulgar-Vidal, 2016).

Tabla 11.

Comparativas de las MIPYMES en algunos países latinoamericanos

	Argentina	Brasil	Uruguay	Bolivia	Colombia	Ecuador
Micro	12,8%	27,2%	23,4%	6,3%	5,6%	6,5%
Pequeñas	8%	7,5%	7,2%	7%	10,6%	10,8%
Medianas	21%	20,5%	19,4%	19,2%	18%	23%

Una gran parte de los procesos e innovaciones tecnológicas se atribuyen a MIPYMES. Dado que las grandes empresas tienden a centrarse en mejorar los productos antiguos para producir más cantidades y obtener beneficios generales de la economía dimensional, estas empresas no son tan flexibles como las MIPYMES.

Para tener éxito, las MIPYMES se enfocan en crear nuevos productos o servicios; por tanto, son capaces de adaptarse más rápidamente a los requisitos cambiantes del mercado. Las MIPYMES desempeñan un papel fundamental en la configuración de la economía de una nación. Pueden considerarse un sistema innovador atractivo y enorme. Debido a los efectos beneficiosos social y económicamente de las MIPYMES, el sector se considera un área de interés estratégico en una economía.

Las MIPYMES apoyan a empresas más grandes en ciertas áreas donde sus capacidades son superiores. Las MIPYMES se liquidan rápidamente y las grandes empresas tendrán que realizar operaciones adicionales, que pueden no ser eficientes para estas empresas. Actividades como el suministro de materias primas y la distribución de productos terminados creados por las grandes empresas son desarrolladas de manera más eficiente por las MIPYMES (Véliz, 2018).

Los gobiernos también reconocen la importancia de las MIPYMES. Por lo tanto, ofrecen incentivos regulares a las MIPYMES, como un acceso más fácil a los préstamos y un mejor tratamiento fiscal. Uno de los programas que tiene el gobierno ecuatoriano es el titulado “Reactívale Ecuador” el cual se benefician las micro, pequeñas y medianas empresas mediante créditos que van desde USD 2.800 hasta USD 300.000 (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2020).

Las MIPYMES no solo son de vital importancia para las economías en desarrollo, sino que también son cruciales por su gran participación en las economías avanzadas. Dentro de la OCDE, más del 95% de todas las empresas registradas son MIPYMES y estas unidades económicas representan más de la mitad del empleo total del sector privado. En la zona euro, el 98% de todas las empresas pertenecen a la categoría de MIPYMES y las MIPYMES proporcionan el 67% del empleo total y el 58% del valor añadido bruto. En Ecuador, y unidas a las microempresas, el porcentaje de MIPYMES alcanza el 95% de las unidades productivas (Rodríguez & Aviles, 2020).

A medida que la contribución del sector de las PYME en todos los principales indicadores macroeconómicos se hizo más clara, en particular con respecto al papel de estas empresas en la creación de nuevos puestos de trabajo, el crecimiento del PIB real y el desarrollo del espíritu empresarial, el sector de las MIPYMES se convirtió en el centro de las políticas socioeconómicas tanto en países desarrollados como en países en desarrollo, provocando también una aceleración de la investigación en esta área (López, 2015).

La resistencia y flexibilidad de las MIPYMES en entornos caóticos y cambiantes definidos por el acrónimo VUCA (del inglés, *Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) hizo que se convirtieran en uno de los elementos clave de las políticas de desarrollo social y macroeconómico. Como resultado, la ya alta participación de estas unidades económicas en el PIB general, la creación de nuevos empleos y los volúmenes de exportación aumentaron aún más, captando la atención cada vez mayor de los encargados de formular políticas, los investigadores y los profesionales.

Desafíos de las MIPYMES

Las MIPYMES se enfrentan a desafíos derivados del aumento de la competencia, la capacidad de adaptarse a la demanda del mercado que cambia rápidamente, el cambio tecnológico y las limitaciones de capacidad relacionadas con el conocimiento, la innovación y la creatividad. Sin embargo, para muchas MIPYMES, su potencial a menudo no se aprovecha plenamente debido a factores relacionados con su pequeña escala:

- i. Falta de recursos (finanzas, tecnología, mano de obra calificada, acceso al mercado e información sobre el mercado);
- ii. Ausencia de economías de escala y alcance;
- iii. Mayores costos de transacción en relación con las grandes empresas;
- iv. Falta de redes que puedan contribuir a la falta de información, conocimientos y experiencia de los mercados nacionales e internacionales;
- v. Aumento de la competencia y concentración del mercado de las grandes empresas multinacionales debido a la globalización y la integración económica;
- vi. Incapacidad para competir con empresas más grandes en términos de gasto en I + D e innovación (producto, proceso y organización)

- vii. Ausencia de celo, capacidad y conocimientos empresariales. Además, muchas pequeñas empresas encuentran que su aislamiento geográfico las pone en desventaja competitiva.

A pesar de estos importantes desafíos, las MIPYMES siguen desempeñando un papel importante en la economía global, particularmente en la creación de empleos. A pesar de sus debilidades percibidas, las MIPYMES no se han visto arrastradas por el proceso de globalización e integración regional; sino que, más bien, su función y contribución han cambiado y evolucionado, lo que ha permitido a muchas seguir siendo competitivas a nivel internacional y ser colectivamente una fuente importante de generación de empleo.

Las MIPYMES y la economía

Representan alrededor del 90% de las empresas y más del 50% del empleo en todo el mundo. Las MIPYMES formales contribuyen hasta el 40% del producto interno bruto (PIB) en las economías emergentes. Estas cifras son significativamente más altas cuando se incluyen las MIPYMES informales.

Según las estimaciones del INEC (2021), se necesitarían 600 millones de puestos de trabajo de aquí a 2030 para dar cabida a la creciente fuerza laboral mundial, razón por la cual muchos gobiernos de todo el mundo han hecho del crecimiento de las PYME una máxima prioridad.

Las MIPYMES representan siete de cada diez empleos creados en los mercados emergentes y producen la mayoría de los puestos formales. Sin embargo, una barrera importante para la expansión de las PYME es el acceso a la financiación, es el segundo obstáculo más citado al que se enfrentan las MIPYMES para hacer crecer sus negocios en los mercados emergentes y los países en desarrollo (Véliz, 2018).

3-F (autofinanciación, familia y amigos)

El costo de obtener financiamiento de amigos y familiares es relativamente bajo. Puede aumentar si los acuerdos comerciales se vuelven más complicados. Si un acuerdo formal es complejo, es posible que deba redactarlo un profesional. Las tarifas variarán según la complejidad del negocio, su tamaño y riesgo. Los intereses, si se cobran, variarán

según el riesgo de incumplimiento. Los dos tipos de interés más frecuentes son el variable y el fijo, y en ocasiones están relacionados con el tipo de interés oficial.

Tabla 12.

Tipos de intereses en bancos del Ecuador 2015-2016

TASA DE INTERÉS ACTIVA		TASA DE INTERÉS PASIVA		SPREAD
FECHA	VALOR %	FECHA	VALOR %	
Enero 2015	7,84	Enero 2015	5,22	2,62
Febrero 2015	7,41	Febrero 2015	5,32	2,09
Marzo 2015	7,31	Marzo 2015	5,31	2,00
Enero 2016	9,15	Enero 2016	5,62	3,53
Febrero 2016	8,88	Febrero 2016	5,83	3,05
Marzo 2016	8,86	Marzo 2016	5,95	2,91

Nota: Tomado de Campoverde (2016)

Como se puede observar en la tabla anterior, en Ecuador se maneja dos tipos de tasas de intereses, el activo y el pasivo; siendo que se aplica el primero cuando las entidades financieras cobran un costo por la financiación que solicita el prestamista, que se cancela conforme el plazo que a su vez repercutirá en el valor de la tasa. Ambos tipos de interés pueden afectar la productividad de las empresas y, por lo tanto, la economía del país, tal como se ha evidenciado el cambio considerable en esos en los últimos años, en los que se han tomado los primeros años del 2021 y 2022 a fin de comparar con los intereses presentados entre los años 2015-2016. Las tasas de interés activas disminuyeron, mientras que las pasivas aumentaron considerablemente.

Los honorarios legales variarán dependiendo de si se brindan otros servicios, la complejidad del negocio, su tamaño y el riesgo para el prestamista. Es probable que se apliquen tarifas cuando un activo personal, como una propiedad de propiedad conjunta, se proporcione como garantía.

Las tarifas variarán dependiendo de si se brindan otros servicios (contabilidad, por ejemplo) y también de la complejidad del negocio, su tamaño y la frecuencia de emisión.

Tabla 13.*Tasas de interés Ecuador 2021-2022.*

TASA DE INTERÉS ACTIVA		TASA DE INTERÉS PASIVA		SPREAD
FECHA	VALOR %	FECHA	VALOR %	
Enero 2021	5.82	Enero 2021	8.58	2,62
Febrero 2021	5.70	Febrero 2021	8.38	2,09
Marzo 2021	5.53	Marzo 2021	8.12	2,00
Enero 2022	5.57	Enero 2021	7.39	3,53
Febrero 2022	5.71	Febrero 2021	7.38	3,05
Marzo 2022	5.51	Marzo 2021	7.23	2,91

Nota: tomado de Banco Central del Ecuador.**Tabla 14.***Tipos de intereses en bancos del Ecuador 2021-2022*

TASA DE INTERÉS ACTIVA		TASA DE INTERES PASIVA	
CONCEPTO	VALOR %	CONCEPTO	VALOR %
Producto corporativo	8.49	Depósitos a plazo	6.26
Producto empresarial	9.61		
Productivo PYMES	10.24	Depósitos monetarios	0.72
Consumo	16.09		
Educativo	8.79	Operaciones de reporto	1.50
Educativo social	5.49		
Vivienda de interés público	4.95	Depósitos de ahorro	1.21
Vivienda de interés social	4.98		
Inmobiliario	9.21	Depósitos de tarjetahabientes	1.18
Microcrédito minorista	19.37		
Microcrédito de acumulación simple	20.47		
Microcrédito de acumulación ampliada	19.85		
Inversión publica	8.76		

Nota: tomado de (Banco Central del Ecuador, 2022).

Ventajas

- Es adecuado para necesidades de endeudamiento a corto y mediano plazo.
- Los amigos y la familia pueden estar más dispuestos a prestar, especialmente cuando no se puede acceder a otros tipos de financiación.
- Los términos acordados con amigos y familiares suelen ser más favorables que los de proveedores comerciales.
- Los préstamos y los términos de inversión pueden ser flexibles y cubrir un período de reembolso más largo que el habitual en las finanzas comerciales.
- Como sus amigos y familiares lo conocen bien, generalmente no necesitará proporcionar referencias.
- Una vez que se ha obtenido este tipo de financiación, la financiación comercial puede ser más fácil de conseguir.
- El crédito generalmente no estará asegurado.

Desventajas

- Las decisiones pueden basarse en la emoción en lugar del sentido comercial.
- El control puede terminar diluyéndose cuando no es lo mejor para el negocio.
- El fracaso empresarial significaría que amigos y familiares perderían dinero.
- Un incumplimiento en los reembolsos de préstamos afectaría las relaciones personales.
- Existen consecuencias fiscales para el prestamista si se cobran intereses.
- Incluso si no se cobran intereses, el prestamista deberá considerar las consecuencias del impuesto a la herencia.

MIPYMES

Aproximadamente la mitad de las MIPYMES oficialmente reconocidas carecen de acceso formal a préstamos. Cuando se incluyen las microempresas y las empresas no constituidas en sociedad, la brecha de financiación se vuelve aún más pronunciada.

Eso es casi cuatro de cada cinco puestos de trabajo disponibles en el mercado. A pesar de jugar un papel vital en el desarrollo de la economía, se observa que alrededor del 50% de las MIPYMES carecen de acceso a financiamiento o inversión de capital. En un momento dado, las MIPYMES formales generan alrededor del 33% de la renta nacional

y el 45% del empleo total en los países en desarrollo. Las estadísticas indican que este sector empresarial es uno de los mayores de ingresos, y asciende al 31,77% del PIB mundial, lo cual representa 25.650.327 millones de dólares (Rodríguez, 2018).

Ventajas

- Las MIPYMES tienen la notable capacidad de impulsar el crecimiento económico. Crean muchas oportunidades laborales nuevas, impulsan el tren de la innovación y amplían la base impositiva.
- Las MIPYMES también aumentan la competencia entre sus pares consiguen que el mercado esté en constante movimiento. Esto desencadena una situación de beneficio mutuo tanto para el proveedor como para el consumidor. Además, esto aumenta la productividad agregada, así como la eficiencia en toda la economía.
- Los nuevos emprendedores aportan innovaciones, ideas y habilidades.
- En casi todos los países, las MIPYMES constituyen una gran proporción de todas las empresas de la nación. En la mayoría de las economías en desarrollo y desarrolladas, más del 90% de las MIPYME crean empleo. De hecho, cuando las grandes industrias reducen su tamaño y recortan puestos de trabajo, las MIPYMES siguen desarrollándose y creando más puestos de trabajo.
- Las MIPYMES se adaptan rápidamente al dinámico mundo empresarial pasando al comercio electrónico y las transacciones en línea de bienes y servicios. El avance de la tecnología no solo ha facilitado el proceso de compra y venta, sino que también ha ayudado a los empresarios a reducir los costos de publicidad y marketing. Las distintas plataformas de comercio electrónico facilitan la vida a las MIPYMES.
- Las MIPYMES desempeñan un papel fundamental como proveedores de servicios y comerciantes de la industria primaria.
- Las MIPYMES también producen productos acabados y servicios.
- Las MIPYMES contribuyen en gran medida al desarrollo de diversos sectores, como la manufactura, la agricultura y los servicios de TIC.
- Existe una relación recíproca entre una MIPYME y la economía. El desarrollo de la economía asegura la creación de más MIPYMES. La creación de más MIPYMES asegura un impulso a la economía.

Regularización de las MIPYMES

En América Latina y el Caribe, las micro, pequeñas y medianas empresas, o MIPYMES, constituyen la columna vertebral de la economía y la generación de empleo de la región. Sin embargo, una de las características más prevalentes de las MIPYMES de la zona es su falta de regularización, lo que contribuye a su alta vulnerabilidad socioeconómica y pone en riesgo su capacidad de sobrevivir ante cualquier ocurrencia imprevista (Carnero, 2016).

Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) a 2020, el grueso de los empleos es creados por las MIPYMES, que conforman el 99 por ciento del tejido industrial.

En Ecuador, las MIPYMES constituyen el 98 por ciento del tejido empresarial, comprenden el 38,6 por ciento del PIB y generan más de 2.500.000 puestos de trabajo (más del 60 por ciento del empleo formal en la región, según un informe de las MIPYMES)

La evolución de las MIPYMES en el país entre 2017 y 2020 ha generado información estadística sobre la estructura empresarial mediante los registros administrativos, que proporciona información sobre las unidades económicas totales en un periodo fiscal específico, lo cual permite determinar el número de microempresas, evidenciando una disminución efecto de la pandemia Covid-19.

Tabla 15.

Número de empresas según su tamaño

Número de empresas	2017	2018	2019	2020
Microempresa	828.553	830.102	803.600	777.614
Pequeña	65.304	65.226	63.919	52.079
Mediana	13.898	14.546	14.691	12.640
Total	907.775	909.914	882.210	842.333

Nota: tomado de DICE-INEC (2021), citado por (Sumba, Pinargotty, & Pillasagua, 2022).

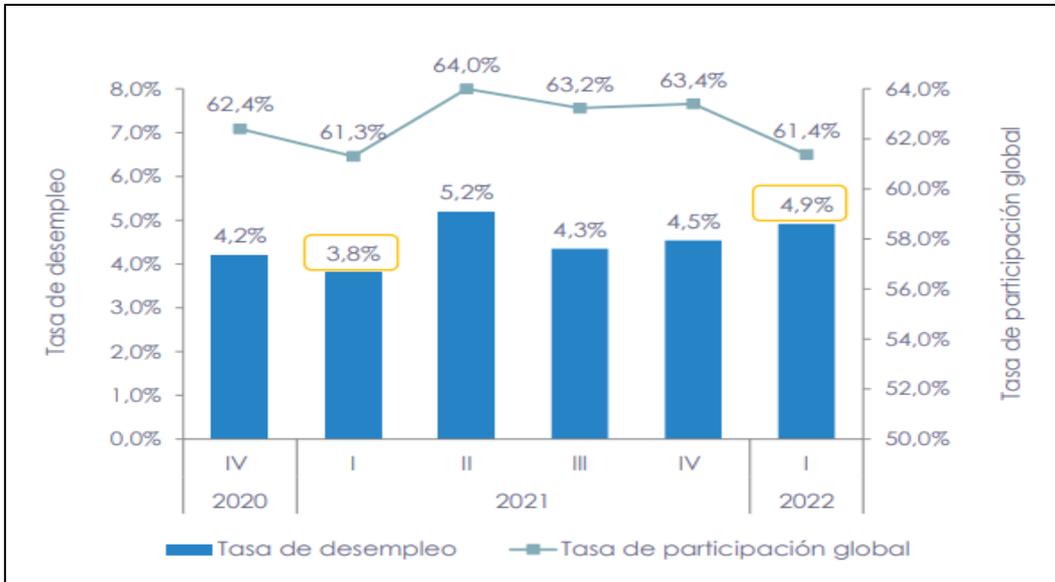
Las microempresas tienen una presencia mayoritaria en todos los sectores de la economía. En algunos casos, constituyen más del 90 por ciento de los negocios dentro de

un sector en toda América Latina, siendo el comercio el sector en el que se concentra el mayor número de microempresas formales.

La tasa de empleo adecuado en el país se presenta de la siguiente forma:

Figura 1.

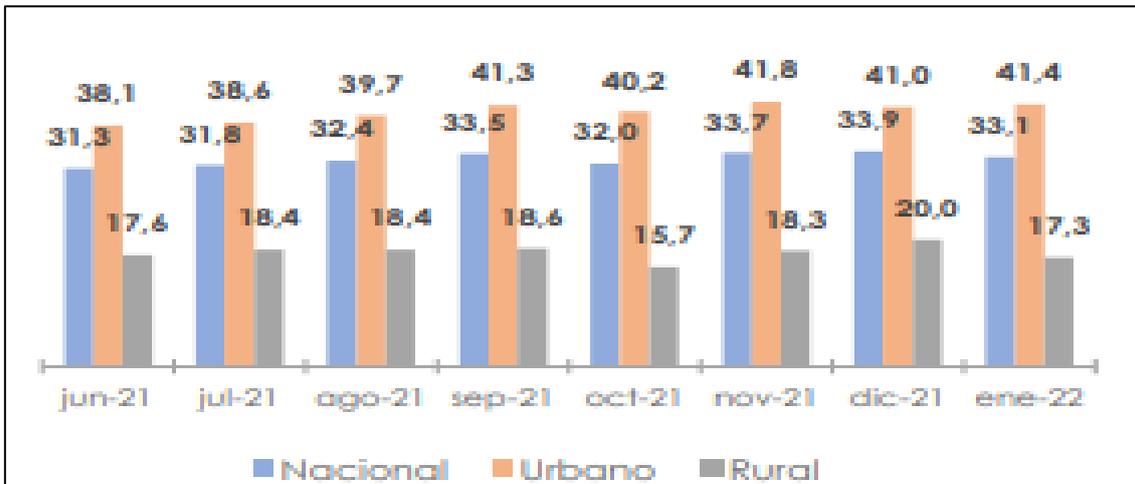
Tasa de participación global (TPG) y tasa de desempleo



Nota: tomado de ENEMDU (2022).

Figura 2.

Tasa de empleo adecuado/pleno a nivel nacional y por área (porcentaje de la PEA)

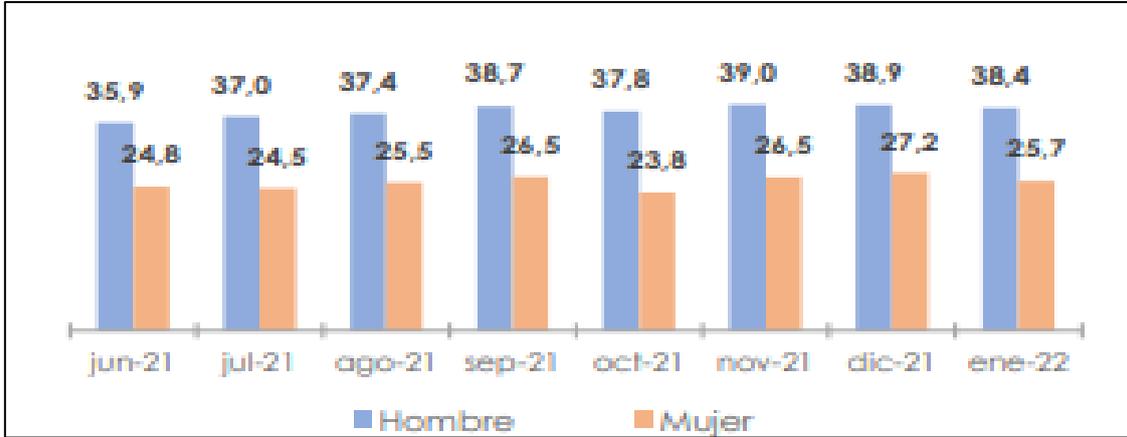


Nota: tomado de ENEMDU (2022).

Figura 3.

Tasa de empleo adecuado/pleno por sexo a nivel nacional (porcentaje de la PEA).

Nota: tomado de ENEMDU (2022).



Salario emocional relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa

La Asociación Española para la Calidad define el salario emocional como una idea relacionada con la retribución de los empleados que tiene en cuenta factores no económicos con el objetivo de satisfacer las necesidades personales, familiares y profesionales del trabajador, mejorar su calidad de vida y favorecer la vida laboral. balance (Carrillo, 2016).

Como ejemplos de salario emocional que se aplican en la empresa destacan los siguientes: organización de guarderías en la empresa, flexibilidad horaria, políticas de conciliación laboral, sistema gratuito de transporte y de comida para los trabajadores den la empresa y sistema de premios e incentivos, entre otros.

El salario emocional se relaciona con la RSC. Así, cuando se define de manera amplia, la RSC se refiere al uso voluntario de sus recursos por parte de las empresas para contribuir a la sociedad y su asunción de responsabilidades hacia los accionistas y todas las partes interesadas relevantes; esto se hace mediante la adopción de responsabilidades legales y económicas como base subyacente, y con leyes, ética y moral como estándares subyacentes.

Las empresas deberían intentar mejorar la calidad de vida de los empleados y sus familiares, la comunidad local y el público a través del desarrollo económico sostenible y hacer esta promesa de las empresas a estas partes en la operación empresarial. Con el

objetivo de maximizar los beneficios y minimizar los daños, las empresas deben evaluar cuidadosamente el impacto de sus actividades y operaciones en el medio ambiente, la sociedad y la economía.

En Ecuador, de acuerdo con Torres (2017), son muy escasas las cifras o estadísticas oficiales que demuestren el porcentaje de empresas que utilizan estrategias de salario emocional como motivación. De igual forma es complicado encontrar datos sobre el incremento de la productividad por esta estrategia. Según la directora de proyectos *Great Place to Work*, Daniela Peñaherrera (2015) indica que, en Ecuador, menos del 10% de las empresas utilizan al salario emocional como una herramienta para la productividad.

El marketing de causa tiene el efecto de fortalecer las marcas empresariales, lo que a su vez conduciría a la atracción de más clientes potenciales o al fortalecimiento del sentido del honor de los empleados. Las empresas podrían generar beneficios a partir de esto, aunque el marketing de causa se considera una herramienta para la gestión de relaciones (López, 2015).

Los conceptos de RSC ya se han ampliado de tal manera que la responsabilidad social se incorpora sustancialmente en la toma de decisiones y la ejecución de proyectos empresariales. Esto permite la cooperación entre las empresas y la sociedad, lo que a su vez conduce a modos de colaboración mutuamente beneficiosos.

Los factores de la RSC se dividieron en cinco categorías, a saber, la responsabilidad del cliente, la responsabilidad del empleado, la responsabilidad medioambiental, la responsabilidad económica y la responsabilidad comunitaria. La adhesión a prácticas de responsabilidad social puede mejorar la impresión favorable que los consumidores tienen de las empresas, estimulando así su propensión a realizar compras.

Además, la mayoría de las empresas piensan que defender la responsabilidad social es una actividad públicamente reconocida y pueden beneficiarse de los aspectos no económicos de la responsabilidad social utilizándolos para obtener una ventaja competitiva; esto incluye crear una reputación empresarial para ellos mismos o mejorar la actitud y el comportamiento proactivo de los empleados (García, 2018), así como el mayor orgullo de pertenencia de los trabajadores hacia la organización.

Si las empresas pueden asumir su responsabilidad social, podrían diferenciarse de sus competidores y establecer una mejor imagen y reputación. El proceso de ejecución de la RSC es un proceso de aprendizaje organizacional. Cuando una organización está cumpliendo con su responsabilidad social, debe coordinar las relaciones entre las diferentes partes interesadas. Esto conduciría a la formación de una cultura organizacional abierta dentro de la empresa, facilitando el contacto y la comunicación tanto dentro como fuera de la empresa.

La conexión, desde el punto de vista de una cadena de suministro global, entre el aprendizaje organizacional y el cumplimiento independiente de las obligaciones sociales por parte de los proveedores lleva a que, cuando las organizaciones cumplen con su RSC, poseen culturas orientadas a las personas que ejercen una influencia positiva en los *stakeholders* (partes interesadas). Así, diversos estudios también han revelado que existe una estrecha relación entre la capacidad de innovación de una empresa y su acervo interno de conocimientos.

Como resultado, sin el apoyo del conocimiento relevante, las empresas enfrentan serias limitaciones en el comportamiento innovador. Además, para asegurar el desarrollo a largo plazo, las empresas establecen visiones claras y objetivos estratégicos, y pueden estar más inclinadas a cumplir con su responsabilidad social. Este comportamiento también facilitaría el intercambio de conocimientos dentro de las empresas (López, 2015).

La influencia de la RSC en las empresas se refleja en la cultura, las técnicas, la estructura organizativa y el comportamiento de los miembros de la organización. Todos estos factores afectan el rendimiento operativo y el comportamiento innovador de las empresas. Por lo tanto, el cumplimiento autónomo de la RSC puede ayudar a los administradores de empresas a desarrollar mejores habilidades de gestión. La capacidad de gestión de los gerentes se puede internalizar a través del proceso de la empresa de cumplir con la responsabilidad social, lo que conduciría al uso efectivo de los recursos organizacionales y a la transformación de estos recursos en un comportamiento real que podría mejorar el desempeño operativo de la empresa (Rodríguez, 2018).

Las empresas que invierten a largo plazo y priorizan la responsabilidad social pueden encontrar más motivador crear y diferenciar sus productos y alentar a su personal a pensar creativamente. Según la teoría de las partes interesadas, la reputación de una

empresa y las conexiones que tiene con las diferentes partes interesadas pueden mejorar como resultado de la implementación de la responsabilidad social, como proveedores, clientes, empleados o incluso agencias gubernamentales. Esto beneficiaría a la empresa al aumentar sus relaciones internas y externas. Capital social que facilita la recopilación de diversos recursos operativos (por ejemplo, técnicos, capital y talento) o incluso conduce a la realización o a la mejora del comportamiento innovador de los empleados. En definitiva, existe una fuerte y favorable correlación entre la actividad inventiva de los empleados y la RSC.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible fue aprobada en septiembre de 2015, firmada por 193 estados, y establecida como marco de prácticas comerciales éticas en los países beneficiarios hasta 2030. La responsabilidad social adquiere una forma aplicable a todo tipo de organizaciones, independientemente de su ubicación o línea de trabajo, permitiendo evaluar y contrastar sus contribuciones al desarrollo sostenible, para lo que se debe tener claro todos los objetivos de la gestión de responsabilidad.

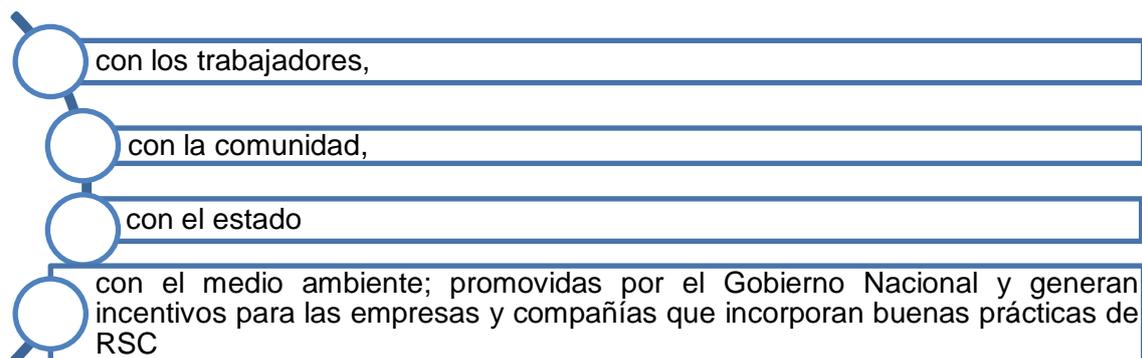
El siglo XXI y su nueva visión pretenden utilizar la globalización, las tendencias de producción y la conciencia de los países sobre las formas tradicionales de materias primas para dinamizar sus economías. Esto requerirá reimaginar las estructuras productivas para lograr una producción más limpia, que se base en los principios teóricos de la responsabilidad social corporativa.

Ecuador ante esa realidad, busca alinearse a una visión transformadora que cambia la matriz productiva de las políticas públicas para la sostenibilidad ambiental, social y económica, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El país podrá validar las temáticas de alto nivel de impacto que prioricen las necesidades del país, tal como la reducción de la desigualdad en todas las dimensiones, ciudades sostenibles, crecimiento económico inclusivo, etc. Para alcanzar esto se deben establecer políticas públicas al mismo tiempo que se jerarquizan las prioridades con respecto a la planificación presupuestaria, incluyendo elementos relacionados con las ODS y su cumplimiento, de acuerdo con la agenda 2030. También se genera con el Ministerio de Industria y productividad la política “Hace bien” y “Hace mejor” reconociendo a las empresas ecuatorianas para el cumplimiento de:

Figura 4.

Cumplimiento de las empresas



Nota. Adaptado de Ormaza et al. (2020).

Concepto

La RSC es un modelo de negocio auto controlado que respalda la responsabilidad social de una organización hacia el público, las partes interesadas y hacia sí misma. Las empresas pueden tomar conciencia del tipo de impacto que están teniendo en los aspectos económicos, sociales y ambientales de la sociedad al comprometerse con la responsabilidad social corporativa (RSC), a menudo conocida como ciudadanía corporativa. Cuando una empresa practica la responsabilidad social corporativa (RSC), indica que opera de una manera que mejora la sociedad y el medio ambiente en lugar de dañarlos (SINTAC, 2022).

Teniendo en cuenta lo anterior, la ciudadanía corporativa es un término asociado a la RSC que es definido de la siguiente manera por la Comisión Europea (2001) “La gestión de la totalidad de las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida, a nivel local, nacional y mundial” (p.27). Otro concepto es el establecido por Matten y Crane (2005) quienes afirman que “la ciudadanía corporativa describe el papel de la corporación en la administración de los derechos de ciudadanía para los individuos” (p.173) citado por González y Cuesta (González & Cuesta, 2018).

Ambos conceptos hacen hincapié la responsabilidad de la empresa u organización sobre las relaciones que tiene con la comunidad, siendo ésta a nivel local o mundial, es decir, está forma parte de la sociedad y, como tal, es casi su deber tener cierto perfil de actuación que cumpla con las demandas de la sociedad. Dependiendo de esto se le asigna a la empresa el papel de buen o mal ciudadano, teniendo así un enfoque más político.

Como resultado, la responsabilidad social corporativa (RSC) es un concepto amplio que varía según el negocio y la industria. Las empresas pueden mejorar el reconocimiento de su marca y contribuir a la sociedad a través de iniciativas de RSC, trabajo voluntario y esfuerzos filantrópicos.

La RSC es beneficiosa tanto para una empresa como para la comunidad. Participar en iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC) puede fortalecer la relación entre trabajadores y empleadores, mejorar la moral y aumentar el sentido de comunidad entre ambos grupos.

De esta manera, mejora la reputación corporativa y la imagen de marca de la empresa, así como se incrementa el orgullo de pertenencia por parte de los profesionales que trabajan en la organización.

Tener una imagen socialmente consciente se está volviendo cada vez más crucial a medida que crece el uso de la responsabilidad corporativa. Los clientes, los miembros del personal y otras partes interesadas otorgan un gran valor a la responsabilidad social corporativa (RSC) al seleccionar una marca o empresa, y responsabilizan a las empresas de generar cambios sociales a través de sus acciones, políticas y ganancias financieras.

Muchas empresas se concentran en unas pocas áreas principales de responsabilidad social corporativa (RSC) porque entienden lo importantes que son estos esfuerzos para sus partes interesadas, trabajadores y clientes. Éstas incluyen:

- a) Esfuerzos ambientales: El medio ambiente es una de las principales áreas de interés de la RSC. Todas las empresas tienen una huella de carbono significativa. Cualquier acción que una empresa pueda tomar para reducir su impacto se considera beneficiosa para la sociedad en su conjunto y para la propia empresa (Pulgar, 2016).
- b) Filantropía: Las empresas pueden demostrar su compromiso con la responsabilidad social contribuyendo en efectivo, bienes o servicios a causas benéficas y sociales. Las corporaciones más grandes frecuentemente tienen más recursos disponibles para apoyar iniciativas comunitarias y organizaciones benéficas vecinales, pero las pequeñas empresas como la suya aún pueden tener un impacto significativo.

Si tiene en mente un programa o una organización benéfica en particular, comuníquese con ellos para obtener más información sobre sus requisitos y si brindarles dinero, tiempo o incluso artículos de su negocio será lo más beneficioso.

- c) Prácticas laborales éticas: El trato justo y moral a los trabajadores es una forma en que las empresas muestran su compromiso con la responsabilidad social corporativa.
- d) Voluntariado: participar en iniciativas vecinales o prestar el tiempo de su personal a actividades caritativas en la comunidad dice mucho sobre la integridad de una empresa. Las empresas pueden mostrar su preocupación (y apoyo) por determinadas cuestiones e inquietudes sociales tangibles realizando buenas acciones sin pedir nada a cambio (Padilla, 2018).

Los fallos del mercado

Es una situación producida cuando el mercado no puede asignar los recursos disponibles de manera eficiente. En el ámbito económico, hace referencia al sistema de precios de un mercado competitivo, donde se pueden abastecer los bienes y servicios de la economía, cuando, al presentarse la insuficiencia se está ante un fallo de mercado. Pueden tener una índole variable como lo son las externalidades, bienes públicos, competencia imperfecta, mercados incompletos, desempleo e información imperfecta, los cuales no cumplen con las asignaciones. Cuando estas funcionan de manera adecuada, el papel del estado es proporcionar el marco institucional y normativo para que se produzcan los intercambios, además de salvaguardar la propiedad privada (Rizzo & Camacho, 2020).

También definido como riesgo moral es un término utilizado especialmente para las crisis económicas por las actuaciones dudosas de las entidades financieras, haciendo referencia a las actuaciones que hace una persona cuando otro grupo de individuos sufre de acciones negativas gracias a la falta de información del primero. En el entorno financiero, se le reconoce cuando una entidad o persona asume más riesgos en las inversiones al considerar que las ganancias serán para ellos y las pérdidas repercuten en las otras personas (Sánchez V. M., 2020).

Selección adversa

Se le puede considerar a la asimetría de la información entre las partes que desean iniciar o mantener un tipo de contrato, que puede causar un efecto de selección adversa gracias a las situaciones de oportunismo precontractual en donde la parte que menos está informada no es capaz de distinguir la calidad de lo que ha ofrecido la otra parte, suponiendo el peor escenario, siendo lo más interesante para la otra parte (Cárdenas, Benavides, Chango, & Mácas., 2020).

La asimetría de información entre dos partes al iniciar o mantener una relación o contrato puede originar lo que Akerlof (1970) denominó efecto de “selección adversa” (o antiselección). Con esta expresión, se trata de describir aquellas situaciones de “oportunismo precontractual” en que la parte menos informada no es capaz de distinguir la buena o mala “calidad” de lo ofrecido por la otra parte, por lo que acaba suponiendo que lo más probable es la posibilidad peor, ya que, por lo general, es lo más interesante para el otro agente.

Evolución histórica de la RSC

La posibilidad de que las organizaciones deban hacer RSC y asumir un trabajo funcional en la batalla de la mejora razonable tiene sus fundamentos subyacentes en la elaborada por algunos supervisores estadounidenses durante la década de 1950, quienes consideraban como empresa cuales eran sus beneficios, así como los efectos que se estarían aportando a las sociedades y a tierra, permitiéndoles establecer las ventajas que ofrecerían como empresa.

En 1953, Howard Bowen distribuyó un libro titulado “La responsabilidad social del hombre de negocios” en el que aclara por qué las organizaciones deberían estar interesadas en ser más responsables social y terrenalmente, dando a conocer el primer significado de “percibido” dentro de la RSC (Benavides, 2018).

Aunque la RSC sólo recientemente ha ganado prominencia como una disciplina seria en la gestión, contribuir a la sociedad no es un concepto totalmente nuevo para las empresas. Ayuda a producir beneficios para la sociedad, incluso cuando los capitalistas no planificaron tales beneficios sociales. La mano invisible produce resultados que pueden no planificarse conscientemente. El impacto de las actividades corporativas en la

sociedad ha sido debatido por profesionales e investigadores hasta el día de hoy. Se argumenta que la RSC es una excelente herramienta para comercializar la empresa y, por lo tanto, debería ser liderada por los especialistas en marketing o para ser utilizada para mejorar la marca de la empresa.

Tales ideas suelen tener su origen en la teoría de la agencia desarrollada por Jensen y Meckling en 1976, que establece que los gerentes son agentes de los accionistas y, por lo tanto, debe dar prioridad a atenderlos maximizando las ganancias financieras (Mackenzie, Buitrago, Giraldo, Parra, & Valencia, 2013). Los gerentes han de buscar cómo maximizar la rentabilidad de los accionistas y no deben participar en ningún acto que pueda conducir a su reducción. En su forma más simple, argumentan que los gerentes deben hacer todo lo que sea legal para maximizar el valor para los accionistas.

Por su parte, la RSC ética es la exigencia de que las empresas sean moralmente responsables para prevenir lesiones y daños que pudieran resultar de sus actividades. Este tipo de RSC se espera de todas las empresas y debe cumplirse como mínimo. La RSC altruista es genuina y opcional preocupación, incluso ante un posible sacrificio personal u organizacional.

La RSC estratégica se da cuando una empresa emprende ciertas actividades de servicio a la comunidad corporativa afectiva que logran objetivos comerciales estratégicos. Por lo tanto, la RSC debe enfocarse en dos aspectos: (1) prevenir lesiones y daños que pudieran resultar de las actividades comerciales; y (2) lograr los objetivos estratégicos del negocio.

Además, con la mejora de las preocupaciones ecológicas a pesar de los problemas financieros y sociales, el deber social empresarial se convirtió en un problema en desarrollo. Un número cada vez mayor de clientes comenzó a mostrarse incrédulo de las organizaciones y necesitaba que fueran cada vez más respetuosas con las leyes, la tierra y progresivamente ser capaces en general.

Las organizaciones comenzaron a tomar conciencia de la necesidad de comenzar a poner recursos en RSC con el objetivo de no quedarse atrás de sus rivales. Ahora, la RSC comenzó a verse y utilizarse como un dispositivo para los ejecutivos, la correspondencia y el avance empresarial. La RSC resultó ser también fundamental para mejorar la imagen corporativa entre los compradores, mejorar la correspondencia interna

y la rentabilidad, y fue un método para reducir los gastos al hacer que las asociaciones sean cada vez más efectivas en lo que respecta a supervisar la vitalidad y los activos (Echeverría, 2019).

Hoy en día, a medida que el mundo presenta numerosas dificultades sociales y ambientales, se trata de organizaciones esquivas de tamaño mediano / grande que no tienen un informe de RSC, una división de RSC o un individuo al mando, o posiblemente un procedimiento correspondiente dedicado a la RSC.

Hoy, el mundo empresarial ha comenzado a sistematizar genuinamente la RSC. Los enfoques y las técnicas de RSC aluden a los diferentes arreglos establecidos por las organizaciones que las fortalecen y, al mismo tiempo, les permiten asegurar la tierra, disminuir las descargas de sustancias que agotan la capa de ozono, mejorar la naturaleza de los artículos o promover la consideración social y la equidad de la fuerza laboral. En general, un enfoque de RSC posiblemente pueda afectar a varias regiones dentro de las estructuras internas de la empresa y, además, en la forma en que se componen la fuerza laboral externa y la sociedad.

A nivel mundial, no existe una "ley" que faculte a las organizaciones para establecer una técnica de RSC. A fin de cuentas, se han elaborado una gran cantidad de pautas que describen la RSC, específicamente instando a las organizaciones a ser progresivamente capaces de hacerlo (Dacasa, 2018).

Por otra parte, existe una organización global que distribuye guías para que las organizaciones las gestionen en su sistema de RSC. La ISO (*International Standard Organization*) permite a las organizaciones disponer de una carcasa típica de referencia para actualizar el sistema de RSC.

En la actualidad, la RSC se está desarrollando. Las organizaciones buscan caracterizar mejores enfoques para agregar a un avance sustentable a fin de mejorar su imagen, pero además su presentación y sus probabilidades de aventurarse y prosperar en el largo plazo.

Además, la RSC se está beneficiando de los giros innovadores y financieros de los acontecimientos y los procedimientos prescritos en la actualidad probablemente cambiarán rápidamente. Hoy en día, la comunicación de RSC, los recursos humanos, las

cadena de suministro y las MIPYMES tienden a aumentar la sostenibilidad y la reputación de la organización.

Principios de la RSC

Aunque existen múltiples versiones de RSC, las categorías principales generales de RSC incluyen esfuerzos ambientales, filantropía, prácticas laborales éticas, voluntariado y educativa como los siguientes:

Esfuerzos ambientales

El enfoque principal de muchas empresas en su compromiso con la RSC es a través de los esfuerzos ambientales. Las empresas, por ejemplo, podrían emitir muchos gases de efecto invernadero a la atmósfera. Una huella de carbono es la cantidad de gases de efecto invernadero que deja una persona, grupo, actividad, estructura, evento o producto. La mayoría de los científicos piensa que los cambios en los ecosistemas, el nivel del mar, el clima global y, por tanto, en los patrones agrícolas, se deben a las emisiones de gases de efecto invernadero. Dependiendo de su tamaño, ubicación y modo de operación, las empresas tienen huellas de carbono muy diferentes.

Cualquier acción realizada para reducir la huella de carbono se considera beneficiosa para el medio ambiente. Estos esfuerzos han incluido minimizar la cantidad de tierra ocupada o utilizada, construir/ocupar edificios energéticamente eficientes, plantar árboles en la selva tropical y utilizar productos de origen local (León, 2018).

Protocolo de Kioto

La preocupación internacional por el cambio climático ha llevado al Protocolo de Kioto, negociado en 1997, que contiene objetivos de emisiones jurídicamente vinculantes para los países industrializados que deben alcanzarse durante el período de compromiso 2008-2012 (Carnero, 2016). Si bien los proponentes del Protocolo lo celebran como un gran avance en la política climática internacional, los oponentes dicen que su enfoque, es decir, el establecimiento de objetivos y calendarios para la reducción de emisiones tiene serios defectos. Este documento proporciona una evaluación crítica del desempeño potencial del Protocolo y analiza las enmiendas para fomentar su eficacia y eficiencia. El Protocolo de Kioto ha establecido un mecanismo internacional flexible y de amplia base

que proporciona un valioso punto de partida para dar forma a políticas climáticas eficientes en el futuro (Pozo, 2016).

Acuerdo de París

La adopción del Acuerdo de París es un hito en la política climática internacional y pone fin a años de negociaciones casi estancadas. El Acuerdo crea un proceso global de participación, seguimiento, ejercicios regulares de balance y acción cooperativa (Pulgar-Vidal, 2016). Por un lado, representa un paso adelante, superando las múltiples divisiones que habían marcado el área de Kioto: entre países desarrollados y en desarrollo, entre países industrializados dentro del Protocolo y fuera del Protocolo, y entre los que apoyan los mecanismos de mercado y los que se oponen con vehemencia. Por otro lado, las contribuciones de los países individuales no alcanzan el objetivo climático general y el riesgo es que el Acuerdo de París siga siendo un caparazón sin la acción y el apoyo suficientes. El Acuerdo de París no impone objetivos individuales a las partes en materia de limitación y reducción de emisiones, a diferencia del Protocolo de Kioto.

En cambio, el Acuerdo de París formula un objetivo general de cambio climático (Art. 2) y pide a las Partes que contribuyan a este objetivo (PNUMA, 2017) y corresponde a los países decidir cómo y cuánto pueden contribuir al cumplimiento de ese objetivo de acuerdo con el principio de responsabilidad común pero diferenciada y capacidades respectivas

El Acuerdo de París es un tratado como una cuestión de derecho internacional, lo que significa que los países que lo ratifiquen están obligados por sus términos tras haber entrado en vigor. Sin embargo, a pesar de su carácter vinculante, contiene pocas disposiciones obligatorias que formulan disposiciones precisas y ejecutables (Oficina Española de Cambio Climático, 2016).

Tabla 16.

Países que conforman el Acuerdo de París

Economías	Fecha de la firma	Fechas de ratificación
Australia	14-04-2016	09-11-2016
Brunéi	18-04-2016	22-09-2016
Estados Unidos	12-04-2016	03-09-2016
Canadá	12-04-2016	05-10-2016

Corea del Sur	15-04-2016	03-11-2016
Rusia	20-04-2016	N.R.
Taiwán	N.A.	N.A.
Japón	20-04-2016	08-11-2016
Singapur	29-03-2016	21-09-2016
Malasia	20-04-2016	16-11-2016
Nueva Zelanda	15-04-2016	04-10-2016
China	01-04-2016	03-09-2016
Hong Kong	N.A.	N.A.
Chile	N.F.	N.R.
México	19-04-2016	21-09-2016
Tailandia	19-04-2016	21-09-2016
Indonesia	07-04-2016	31-10-2016
Perú	03-03-2016	25-07-2016
Vietnam	15-03-2016	03-11-2016
Papúa Nueva Guinea	22-04-2016	21-09-2016
Filipinas	13-04-2016	N.R.

Nota: N.A (no aparece), N.F. (no firmado), N.R. (no ratificado). Tomado de INEC (2019).

Filantropía

Las empresas practican la RSC donando a varias organizaciones benéficas, iniciando programas benéficos y ofreciendo becas a estudiantes desfavorecidos que desean asistir a la universidad.

Los líderes empresariales y académicos no siempre han considerado valioso el establecimiento de programas de filantropía corporativa y relaciones comunitarias. De hecho, la filantropía corporativa no tuvo plena sanción legal hasta que un caso en New Jersey anuló el requisito de que las donaciones corporativas deben beneficiar directamente a la corporación. El artículo de Friedman “Filantropía y RSC” se determina que: La responsabilidad social corporativa de las empresas busca aumentar los beneficios, determinando los parámetros que se deben cumplir a partir de una discusión con los participantes de la empresa, así como debe quedar establecido que un ejecutivo corporativo será el representante de los dueños de la empresa, quien se encargará de asegurar el cumplimiento de los parámetros previamente establecidos para la obtención de los beneficios con relación a la responsabilidad que tiene la empresa dentro de la sociedad (García, 2018).

Prácticas laborales éticas

Las prácticas laborales son a menudo controvertidas desde una perspectiva ética. Por ejemplo, los iPhone de Apple contienen partes de productos elaborados por empresas de otros países. Específicamente, el estaño, que se usa en una parte, proviene de minas en Indonesia. Con leyes laborales que varían de un país a otro, la empresa ejerció la debida diligencia para garantizar que sus empresas de abastecimiento cumplieran con todas las leyes laborales aplicables en su país de operación. Pero se reveló a los consumidores en los Estados Unidos que el estaño se extraía de empresas en Indonesia utilizaban trabajo infantil (Alvarez, 2018).

Para abordar el problema, Apple instituyó prácticas laborales más sólidas, que se comunicaron a los consumidores. En un comunicado, Apple dijo que:

“el curso de acción más simple sería que Apple rechazara unilateralmente cualquier estaño de las minas de Indonesia. Eso sería fácil para nosotros y ciertamente nos protegería de las críticas. Pero ese también sería el camino perezoso y cobarde, ya que no haría nada por mejorar la situación. Hemos optado por mantenernos comprometidos e intentar impulsar cambios en el terreno” (Castillo, 2018).

Para mejorar la transparencia, Apple ha publicado informes anuales que incluyen detalles de su trabajo con los proveedores y sus prácticas laborales. Investigaciones recientes han mostrado algunas mejoras en las condiciones laborales de los empleados de los proveedores de Apple (Castillo, 2018).

Gestión de la responsabilidad social en el sector comercial

La responsabilidad social significa que las empresas, además de maximizar el valor para los accionistas, deben actuar de manera que beneficie a la sociedad. La responsabilidad social se ha vuelto cada vez más importante para los inversores y consumidores que buscan inversiones que, no solo rentables, sino que también contribuyan al bienestar de la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

Sin embargo, los críticos argumentan que la naturaleza básica de las empresas no considera a la sociedad como una parte interesada (López Jiménez, 2015). La

responsabilidad social significa que las personas y las empresas tienen el deber de actuar en el mejor interés de su medio ambiente y de la sociedad en su conjunto. Según este punto de vista, se deben implementar medidas que fomenten un equilibrio moral entre las demandas en competencia de maximizar las ganancias y promover los intereses de la sociedad en general.

Estas políticas pueden ser de comisión (por ejemplo, filantropía mediante donaciones de dinero, tiempo o recursos) u omisión (por ejemplo, iniciativas de "ser ecológicas" como reducir las emisiones de gases de efecto invernadero o adherirse a las leyes ambientales de Ecuador). Las grandes empresas, como aquellas con prácticas "verdes", han hecho de la responsabilidad social una parte integral de sus modelos de negocio y lo han hecho sin comprometer la rentabilidad.

En general, la responsabilidad social es más efectiva cuando una empresa la asume de forma voluntaria, en contraposición que se exija hacerlo mediante regulación. La responsabilidad social puede impulsar la moral de la empresa, y esto es especialmente cierto cuando una empresa puede involucrar a los empleados con causas sociales.

Según Bermudez y Mejías (2018) los datos sobre preocupaciones relacionadas con la medición en América Latina indican una variedad de objetivos para la evaluación del comportamiento. Este artículo analiza varios aspectos de la medición de la responsabilidad social (RS) en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en América Latina. Desde 2012 se realiza una búsqueda en Google Scholar de investigaciones relevantes, con énfasis en trabajos empíricos.

Los resultados demuestran que, de conformidad con la norma ISO 26000, las numerosas variables ofrecidas se centran en los ámbitos social, económico y medioambiental. Es imperativo que las pequeñas y medianas empresas (PYME) dejen claro que la responsabilidad social corporativa (RSC) abarca la gestión y no se limita a iniciativas caritativas. Cuando las PYME participan en actividades de RSC que no son visibles para el público y no forman parte de su planificación estratégica, son débiles.

El estudio de Morán et al., (2019) se centró en la importancia de la responsabilidad social corporativa (RSC) se centra en los efectos beneficiosos que una empresa puede tener sobre el medio ambiente, la sociedad y la sostenibilidad financiera, según un estudio de 2019 de et Alabama. Dado que la responsabilidad social empresarial (RSC) es todavía un tema relativamente nuevo en el Ecuador, la mayoría de las grandes empresas tienen

programas de RSC, pero pocas PYMES lo ven como esencial para su crecimiento porque tienen otras prioridades y no ven el establecimiento de un programa de RSC. como prioridad.

El objetivo principal fue identificar los elementos clave de las iniciativas de RSC en PYMES utilizando la empresa Nueva Colonia como caso de estudio. para que sea utilizado en las Pymes ecuatorianas. Una revisión de la literatura y una entrevista con la gerencia de Hacienda Nueva Colonia ayudaron a lograr los objetivos.

El Modelo de Modernización para la Gestión de las Organizaciones fue empleado como metodología por Garzón (2019) para determinar los componentes organizacionales que dan cuenta de la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Colombia. Este enfoque permite al investigador comprender el análisis situacional de estas organizaciones con respecto a su gestión y perfil financiero. Se averiguó cuál de los elementos del modelo representa mejor la rentabilidad de las PYME que se utilizaron para evaluar este modelo entre 2004 y 2017, a la luz del Retorno sobre Activos (ROA, en inglés de Return on Assets). El enfoque de esta investigación es de tipo cuantitativo puesto que permitió realizar un análisis de correlación entre los componentes del MMGO® y el ROA utilizando como método estadístico el análisis multivariado y de regresión. Como principal hallazgo se encontró que los componentes que explican de manera preferencial entre un 20% a 23% según el R2, la rentabilidad de las empresas analizadas a la luz del ROA es: direccionamiento estratégico, gestión de la producción, gestión humana, logística e innovación y conocimiento.

Responsabilidad social en la práctica

La Organización Internacional de Normalización (ION) destaca que un componente clave de la capacidad de una empresa para funcionar con éxito y eficiencia es su capacidad para lograr un equilibrio entre la búsqueda del desempeño económico y la adhesión a las cuestiones sociales y ambientales (Rodríguez, 2018).

La promoción del voluntariado, las mejoras ambientales y la filantropía por parte de una empresa son formas importantes en las que adopta la responsabilidad social. Las empresas que sean conscientes de su impacto ambiental podrían trabajar para reducir los residuos y su huella de carbono.

Además, existe el deber social de defender las normas morales de los trabajadores, lo que puede incluir pagarles de manera justa. Este problema ocurre cuando existen pocas regulaciones que protejan a los empleados.

Las empresas no son capaces de hacerlo por naturaleza. Según algunos expertos, la responsabilidad social pone en duda la motivación principal para operar una corporación, que es el beneficio (Rodríguez, 2018).

La prohibición de realizar *dumping* comercial, social y ecológico.

La expresión "*dumping* comercial" se utiliza en relación con el comercio internacional. Ocurre cuando una nación o empresa exporta un bien a un costo más barato a un comprador extranjero que a su propio mercado. El *dumping* frecuentemente pone en peligro la sostenibilidad financiera del fabricante o productor en el país importador porque normalmente implica grandes volúmenes de exportación de un producto.

- Cuando una nación o una empresa exporta un bien a un costo más barato en el mercado extranjero que en el propio, esto se conoce como "*dumping*".
- La capacidad de saturar un mercado con precios de bienes que frecuentemente se consideran injustos es el principal beneficio del *dumping*.
- Según las regulaciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el *dumping* está permitido siempre que la nación extranjera pueda demostrar el daño que la corporación exportadora ha causado a sus propios productores.
- Los países emplean aranceles y cuotas además de otras barreras de entrada, incluidas cuotas y barreras fitosanitarias, legales y técnicas, para evitar que sus productores nacionales incurran en *dumping*.

Se cree que la discriminación de precios adopta la forma de *dumping*. Ocurre cuando un productor reduce el precio de un producto que ingresa a un mercado extranjero de modo que sea menor de lo que pagan los consumidores locales en el país de origen. Según se informa, el objetivo de esta práctica es obtener una ventaja competitiva en la industria importadora.

La capacidad de penetrar en un mercado a precios de productos que con frecuencia se consideran injustos es el principal beneficio del *dumping* comercial. Cuando los bienes se venden por menos de su costo de fabricación, la nación exportadora puede otorgar al productor un subsidio para compensar las pérdidas. El hecho de que el *dumping* comercial

pueda resultar en subsidios que eventualmente sean demasiado costosos para continuar es uno de sus principales inconvenientes. Los socios comerciales que quieran frenar este tipo de actividad de mercado también pueden endurecer las restricciones sobre los bienes, lo que podría aumentar los gastos de exportación para la nación afectada o imponer restricciones a la cantidad de bienes que una nación puede importar.

En lo que respecta al *dumping* social, se entiende como a la importación de bienes a precios inferiores a los establecidos por el país importador, los cuales son explicables bajo la explicación de condiciones socioeconómicas diferentes en el país de exportación. Usualmente bajo esta perspectiva los bajos salarios extranjeros, las largas jornadas de trabajo, el uso extensivo de la fuerza laboral femenina e infantil en la venta del producto permitiendo estos bienes a precios muy bajos en los mercados extranjeros (Salazar, 2017).

En conclusión, la descarga ecológica ocurre cuando dos economías que comercian entre sí soportan diversos grados de costos operativos resultantes del control ambiental. En consecuencia, Michael Rauscher sostiene que el término "*dumping* ecológico" describe la circunstancia en la que un gobierno emplea regulaciones ambientales laxas para ayudar a las empresas nacionales en los mercados extranjeros (Cruz, 2008).

Voluntariado

Muchas empresas están fomentando el voluntariado incorporándolo en sus políticas y estableciendo programas de voluntariado para empleados. Por ejemplo, algunas empresas hacen una donación a las organizaciones benéficas en las que sus empleados se ofrecen como voluntarios, por un monto equivalente al salario regular de los empleados por la misma cantidad de horas ofrecidas. Otras empresas ofrecen tarjetas de regalo a los empleados que se ofrecen como voluntarios.

Las empresas están encontrando formas creativas de fomentar y recompensar el voluntariado de los empleados no solo para ayudar a la sociedad y el medio ambiente, sino también para que los consumidores y las partes interesadas los perciban como socialmente responsables (Benavides, 2018).

Responsabilidad Social Universitaria

En la actualidad, la falta de acciones socialmente responsables de las instituciones y empresas provoca que los investigadores exploren el valor del comportamiento ético

para la sociedad. La universidad tiene más responsabilidad por su papel esencial en la creación de estrategias educativas. La capacidad de las instituciones de educación superior (IES) para promover y llevar a cabo un conjunto de valores generales y particulares, con el objetivo de mejorar los desafíos educativos y sociales que enfrenta la sociedad, se denomina responsabilidad social universitaria (RSU). Esto se puede lograr a través de cuatro procesos clave: enseñanza, investigación, gestión y extensión.

Además, el papel de las universidades es fundamental en el desarrollo social de la economía del conocimiento, asumiendo un papel estratégico en el bienestar de las naciones. Las IES son consideradas relevantes por su capacidad de incidir en un gran tipo de grupos de interés (estudiantes, comunidades y sociedad en general). De ahí que la RSU represente una oportunidad para promover el desarrollo social desde el corazón de la universidad. Sin embargo, para aprovechar esta oportunidad, es importante que las autoridades académicas y las instituciones públicas utilicen planes estratégicos que incluyan y permitan gestionar y atender todos los requisitos de los actores del trabajo universitario.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, el capítulo propone un modelo conceptual que analiza la inclusión de la RSU en la gestión universitaria. Para este estudio se ha tomado el alcance empresarial, considerando diferentes aportes en el ámbito de la RSC y la forma en que se ha extrapolado al sector educativo. La teoría de las partes interesadas se considera una teoría importante en el capítulo. Las partes interesadas pueden definirse como todos los grupos que influyen o son influenciados por los objetivos, acciones, decisiones políticas y metas de una organización determinada con intereses legítimos con derecho a intervenir.

Elementos de la RSC

Cuando se trata de empresas, la responsabilidad social puede no ser lo primero que se le ocurra. Si bien algunas corporaciones se centran exclusivamente en los resultados finales, muchas empresas adoptan una visión más amplia de su misión. Existen diferentes modelos de RSC, pero uno común se centra en cuatro componentes: económico, legal, ético y discrecional.

Responsabilidad Social Económica

La responsabilidad social económica comienza por ser rentable. Antes de que una empresa pueda retribuir, debe ser sostenible. La sustentabilidad incluye generar ganancias para los accionistas, pagar a sus empleados un salario adecuado, pagar impuestos y cumplir con otras obligaciones financieras. Las corporaciones pueden mostrar responsabilidad social económica al ser transparentes con todas las partes interesadas con respecto al estado financiero del negocio (Cristal, 2018).

Responsabilidad Social Legal

Es más probable que los consumidores compren productos y utilicen servicios de empresas en las que confían. Una parte de la construcción de esa confianza es cumplir con las leyes que regulan su negocio. Pagar los impuestos requeridos, adherirse a las leyes laborales y permitir inspecciones son todos ejemplos de responsabilidad social legal. Puede parecer básico, pero no estar atento a sus obligaciones legales puede llevar a que su empresa sea demandada y puede dañar la reputación de la empresa, y su reputación es vital para su éxito.

Responsabilidad Social Ética

La responsabilidad corporativa económica y legal sienta las bases para que las empresas hagan la transición hacia la responsabilidad social ética, lo que significa hacer lo correcto en todos los niveles de su negocio. Esto va desde pagar a los empleados hasta un salario digno para garantizar que las empresas con las que trabaja y en las que compra materiales cumplan con todas las leyes laborales (Torres, 2018).

Responsabilidad Social Discrecional

La responsabilidad social discrecional significa utilizar el tiempo y los recursos de su empresa para contribuir a la comunidad en general de cualquier manera que sea significativa para la organización y su marca. Esto puede incluir brindar a los empleados oportunidades para ser voluntarios; donación de dinero, servicios o productos a organizaciones benéficas; o iniciar su propia organización benéfica que se vincule con la misión y los objetivos de su empresa. Es posible que desee apoyar a varias organizaciones o simplemente centrar sus esfuerzos en una o dos importantes.

La RSC muestra que su empresa es más que solo números. Demuestra que existe preocupación por el impacto en el mundo, lo que atrae a los consumidores que quieren sentirse bien con los productos que compran. Al hacer un esfuerzo por ser socialmente responsable, puede asegurarse de que su empresa deje un impacto positivo y duradero (Dacasa, 2018).

Enfoque estratégico de la RSC

Otra tendencia que aumenta la importancia de la RSC es el mayor uso de Internet para acceder e intercambiar información. Mientras que, en el pasado, los detalles de las acciones de una empresa pueden haberse restringido a recortes de periódicos de la sección de negocios o discusiones académicas en las aulas de las escuelas de negocios, en estos días cualquier empresa considerada socialmente irresponsable puede aparecer en correos electrónicos masivos, publicaciones en Facebook o incluso MySpace Bulletins, visto por decenas o incluso cientos de miles de personas en un día. Hoy, más que nunca, las empresas están bajo la atenta mirada de sus grupos de interés (Barbachan, 2018).

Entonces, ¿qué es la RSC Estratégica? Al adoptar un enfoque estratégico, las empresas pueden determinar qué actividades tienen los recursos para dedicar a ser socialmente responsables y pueden elegir aquello que fortalezca su ventaja competitiva. Al planificar la RSC como parte del plan general de la empresa, las organizaciones pueden garantizar que las ganancias y el aumento del valor para los accionistas no eclipsen la necesidad de comportarse de manera ética con sus partes interesadas (Echeverría, 2019).

La RSC estratégica proporciona a las empresas soluciones para:

- Equilibrar la creación de valor económico con la de valor social
- Gestionar sus relaciones con las partes interesadas.
- Identificar y responder a las amenazas y oportunidades que enfrentan sus partes interesadas.
- Desarrollar prácticas comerciales sostenibles
- Decidir la capacidad de la organización para actividades filantrópicas

Capítulo 3. Gestión estratégica de la RSC

Beneficios corporativos de la RSC

Las empresas consideran que la RSC afecta positivamente a la rentabilidad final de las actividades que realizan las organizaciones, la cual representa una visión del negocio que mira a largo plazo, incorporando valores como la ética profesional. Además, se considera que los motores impulsores de la RSC son la mejora de la reputación y la obtención de ventajas competitivas, para las acciones que realiza las empresas (Fernández, 2010).

De igual manera, la RSC, mejora la eficiencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, ya que se fundamenta como un valor agregado. Por ello, se considera como un activo que minimiza los riesgos y anticipa las crisis, que pueden perjudicar la reputación empresarial dentro del mercado competitivo.

Por consiguiente, Wulf (2018) afirma que los beneficios corporativos que pueden obtener las empresas al implementar la gestión estratégica de la RSC, es participar en las acciones culturales, empresariales, económicas y muchos de los casos acciones para proteger el medio ambiente, los cuales permitan introducir normas éticas del negocio, para mejorar la percepción del mercado.

Por otro lado, el grupo BMA (2021) afirma que algunos de los beneficios de implementar la gestión estratégica de la RSC, son las siguientes:

- a) **Mayor productividad:** Se refiere a que se ejecutan de mejor manera las actividades de recursos humanos de la empresa, así como el capital y trabajo realizado a diario por parte de los trabajadores internos.
- b) **Clientes más leales:** Con la implementación de la gestión estratégica, mejorará la calidad del servicio o producto que oferte la empresa, lo cual conllevará a la lealtad y mayor consumo de los clientes potenciales, generándose ingresos de nuevos segmentos de mercados o nuevos clientes.
- c) **Mayor credibilidad:** Como ya se conoce, la credibilidad es una de las bases para el liderazgo, la cual está estrechamente relacionada con la confianza y el éxito empresarial y personal, por ende, una de las ventajas que promete las estrategias

del RSC, es que las organizaciones mantendrán mayor confianza de sus clientes y posibles nuevos clientes.

- d) Ventaja competitiva:** Para este aspecto, la empresa obtendrá mejores resultados de sus ingresos por ventas, lo cual lo conlleva a posicionarse dentro del mercado, compitiendo frente a otras marcas.

Según Reyno (2007) afirma que el negocio permitirá que las áreas adopten y se sumen a la nueva actitud hacia la toma de decisiones y el desarrollo de procesos, renovando su sistema con la gestión. Se reconocerán una serie de beneficios que mejoran la ventaja sobre los competidores, enfatizando que una de las principales ventajas de incorporar la RSC en las empresas es el aumento del compromiso y la productividad de los empleados, la rentabilidad a largo plazo y una mejor imagen y reputación corporativa.

No obstante, se producirá un aumento de la motivación en el desarrollo de las distintas actividades y acciones empresariales, mismos que alcanzarán un compromiso más allá de las recompensas, es decir el trabajo se realizará más allá de una motivación financiera y, por último, ayudará a la captación y retención de talentos, mismo que tiene referencia con los trabajadores.

Mecanismos para impulsar la RSC

Entre los mecanismos que pueden implementar las empresas para impulsar la Responsabilidad Social Corporativa, dispuestos por Rincón y Montoya (2018) se pueden mencionar los siguientes:

- Políticas de marketing responsables en los productos o servicios que oferte.
- Preservación y manejo responsable de la materia prima.
- Preservación y manejo responsable de los recursos.
- Establecimiento de nuevas relaciones económicas.
- Enfrentamiento de la pobreza en el sector donde se encuentra instalado.
- Aprovechamiento de los recursos naturales.
- Tratamiento de los problemas ambientales ocasionados por la actividad de la empresa.
- Puesta en marcha de nuevos mecanismos de financiamiento.
- Ejecución de programas de conservación ambiental.
- Cooperación financiera para adelantar las estrategias de desarrollo empresarial.

- Fomento de la participación de los trabajadores en actividades internas por la empresa.
- Realización de capacitaciones permanentes a los trabajadores para motivarlos a realizar de mejor manera su trabajo.
- Generación de incentivos para los trabajadores.

Para ser partícipes de los compromisos que conlleva la RSC, las pequeñas, medianas y grandes empresas pueden comprometerse fundamentalmente a realizar actividades en beneficio de los trabajadores, de los clientes y sobre todo de las terceras personas que de una u otra manera, están directamente relacionadas con la empresa. De esta forma, Hernández (2010) menciona algunas de las estrategias o mecanismos que las empresas deberían aplicar para impulsar la RSC de manera adecuada, las cuales son:

- Canalizar esfuerzos para avanzar de manera decidida en la distribución de trabajo, incluyendo estrategias concretas para aportar elementos necesarios para la eficiencia de las empresas.
- Tener el conocimiento para soportar los cambios, contribuir al establecimiento y refuerzo de los valores de la empresa.
- Proporciona programas de negocios para los miembros de tu organización para asegurar que todos adquieran los valores y conocimientos necesarios para su desarrollo profesional.
- Establecer y mejorar canales de comunicación interna dentro de la organización entre los miembros del personal y los gerentes o ejecutivos para fomentar una estrecha relación de trabajo y facilitar el intercambio de información pertinente relacionada con los servicios o bienes proporcionados.
- Fomentar la ética individual y grupal de los empleados de la empresa para crear sistemas que les permitan permanecer en la organización.

Impacto empresarial de la RSC

La puesta en marcha de RSC conlleva impactos dentro de las empresas, para lo cual Preciado (2019) afirma que la RSC genera una transformación positiva para las empresas, ya que generan iniciativas que estarán encaminadas a contribuir un panorama mejor para los colaboradores y clientes de las organizaciones.

Por su parte, Chacón (2018) menciona que la RSC tiene un efecto positivo para la reputación de las empresas y los resultados económicos, porque fomentan la confianza de los consumidores, mediante la confianza en la integridad social, nutriendo la esperanza de ser una empresa líder en el mercado competitivo.

Además, indica que, los impactos más visibles, surgen a partir de cuatro pilares fundamentales como son: del respeto a las leyes, cuidado del medio ambiente, atención a los trabajadores y la preocupación por la situación de la comunidad, porque

Según Webb y Harris (2008)

Actualmente, las empresas enfrentan un desafío mayor cuando se trata del tema de responsabilidad social y ambiental en sus operaciones porque son conceptos que muchas empresas apenas han entendido y adoptado. La conciencia de los consumidores sobre lo que significa la responsabilidad social y cómo puede influir en sus decisiones de compra es todavía relativamente nueva, pero empieza a ganar importancia en el contexto actual.

En definitiva: para Wyner y Rundle (2017)

“la RSC es un elemento donde las organizaciones reflejan los intereses de la sociedad para asumir la responsabilidad del impacto de sus actividades en una amplia variedad de stakeholders, entre quienes incluyen a los clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidades y el medioambiente”

Indicadores económicos impacto Corporativo RSC

Los resultados de las acciones responsables en las empresas son necesarios para medir sus efectos en la sostenibilidad y como estos pueden motivar el desarrollo sostenible, ya que en los estados no se cuenta con las capacidades para asumir estas responsabilidades completamente. Por ejemplo, la perspectiva del concepto Triple Bottom Line se establecen ciertos indicadores de tres tipos:

Figura 5.

Indicadores de acuerdo a la perspectiva del concepto Triple Bottom Line

Económicos	Sociales	Ambientales.
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos del personal • Costo del subempleo • Establecimiento del tamaño • Crecimiento del trabajo • Distribución del empleo por sector • Porcentaje de empresas en cada sector • Ingresos por sector que contribuye para el producto interno bruto 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de desempleo • Tasa de participación de la fuerza laboral femenina • Ingresos promedio por familia • Pobreza relativa • Porcentaje de la población con estudios de bachillerato concluidos • Crímenes violentos per cápita • Expectativa de vida y salud ajustada 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de concentración de dióxido de azufre • Grado de concentración de óxido de nitrógeno • Consumo de electricidad • Consumo de combustible • Gestión de residuos sólidos • Gestión de residuos peligrosos • Cambios en el uso de la tierra

Nota. Adaptado de Saá et al., (2020)

Mientras que los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Corporativo, presentan una herramienta para medir el grado de RSC y las contribuciones que han tenido las empresas respecto al desarrollo sostenible; además de ser utilizado para evaluar e implantar cambios internos en las organizaciones para nuevas acciones eficaces respecto a la RSC. Estos se organizan alrededor de temáticas y se estructuran mediante un cuestionario, en el que se incluyen:

Figura 6.

Contenido de la estructura de los cuestionarios Ethos de Responsabilidad Social Empresarial



Nota. Adaptado de Saá et al., (2020)

Impacto económico RSC Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil se han realizado numerosas investigaciones en las que se presentan diferentes enfoques sobre el impacto que tiene la RSC en diversos sectores, todos los que impactan en el crecimiento económico, creación de empleos y mejora en la calidad de vida de los habitantes, por lo que se destacan los siguientes:

Por ejemplo, Tello et al. (2018) examinan la importancia de la responsabilidad social corporativa, o RSC, en el lugar de trabajo ecuatoriano para una empresa en particular. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, realizada a través de revisión bibliográfica y documental, permitiendo indagar sobre el tema de estudio y los actores involucrados, como el gobierno, las empresas y la sociedad, dentro de los diversos grupos económicos de la nación. Esto resultó en un impacto significativo en todo el flujo de trabajo de una organización.

Esto incluye la importancia de ofrecer un ambiente de trabajo positivo, capacitación continua, oportunidades de avance y, lo más importante, seguridad laboral. La productividad de los empleados aumentará si las empresas aplican estas estrategias, lo que las hará más competitivas y las ayudará a sobrevivir en el mercado. No todas las empresas en Ecuador utilizan la RSC en el trabajo. De ello se deduce que, para las personas que no están informadas sobre su aplicación, las empresas que no logran generar un crecimiento económico sostenible son las culpables del desempleo y la baja productividad de los trabajadores.

En el caso específico de la ciudad de Guayaquil, la empresa de estudio ha sido un ejemplo destacado en la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial Corporativa (RSC) en el ámbito laboral. de estudio ha reconocido la importancia de promover un entorno laboral saludable y favorable para sus empleados, así como contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad.

En términos de dimensiones de la RSC, de estudio ha implementado políticas y acciones concretas en varias áreas. En primer lugar, se ha enfocado en brindar un buen ambiente laboral a sus colaboradores, fomentando la comunicación abierta, la colaboración y el respeto mutuo. Además, la empresa ha establecido programas de capacitación continua para mejorar las habilidades y conocimientos de sus empleados, permitiéndoles crecer tanto personal como profesionalmente.

Otro aspecto clave en la estrategia de RSC de estudio es la promoción de oportunidades de ascenso dentro de la organización. Han implementado programas de desarrollo de carrera y evaluaciones de desempeño transparentes, brindando a sus empleados la posibilidad de crecimiento y progresión en sus carreras profesionales.

La seguridad laboral también ha sido una prioridad para de estudio. Han establecido políticas y prácticas para garantizar un entorno de trabajo seguro, incluyendo medidas de prevención de accidentes y la implementación de protocolos de emergencia. Además, la empresa ha promovido una cultura de bienestar y salud entre sus empleados, ofreciendo programas de salud ocupacional, atención médica y actividades de promoción de estilos de vida saludables.

En cuanto a los programas específicos implementados por de estudio en Guayaquil, se destaca la colaboración con instituciones educativas locales para ofrecer becas de estudio a estudiantes destacados de bajos recursos económicos. Estas becas han permitido que jóvenes talentosos puedan acceder a una educación de calidad y ampliar sus oportunidades futuras.

El impacto de estas acciones ha sido significativo tanto en términos cuantitativos como cualitativos. En términos cuantitativos, se ha observado un aumento en la productividad laboral de la empresa, medida a través de indicadores clave como la eficiencia, la calidad del trabajo y la reducción de accidentes laborales. Además, una

disminución en las tasas de deserción de empleados sugiere un mayor nivel de dedicación y satisfacción entre los miembros del personal.

En términos cualitativos, se ha evidenciado una mejora en la percepción de los empleados sobre su ambiente laboral, reflejada en encuestas de satisfacción y en la reducción de conflictos laborales. Asimismo, la comunidad de Guayaquil ha visto los beneficios de las iniciativas del estudio a través de la mejora de la calidad de vida de las personas y la generación de empleos de larga duración.

En conclusión, se ha demostrado que la adopción de la RSC en el lugar de trabajo por parte de la empresa del estudio es crucial para la capacidad de la empresa de expandirse de manera sostenible, mejorar el bienestar de los empleados y tener una influencia beneficiosa en la comunidad de Quito. Además de volverse más competitivo en el mercado, el organismo de investigación ha logrado una mayor influencia en Guayaquil al promover un ambiente laboral positivo, programas de capacitación, posibilidades de ascenso y seguridad laboral.

Algunas cifras estadísticas que respaldan estos logros son las siguientes:

Aumento de la productividad laboral: En los últimos dos años, la productividad del personal de la empresa del estudio ha aumentado en un 15% como resultado de la introducción de programas de capacitación continua y un ambiente de trabajo positivo.

- **Reducción de los accidentes laborales:** La organización del estudio ha logrado una disminución del 20% en los accidentes laborales con respecto al año anterior al implementar medidas de seguridad en el lugar de trabajo.
- **Disminución de la rotación de personal:** La implementación de programas de desarrollo de carrera y un ambiente laboral atractivo ha llevado a una reducción del 30% en la tasa de rotación de personal en la empresa de estudio
- **Creación de empleo sostenible:** En los últimos tres años, la empresa de estudio ha generado más de 200 nuevos puestos de trabajo en Guayaquil, contribuyendo así a la reducción del desempleo en la ciudad.
- **Impacto en la comunidad educativa:** A través de su programa de becas de estudio, la empresa de estudio ha beneficiado a 50 estudiantes de instituciones educativas locales, brindándoles la oportunidad de acceder a una educación de calidad y mejorar sus perspectivas futuras.

Estas cifras resaltan los efectos beneficiosos que las iniciativas de RSC de la empresa de investigación han tenido en el lugar de trabajo. Además de elevar el nivel de vida de sus trabajadores, la corporación ha podido apoyar el avance social y económico de Guayaquil.

De manera similar, Palacio et al. (2018) concentraron su investigación en Adelca y Unilever, examinando cómo la RSC se ha convertido en una preocupación estratégica para varias empresas, las cuales, en general, buscan contribuir con sus acciones para la construcción de una sociedad más solidaria y un medio ambiente más saludable para la humanidad, sin que esto perjudique al desarrollo económico sostenible de sus empresas.

El propósito de este estudio es brindar una visión general de las iniciativas de RSC llevadas a cabo por Adelca y Unilever, dos corporaciones importantes que han sido identificadas como empresas socialmente responsables y en continua evolución. Para conocer los resultados de las operaciones realizadas en esta área, se utilizó una técnica descriptiva cualitativa, mediante entrevistas a los responsables de los departamentos de responsabilidad social de ambas organizaciones.

Los resultados son muy similares, en el sentido que para ambas han tenido beneficios que superan a los relacionados solamente con lo económico, han logrado crecimiento con menores costos, mayor confianza de la sociedad hacia las empresas, satisfacción de haber contribuido a la calidad de vida de miles o millones de personas, mejor ambiente de trabajo en el interior de cada compañía, y productos y servicios de mejor calidad.

Adelca, un actor destacado en la industria siderúrgica de Guayaquil, ha priorizado muchos aspectos de la responsabilidad social corporativa para facilitar el crecimiento sostenible de la ciudad. Para disminuir el impacto ambiental de sus operaciones, primero han implementado programas de gestión ambiental. En los últimos dos años han conseguido reducir un 25% las emisiones de gases contaminantes gracias al uso de tecnologías más limpias y eficientes. En un esfuerzo por fomentar una economía circular y reducir el consumo de recursos naturales, también han implementado iniciativas de reciclaje y gestión de basura.

En cuanto a la dimensión social, Adelca ha desarrollado iniciativas enfocadas en mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operan. Han implementado

programas de responsabilidad social comunitaria, como la construcción de infraestructuras educativas y deportivas, la entrega de becas de estudio a estudiantes destacados y la promoción de proyectos de emprendimiento local.

Miles de personas en Guayaquil se han beneficiado directamente de estas iniciativas, que han elevado los niveles de vida de la comunidad y creado oportunidades de desarrollo. Sin embargo, la corporación internacional de bienes de consumo Unilever también ha venido a Guayaquil para comprometerse firmemente con la responsabilidad social empresarial. En cuanto al medio ambiente, han reducido las emisiones de carbono en sus operaciones productivas y establecido medidas de eficiencia energética. Han conseguido una reducción del 30% en su huella de carbono y han sido certificadas como sostenibles a nivel global.

En términos sociales, Unilever ha desarrollado programas para promover la inclusión y diversidad en el lugar de trabajo, fomentando la igualdad de oportunidades y la no discriminación. Han implementado políticas de equidad salarial y programas de desarrollo profesional para sus empleados. Además, han colaborado con organizaciones locales en la implementación de programas de educación y capacitación para jóvenes de comunidades vulnerables, brindando oportunidades de empleo y mejorando la empleabilidad de los jóvenes en Guayaquil.

Los impactos de estas acciones se reflejan tanto en variables cualitativas como cuantitativas. En términos cuantitativos, tanto Adelca como Unilever han experimentado un crecimiento sostenible en sus operaciones, logrando aumentar su rentabilidad y disminuir sus costos gracias a la implementación de prácticas sostenibles. Además, han mejorado su reputación y han ganado la confianza de la sociedad, lo que se refleja en un aumento de su cuota de mercado y una mayor fidelidad de los consumidores.

En términos cualitativos, el beneficio para la ciudad de Guayaquil ha sido evidente. Gracias a las acciones de responsabilidad social empresarial de Adelca y Unilever, se ha generado un mejor ambiente de trabajo tanto dentro de las empresas como en la cadena de suministro, ha mejorado el nivel de vida de los trabajadores y sus familias. De manera similar, se han realizado esfuerzos para apoyar la inclusión social, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo comunitario local, todo lo cual tiene un efecto

positivo en la sociedad en su conjunto. Las estadísticas que siguen dan fe de los efectos de las iniciativas de RSC de Unilever y Adelca en Guayaquil:

Adelca:

- Reducción de emisiones de gases contaminantes: Gracias a sus programas de gestión ambiental, Adelca ha logrado reducir sus emisiones de gases contaminantes en un 25% en los últimos dos años.
- Beneficio a la comunidad: A través de sus iniciativas de responsabilidad social comunitaria, Adelca ha construido 5 infraestructuras educativas y deportivas en Guayaquil, beneficiando a más de 1,000 estudiantes de comunidades locales.

Unilever:

- Reducción de huella de carbono: Unilever ha reducido su huella de carbono en un 30% mediante la implementación de programas de eficiencia energética y la adopción de fuentes de energía renovable en sus procesos de producción.
- Oportunidades de empleo para jóvenes: En colaboración con organizaciones locales, Unilever ha capacitado a más de 200 jóvenes de comunidades vulnerables en Guayaquil, brindándoles oportunidades de empleo y desarrollo profesional.

Estas cifras muestran los logros tangibles alcanzados por Adelca y Unilever a través de sus acciones de responsabilidad social empresarial. Además de estos indicadores cuantitativos, es importante destacar que estas empresas también han generado un impacto significativo en variables cualitativas, como el mejor ambiente de trabajo y la satisfacción de los empleados, así como el fortalecimiento de la relación con la comunidad y la mejora en la calidad de vida de las personas en Guayaquil.

En conclusión, a través de diversas iniciativas y programas, Unilever y Adelca han demostrado su compromiso con la responsabilidad social corporativa en Guayaquil. Tanto los factores cuantitativos como cualitativos, como la reducción de costos y el crecimiento económico sostenible, así como el ambiente de trabajo y la calidad de vida de las personas han mejorado como resultado de sus esfuerzos. Estos negocios han hecho mayores contribuciones al crecimiento de la ciudad y al bienestar de sus ciudadanos.

Si bien el estudio realizado por Acosta et al. (2018) buscó describir la aplicación de la responsabilidad social corporativa en Ecuador, cabe señalar que esta es una elección voluntaria que hacen las empresas para mejorar la vida de grupos de interés con el fin de cosechar recompensas financieras futuras.

La frase "responsabilidad social Corporativo" (RSC) aún no está arraigada en los objetivos y principios empresariales en Ecuador, donde todavía se utiliza raramente y normalmente se aplica en un sentido caritativo o ambiental. Utilizando una técnica inductiva-deductiva, se llevó a cabo una investigación exploratoria, descriptiva y documental como parte de un enfoque combinado cuali-cuantitativo. Según estimaciones, Ecuador aún se encuentra examinando y evaluando las ventajas que trae consigo la responsabilidad social corporativa(RSC).

Por otra parte, se pueden mencionar dentro del territorio ecuatoriano los siguientes casos de éxito en la aplicación de la RSC:

El banco Guayaquil aplica estrategias de responsabilidad social Corporativa (RSC) con el objetivo de establecer un compromiso con la sociedad y mejorar los niveles de aceptación de estos roles, separando en tres líneas de acción social que se implementan y que incluyen: (a) dimensión económica, (b) dimensión social y (c) dimensión ambiental (Banco Guayaquil, s.f.).

En el contexto de la responsabilidad social corporativa en Ecuador, una empresa destacada que ha implementado acciones y programas relevantes es Banco Guayaquil. A través de su enfoque en diferentes dimensiones de responsabilidad social, han logrado generar un impacto significativo tanto a nivel cualitativo como cuantitativo en la ciudad de Guayaquil.

En primer lugar, Banco Guayaquil ha puesto énfasis en la dimensión social de la responsabilidad social corporativa. Han implementado programas de inclusión financiera y educación financiera, brindando acceso a servicios bancarios a comunidades desatendidas y promoviendo la educación en temas financieros. Por ejemplo, han establecido alianzas con organizaciones locales para ofrecer talleres y capacitaciones gratuitas sobre manejo de finanzas personales a jóvenes y adultos. Estas acciones han contribuido a mejorar la calidad de vida de las personas al fortalecer su conocimiento financiero y facilitar su participación en la economía.

En cuanto a la dimensión ambiental, Banco Guayaquil ha implementado políticas y programas que promueven la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Han adoptado medidas para reducir su huella de carbono, como la implementación de prácticas de eficiencia energética en sus instalaciones y la promoción del uso de medios electrónicos para realizar transacciones financieras. Además, han realizado acciones de responsabilidad ambiental, como la participación en campañas de reforestación y el apoyo a proyectos de conservación de recursos naturales en Guayaquil.

En términos cuantitativos, Banco Guayaquil ha logrado resultados concretos a través de sus acciones de responsabilidad social corporativa. Por ejemplo, han brindado servicios financieros a más de 5,000 personas de comunidades vulnerables en Guayaquil, permitiéndoles acceder a préstamos y servicios bancarios que antes les eran inaccesibles. Además, han logrado reducir su consumo energético en un 15% en los últimos dos años, lo que se traduce en una disminución de emisiones de gases de efecto invernadero.

A nivel cualitativo, el beneficio para la ciudad de Guayaquil ha sido notable. Las acciones de Banco Guayaquil en responsabilidad social corporativa han fortalecido la confianza de la sociedad hacia la institución financiera, generando una mayor satisfacción y lealtad por parte de sus clientes. Además, han contribuido al desarrollo sostenible de la ciudad al promover la inclusión financiera y fomentar prácticas más sostenibles entre sus clientes y colaboradores.

En resumen, Banco Guayaquil ha demostrado un compromiso significativo con la responsabilidad social corporativa en Guayaquil. Han marcado una diferencia notable en factores cualitativos como la confianza social y la inclusión financiera a través de sus numerosas iniciativas y esfuerzos, así como en variables cuantitativas, como el número de personas beneficiadas y la reducción de su huella ambiental. Estas acciones han contribuido al desarrollo económico y social de la ciudad, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

En Movistar, la RSC se separa en (a) demostrando preocupación por las personas, (b) trabajan por un mundo digital y solidario, (c) transformar la educación digital, y (d) mejorar las oportunidades de desarrollo. Centrada en 4 áreas: (a) la educación, (b) la empleabilidad, (c) arte y cultura y (d) voluntariado (Movistar, s.f.).

En el ámbito de la responsabilidad social corporativa en Ecuador, una empresa que ha implementado acciones y programas destacados es Movistar. A través de su enfoque en diferentes dimensiones de responsabilidad social, han logrado generar un impacto significativo tanto a nivel cualitativo como cuantitativo en la ciudad de Guayaquil.

Movistar ha puesto énfasis en la dimensión social de la responsabilidad social corporativa. Para cerrar la brecha digital y promover la alfabetización digital en comunidades desatendidas, han creado programas de educación tecnológica e inclusión digital. Han instalado conexión gratuita a internet en centros comunitarios y han realizado talleres y capacitaciones sobre el uso adecuado y seguro de la tecnología, entre otras actividades.

Estas acciones han permitido que más personas en Guayaquil tengan acceso a herramientas digitales y puedan aprovechar los beneficios de la era digital.

En cuanto a la dimensión ambiental, Movistar ha implementado políticas y programas que promueven la sostenibilidad y la reducción de su impacto ambiental. Han adoptado medidas para optimizar el consumo energético en sus infraestructuras, implementando tecnologías más eficientes y promoviendo la eficiencia energética entre sus usuarios. Además, han promovido la gestión responsable de residuos electrónicos, incentivando la recolección y el reciclaje adecuado de dispositivos móviles y equipos electrónicos.

En términos cuantitativos, Movistar ha logrado resultados concretos a través de sus acciones de responsabilidad social corporativa. Por ejemplo, han proporcionado acceso a internet a más de 10,000 personas en comunidades de bajos recursos en Guayaquil, lo que les ha permitido acceder a información, oportunidades educativas y herramientas de comunicación. Asimismo, han logrado reducir su consumo energético en un 20% en sus instalaciones, lo que se traduce en una disminución de emisiones de gases de efecto invernadero.

A nivel cualitativo, el beneficio para la ciudad de Guayaquil ha sido notable. Las acciones de Movistar en responsabilidad social corporativa han contribuido a la inclusión digital de comunidades desatendidas, brindándoles oportunidades de desarrollo y mejorando su calidad de vida. Además, han fomentado prácticas ecológicamente

conscientes y sostenibles al aumentar la comprensión de los consumidores sobre las cuestiones ambientales.

A continuación, se pueden ver algunos datos estadísticos que demuestran los efectos de las iniciativas de RSC de Movistar en Guayaquil:

Acceso a Internet: Movistar ha proporcionado acceso a Internet a más de 10,000 personas en comunidades de bajos recursos en Guayaquil. Esta cifra refleja el alcance de su programa de inclusión digital y la contribución a reducir la brecha digital en la ciudad.

Reducción del consumo energético: Movistar ha logrado reducir su consumo energético en un 20% en sus instalaciones. Esta disminución representa una reducción significativa en el uso de recursos y las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas, contribuyendo a la sostenibilidad ambiental.

Recolección de residuos electrónicos: Movistar ha promovido la recolección y el reciclaje adecuado de dispositivos móviles y equipos electrónicos. Durante el último año, se han recolectado y procesado de manera responsable más de 2,000 kg de residuos electrónicos en Guayaquil, evitando su impacto negativo en el medio ambiente.

Capacitaciones y talleres: Movistar ha llevado a cabo numerosos talleres y capacitaciones sobre el uso responsable y seguro de la tecnología. Durante el último año, se han realizado más de 50 sesiones educativas, beneficiando a más de 500 personas en Guayaquil y brindándoles las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las herramientas digitales.

Estas cifras demuestran el impacto cuantitativo de las acciones de responsabilidad social corporativa de Movistar en Guayaquil. Además de estos indicadores, es importante destacar que estas acciones también generan impactos cualitativos significativos, como el aumento de la inclusión digital, el desarrollo de habilidades tecnológicas y la promoción de prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente. Estas ventajas elevan el nivel de vida de los residentes locales y al mismo tiempo promueven el desarrollo social y económico de la ciudad.

En conclusión, Movistar ha demostrado ser un gran impulsor de la responsabilidad social empresarial en Guayaquil. A través de sus acciones y programas en diferentes dimensiones, han logrado un impacto tangible en variables cualitativas, como la inclusión

digital y la conciencia ambiental, así como en variables cuantitativas, como el número de personas beneficiadas y la reducción de su consumo energético. Estas acciones han contribuido al desarrollo social y ambiental de la ciudad, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Capítulo 4.

Plan de gestión de RSC

Introducción

La práctica de la responsabilidad social corporativa, o RSC, es cada vez más importante para las empresas de todo el mundo. Para que las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) tengan una buena influencia en la sociedad y el entorno en el que operan, deben participar activamente en actividades de responsabilidad social.

Esta propuesta tiene como objetivo presentar un plan de responsabilidad social específicamente diseñado para las MYPEs del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil, considerando su realidad y necesidades particulares.

Diagnóstico de la realidad en Guayaquil

Análisis de la ciudad de Guayaquil: Se realizará un análisis detallado de la ciudad de Guayaquil, considerando aspectos sociales, económicos y ambientales relevantes para comprender el entorno en el que operan las MYPEs del sector manufacturero.

Identificación de necesidades: Se llevará a cabo una consulta directa con las MYPEs del sector manufacturero en Guayaquil para identificar sus necesidades y desafíos en términos de responsabilidad social.

Objetivos

- Fomentar la sostenibilidad ambiental: Implementar prácticas de gestión ambiental en las MYPEs, promoviendo la reducción de residuos, el consumo responsable de recursos naturales y la adopción de energías limpias.
- Promover el bienestar laboral: Mejorar el clima laboral del personal de las MYPEs ofreciendo programas de crecimiento personal y capacitación, fomentando la igualdad de oportunidades y garantizando la seguridad y salud en el trabajo.
- Fortalecer el vínculo con la comunidad: Establecer mecanismos de diálogo y colaboración con la comunidad local, apoyando proyectos sociales, educativos y culturales que contribuyan al desarrollo sostenible de la ciudad.

- Impulsar la ética empresarial: Fomentar a las MyPEs a adoptar una cultura de honestidad, apertura y responsabilidad apoyando la conducta empresarial moral y el cumplimiento de la ley.

Estrategias y acciones propuestas

Las siguientes estrategias y acciones propuestas serán a beneficio de las MYPEs, las mismas deben encargarse de gestionar el proyecto, dirigido por la dirección administrativa de cada empresa. Quien además debe asegurarse para que el proyecto avance hasta el final con el éxito empresarial a largo plazo que se requiera. Y contar con las instituciones financieras para la colocación del crédito necesario para que el plan de gestión de responsabilidad social empresarial se lleve a cabo.

Capacitación y asesoría: Brindar capacitación y asesoría especializada a las MYPEs del sector manufacturero en temas de responsabilidad social, incluyendo gestión ambiental, bienestar laboral, ética empresarial y relación con la comunidad.

Certificaciones y reconocimientos: Estimular la obtención de certificaciones y reconocimientos en responsabilidad social para las MYPEs que implementen buenas prácticas en estos ámbitos, lo cual les permitirá diferenciarse en el mercado y generar confianza entre los consumidores y stakeholders.

Alianzas estratégicas: Fomentar la colaboración entre las MYPEs y organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas y organismos gubernamentales para llevar a cabo proyectos conjuntos en responsabilidad social, aprovechando recursos y conocimientos complementarios.

Programas de voluntariado corporativo: Promover la participación de las MYPEs en programas de voluntariado corporativo, mediante los cuales los empleados puedan dedicar tiempo y habilidades para contribuir a la comunidad y generar un impacto social positivo.

Medición y seguimiento

Indicadores de desempeño: Definir indicadores clave de desempeño en responsabilidad social que permitan medir el impacto de las acciones implementadas y realizar seguimiento periódico de los avances.

Reporte de sostenibilidad: Estimular a las MYPEs a elaborar reportes de sostenibilidad, en los que se transparente y divulgue la gestión social y ambiental de la empresa, generando confianza y credibilidad ante los stakeholders.

Evaluación externa: Realizar evaluaciones externas periódicas para evaluar el cumplimiento de los objetivos y la eficacia de las acciones implementadas, asegurando la mejora continua en materia de responsabilidad social.

Dado que las PYME tienen fondos y tiempo limitados, clasificaremos los siguientes factores en orden de importancia para las acciones que tomamos.

- Grado de dificultad: El grado de complejidad varía según una serie de variables, incluidas la infraestructura, las leyes y la disponibilidad de personal y recursos. Es un componente crucial ya que tiene el poder de decidir si se toma o no la acción. Ganaremos 0 por el alto, 5 por el medio y 10 por el bajo.
- Período de implementación: si bien ciertas acciones pueden iniciarse una vez y completarse en un futuro cercano, otras necesitan un marco de tiempo más largo y otras pueden incluso requerir la creación de actividades intermedias. Longitud: 0 puntos; Medio: 5 puntos; e Inmediato: 10 puntos es lo que anotaremos.
- Impacto obtenido: Si bien puede ser un diferenciador para aquellos con iguales grados de desarrollo, el impacto será mayor en aquellos relacionados con los temas fundamentales menos desarrollados en el SIG (más acciones evaluadas en la Tabla 7). Recibiremos las siguientes puntuaciones: Baja: 0; Mediano: 5; y Alto: 10.

La Tabla 17 muestra los resultados de la aplicación de estos criterios a las acciones de RSC designadas.

Tabla 17.

Criterios sobre las acciones de RSC

Acciones	Dificultad	Plazo	Impacto	Total
Capacitación y asesoría	10	5	10	25
Certificaciones y reconocimientos	5	5	10	20
Alianzas estratégicas	5	5	10	20
Programas de voluntariado corporativo	10	5	10	25

Nota. Elaborado por la autora

Norma ISO 26000:2010

Con la finalidad de que el **Plan de Gestión RSC avance hasta el final del programa**, la norma ISO 26000:2010 nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente.

El objetivo de este estándar global es ofrecer orientación a las empresas y avanzar en el desarrollo sostenible. El objetivo de ISO 26000, una guía voluntaria de responsabilidad social que abarca directrices en lugar de estándares, es ayudar a las empresas en su camino hacia la sostenibilidad integrando consideraciones ambientales, sociales y legales. Como tal, no debe utilizarse como estándar de certificación.

El manual ISO 26000 mejora el trabajo sobre responsabilidad social corporativa (RSC) y amplía su comprensión y aplicación.

- Al desarrollar un consenso internacional sobre la definición de "responsabilidad social" y las preocupaciones de responsabilidad social que las empresas deben abordar.
- Ofrecer dirección para convertir ideas en actos prácticos.
- Mejorar las mejores prácticas que se han desarrollado previamente y compartir conocimientos globalmente para beneficio de la comunidad global.

La ISO 26000 ayudará a todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño, actividad o ubicación, a operar de manera socialmente responsable.

1. Además, ofreciendo orientación sobre:1. Conceptos, palabras y definiciones de responsabilidad social,
2. La historia, desarrollos y rasgos de la responsabilidad social.
3. Valores y comportamientos relacionados con la responsabilidad social.
4. Temas fundacionales y materias de responsabilidad social.

5. Incluir, poner en práctica y fomentar comportamientos socialmente conscientes dentro de la empresa y, mediante normas y procedimientos asociados, fuera de su ámbito.
6. Encontrar e interactuar con partes interesadas.
7. Compartir compromisos, resultados y otra información relacionada con la responsabilidad social

En general, cualquier empresa, organización e institución pública, privada o social que planea adoptar o adaptar principios de responsabilidad social debe cumplir los siguientes estándares:

1. Rendición de cuentas. Detalla una organización que informa a las autoridades correspondientes sobre sus efectos en el medio ambiente, la economía y la sociedad, así como los pasos que toma para evitar que vuelvan a ocurrir efectos negativos no deseados e involuntarios.
2. Transparencia. Implica que las decisiones y acciones de una empresa que tienen un efecto sobre el medio ambiente y la sociedad deben ser transparentes. Es obligatorio que las organizaciones proporcionen divulgaciones integrales, precisas e inequívocas de las políticas, opciones y acciones bajo su ámbito, abarcando las consecuencias conocidas y probables sobre el medio ambiente y la sociedad.
3. Comportamiento ético. Consiste en el requisito de que la conducta de una organización esté fundada en los principios de justicia, honestidad e integridad. Entre estos valores se encuentran el respeto por las personas, los animales y el medio ambiente, al igual que la dedicación a considerar los efectos de las decisiones y operaciones de las partes interesadas.
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas. Implica que una empresa tiene la responsabilidad de reconocer, tener en cuenta y abordar los intereses de todas las partes involucradas. Incluso si los objetivos de la organización pueden aplicarse únicamente a sus propietarios, socios, clientes o miembros, otras personas o grupos también pueden tener ciertos derechos, reclamos o intereses que deben tenerse en cuenta. Estas personas se unen para formar las partes interesadas de

una organización. Es posible que las partes interesadas tengan intereses que se desvíen de las normas sociales aceptadas.

5. Respeto al principio de legalidad. Se trata de una organización que se da cuenta de lo importante que es defender el concepto de legalidad. La creencia de que ninguna persona o entidad está por encima de la ley y que incluso los gobiernos están sujetos a ella se conoce como principio de legalidad. Destaca la supremacía de la ley. Esta idea se opone al uso de la fuerza sin causa. Se supone que una organización que defiende esta idea cumple con todas las normas y reglamentos pertinentes.
6. Respeto a la norma internacional de comportamiento. Implica que la organización debe defender la idea de respeto a la legalidad y al mismo tiempo adherirse a los estándares internacionales de comportamiento organizacional. Incluso en los casos en que la legislación o su aplicación no protegen las cuestiones sociales y ambientales, la empresa debe hacer un esfuerzo para cumplir con los estándares internacionales. Una organización debe abstenerse de participar en acciones de otra organización que violen las normas globales de conducta.
7. Respeto a los derechos humanos. Significa que una empresa debe defender los derechos humanos y reconocer su importancia, así como su aplicabilidad para todas las personas. Debemos defender los derechos humanos y abstenernos de sacar provecho de las organizaciones en circunstancias en las que una ley específica o su aplicación no ofrecen suficiente protección.

En la responsabilidad social existen componentes complementarios y esenciales. Al establecer los parámetros de responsabilidad social de una organización, se deben tener en cuenta los siguientes factores para identificar y priorizar los temas pertinentes:

- A. El elemento más crucial para incorporar la responsabilidad social y empoderar a una organización para que acepte la responsabilidad por los resultados de sus acciones y decisiones es la gobernanza organizacional. Conceptualizar los derechos en el contexto de las organizaciones sin duda los hace más fáciles de comprender, preservar y respetar. Esto se debe a que cualquier organización que aspire a ser socialmente responsable necesita tener una estructura de gobierno que

le permita supervisar e implementar los siete principios de responsabilidad social enumerados anteriormente.

Los derechos humanos son, desde este punto de vista, derechos fundamentales que pertenecen a todo ser humano simplemente en virtud de su humanidad. Aunque actualmente es discutible si una generación de derechos humanos reemplaza a otra y viceversa, existen dos categorías o elementos amplios que resumen históricamente lo que los derechos humanos brindan socialmente:

- a. Derechos como la libertad de expresión, la igualdad ante la ley y el derecho a la vida y a la libertad entran dentro del ámbito de los derechos civiles y políticos.
 - b. El derecho al empleo, la alimentación, la salud, la educación y la seguridad social se encuentran entre los derechos que caen bajo el paraguas de los derechos económicos, sociales y culturales.
- B. Prácticas laborales. Las políticas y procedimientos relacionados con el trabajo realizado en nombre de una organización, incluido el trabajo realizado bajo contrato, están incluidos en sus prácticas laborales. El reclutamiento y la promoción de empleados, las acciones disciplinarias, los traslados de trabajadores, el despido de trabajadores, el desarrollo de habilidades y la capacitación, la seguridad e higiene industrial y cualquier política o práctica que afecte las condiciones laborales (específicamente, el salario y las horas trabajadas) se consideran prácticas laborales. La justicia social, la estabilidad y la paz dependen de prácticas laborales con conciencia social (Camacho, 2015).

Presupuesto

El alcance de las recomendaciones, los recursos que tengan disponibles las MYPEs y potenciales aliados estratégicos, y otros factores determinarán el presupuesto necesario para la ejecución de esta estrategia de responsabilidad social. Se recomienda buscar financiación a través de iniciativas públicas, fondos de responsabilidad social corporativa y contribuciones de grupos que apoyen el desarrollo sostenible.

La implementación de un plan de responsabilidad social en las MYPEs del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil no solo contribuirá al desarrollo sostenible de

la ciudad, sino que también generará beneficios para las propias empresas, mejorando su reputación, atrayendo a consumidores y clientes responsables y fortaleciendo su relación con la comunidad. Es fundamental que las MYPEs asuman el compromiso de implementar prácticas socialmente responsables, contribuyendo así al crecimiento económico y bienestar de la ciudad de Guayaquil.

Sensibilización y difusión: Se estima destinar un presupuesto aproximado de \$5,000 para la realización de campañas de sensibilización y difusión, incluyendo la organización de charlas, talleres y eventos de promoción de la responsabilidad social empresarial.

Diagnóstico individualizado: Para llevar a cabo el diagnóstico individualizado de cada MYPE, se requerirá asignar alrededor de \$3,000 para contratar consultores especializados que realicen evaluaciones de sostenibilidad y establezcan un análisis de fortalezas y debilidades.

Elaboración de planes de acción: Cada MYPE deberá elaborar su propio plan de acción, por lo que no se contempla un presupuesto específico en esta etapa.

Capacitación y formación: Se estima destinar un presupuesto de aproximadamente \$10,000 para la realización de programas de capacitación y formación en responsabilidad social. Esto incluirá la contratación de expertos, la elaboración de materiales didácticos y la organización de talleres y cursos.

Implementación de prácticas sostenibles: El presupuesto dependerá de las acciones específicas que se implementen en cada MYPE, pero se recomienda destinar al menos \$5,000 por empresa para inversiones en tecnologías más limpias, mejoras en la gestión de residuos y reducción del consumo de recursos.

Establecimiento de alianzas estratégicas: Para establecer alianzas estratégicas con organizaciones, instituciones académicas y ONGs, se estima asignar un presupuesto de aproximadamente \$8,000 para gastos de gestión y coordinación.

Monitoreo y evaluación: Se realizará un seguimiento y evaluación del plan de responsabilidad social, con un presupuesto asignado de alrededor de \$3.000. Esto incluye establecer indicadores de desempeño, recopilar datos y crear informes de seguimiento.

Tabla 18.*Asignación de Presupuesto para la implementación del plan*

Concepto	Restricción de gastos	Asignación de gastos	Presupuesto	Plan de gastos/inversión	Monto
Sensibilización y difusión	Ninguna	Gastos de publicidad	\$ 500 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de sensibilización y difusión, incluyendo la organización de charlas, talleres y eventos de promoción 	\$ 5,000
Diagnóstico individualizado	Ninguna	Gastos Administrativos	\$ 250 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar consultores especializados 	\$ 3,000
Capacitación y formación	Ninguna	Gastos Administrativos	\$ 835 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de expertos, la elaboración de materiales didácticos y la organización de talleres y cursos 	\$10,000
Implementación de prácticas sostenibles	Ninguna	Otros gastos Administrativos	\$ 500 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones en tecnologías más limpias, mejoras en la gestión de residuos y reducción del consumo de recursos 	\$ 5,000

Establecimiento de alianzas estratégicas	Ninguna	Gastos Administrativos	\$ 667 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos de gestión y coordinación 	\$ 8,000
Monitoreo y evaluación	Ninguna	Gastos Administrativos	\$ 250 mensuales	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer indicadores de desempeño, recopilar datos y crear informes de seguimiento 	\$ 3,000

Nota. Elaborado por la autora

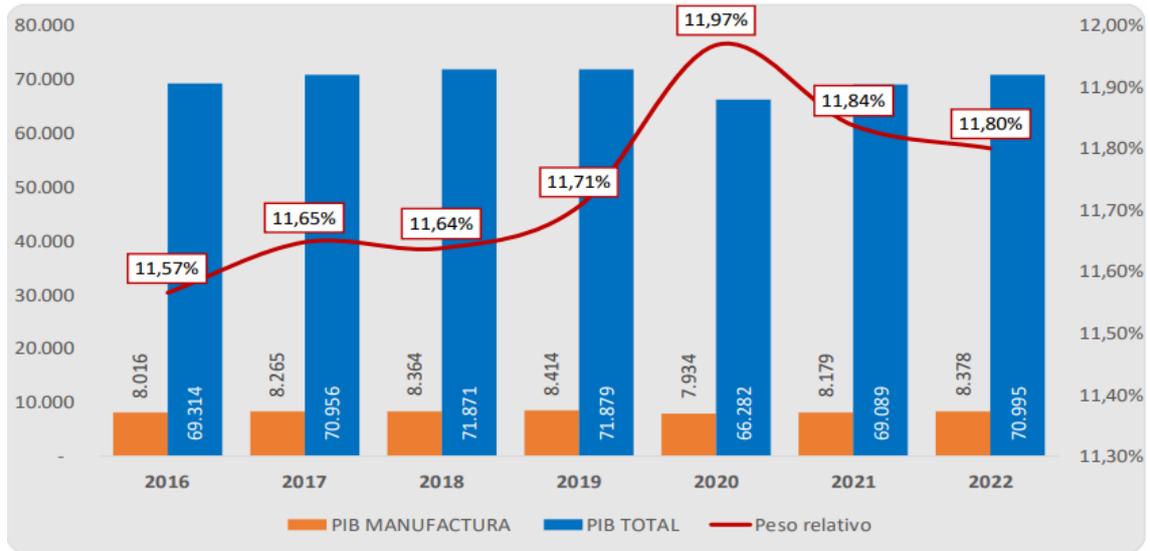
Dados los costos previstos, no necesariamente se gastarían 5.000 dólares cada mes; por ejemplo, se prevén costos mucho más bajos en los primeros meses de implementación del plan. En consecuencia, se requiere una gestión de recursos durante todo el año para asegurar la disponibilidad del recurso asignado, como se indica en el cuadro 18.

El Ministerio de la Producción afirma que en los próximos cinco años las Mipymes podrán obtener USD 1.700 millones en créditos de instituciones financieras privadas gracias al Programa Crecer (Orozco, 2023).

Para ayudarlos a pagar nóminas, gastos operativos, obligaciones con proveedores y otras obligaciones, así como para mejorarse, los segmentos productivos recibieron los créditos a tasas que oscilaban entre el 10% y el 16%. Como se puede observar en el gráfico 6, estas clases de crédito lograron estabilizar la creación del PIB de las MIPYMES, que contribuyen significativamente al involucramiento productivo de la nación.

Figura 7.

Evolución del PIB constante (En millones de USD)



Nota. Las cifras de 2016 son semidefinitivas, según el BCE; los datos de los años 2017 a 2020 son provisionales; los datos del año 2021 son provisionales por la suma de los trimestres; y los datos del año 2022 son provisionales.

Con un nivel alto de 11,97% en 2020 y un mínimo en 2016 (producto del terremoto de ese año), el PIB del sector INDUSTRIAS MANUFACTURAS en relación al PIB total mostró una participación promedio de 11,71% en términos constantes entre 2016 y 2020. Cabe señalar que, a pesar de que se prevé que tanto el PIB general como el PIB de este sector se expandirán en 2022, la participación del PIB manufacturero en el PIB habría sido mayor antes de la pandemia porque crecerá a un ritmo más lento. . (3,1%) que el PIB en su conjunto (4,2%).

A continuación, en la tabla 19 se presenta los valores de la inversión inicial que cada MYPEs deberán financiar para la implementación del Plan de gestión de RSC.

Tabla 19.

Presupuesto para la implementación del plan

Etapa	Presupuesto Estimado
Sensibilización y difusión	\$ 5,000
Diagnóstico individualizado	\$ 3,000

Capacitación y formación	\$	10,000
Implementación de prácticas sostenibles	\$	5,000
Establecimiento de alianzas estratégicas	\$	8,000
Monitoreo y evaluación	\$	3,000
Total, del presupuesto estimado	\$	34,000

Nota. Elaborado por la autora

Las empresas deben realizar ajustes al presupuesto previamente designado para asegurar el cumplimiento total del plan de responsabilidad social por un mínimo de un año, ya que el desempeño de las actividades está relacionado con ese presupuesto.

Implementación

Para ejecutar exitosamente la estrategia de responsabilidad social de las MYPEs del sector manufacturero de Guayaquil se necesita un enfoque calculado y un conjunto de acciones tangibles. Los siguientes son algunos pasos claves:

Sensibilización y difusión: Es fundamental realizar iniciativas de sensibilización y difusión dirigidas a las MYPE del sector manufacturero de Guayaquil, destacando los beneficios y la importancia de la responsabilidad social. Esto puede incluir la realización de charlas, talleres y eventos donde se compartan casos de éxito y se promueva la participación activa en el plan.

Diagnóstico individualizado: Cada MYPE deberá realizar un diagnóstico individualizado de su situación en términos de responsabilidad social, identificando sus fortalezas y áreas de mejora. Esto permitirá establecer metas específicas y adaptar las acciones propuestas según las necesidades de cada empresa.

Preparación del plan de acción: Cada MYPE debe, de acuerdo con el diagnóstico, crear un plan de acción integral que describa las tácticas y pasos precisos a seguir, las fechas en las que deben completarse, los recursos que se requerirán y quiénes serán los responsables. será el encargado de cada tarea.

Es importante establecer objetivos alcanzables y medibles para evaluar los avances y logros.

Capacitación e instrucción: Las MYPEs deben recibir instrucción sobre las diversas facetas de la responsabilidad social que se cubren en el plan. Pueden entrar en esta categoría programas de capacitación en ética empresarial, responsabilidad social empresarial, derechos laborales, gestión ambiental y otros temas pertinentes. De manera similar, se podría alentar la participación de las MYPEs en eventos, conferencias y cursos relacionados con la responsabilidad social.

Aplicación de prácticas sustentables: Incorporar prácticas sustentables en las operaciones diarias es una necesidad para cualquier MYPE. Esto podría implicar implementar tecnologías más ecológicas y eficaces, utilizar menos recursos naturales, gestionar adecuadamente los residuos y limitar los efectos nocivos sobre el medio ambiente.

Además, se puede promover la compra responsable, priorizando proveedores locales y comprometidos con prácticas éticas y sostenibles.

Establecimiento de alianzas estratégicas: Se deben establecer alianzas estratégicas con organizaciones, instituciones académicas, ONGs y otros actores relevantes que puedan brindar apoyo y acompañamiento a las MYPEs en la implementación del plan de responsabilidad social. Estas asociaciones pueden facilitar la obtención de recursos, conocimientos y oportunidades de cooperación.

Seguimiento y evaluación: Es fundamental seguir de cerca las actividades que se están llevando a cabo y evaluar sus resultados a la luz de los objetivos predeterminados.

Se pueden establecer indicadores de desempeño específicos para medir el progreso y realizar ajustes o mejoras según sea necesario. Además, se pueden realizar evaluaciones externas periódicas para obtener retroalimentación y asegurar el cumplimiento de los estándares de responsabilidad social.

Evaluación y mejora continua

La evaluación y mejora continua son elementos fundamentales para asegurar el éxito y la efectividad del plan de responsabilidad social. Se recomienda establecer mecanismos de retroalimentación, como encuestas de satisfacción y consultas periódicas con las MYPEs participantes, para identificar áreas de mejora y oportunidades de

crecimiento. Además, se pueden realizar revisiones anuales del plan, teniendo en cuenta los resultados obtenidos y las tendencias emergentes en materia de responsabilidad social.

La implementación de un plan de responsabilidad social para las MYPEs del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil representa una oportunidad única para generar un impacto positivo en la comunidad y promover el desarrollo sostenible. Las MYPE pueden mejorar su ventaja competitiva, reforzar su imagen y promover el bienestar de su fuerza laboral y de la comunidad en general al adherirse a estándares éticos.

La colaboración entre el sector empresarial, las instituciones públicas y la sociedad civil es esencial para asegurar el éxito de este plan y lograr una Guayaquil más sostenible y próspera para todos.

Debemos concentrarnos en una serie de aspectos relacionados con la idea de responsabilidad social, incluido el desarrollo sostenible, la conducta moral en el trabajo y los niveles de derechos sociales, culturales, ambientales y humanos, para maximizar los resultados y prevenir el desperdicio de recursos.

Además, el Estado puede promover activamente la responsabilidad social a través de una serie de técnicas, algunas de las cuales son las siguientes:

- Hacer cumplir o establecer requisitos legales mínimos para las operaciones de las empresas en las áreas de interés social, laboral y ambiental.
- Facilitar, es decir, permitir o motivar a las empresas a participar en iniciativas de RSC y de desarrollo sostenible, o a realizar avances en los ámbitos social y/o ambiental.
- Acompañar, que es participar o servir de contraparte de acuerdos y promesas.
- Liderar con el ejemplo o crear un impacto demostrativo basado en las acciones encomiables del sector público. En este sentido, es imperativo resaltar que, para mantener su credibilidad, el Estado debe "predicar con el ejemplo" y participar activamente en las tácticas y políticas que propugna.

La formalización de mecanismos de integración institucional que permitan alcanzar los objetivos especificados en los problemas ambientales, sociales y económicos está vinculada a la inclusión de la RSC

como un componente fundamental de la política de desarrollo sostenible.

El enfoque adoptado para lograr este objetivo debe estar bien informado, ser abierto y capaz de producir una evaluación cualitativa y cuantitativa del impacto que tiene, tanto bueno como negativo. La rendición de cuentas y la apertura de los recursos públicos que se administran son dos de las señas de identidad y características singulares de la gestión pública, similares a la responsabilidad social del Estado.

Las condiciones laborales de los empleados y la ausencia de injerencias indebidas en determinadas organizaciones son otros componentes esenciales de la responsabilidad social. De igual forma, los trabajadores de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) deben contar con condiciones laborales y de salud favorables, lo que implica contar con todas las herramientas necesarias para realizar bien su trabajo y estar en capacitación continua.

Enfoque

El enfoque del plan de responsabilidad social para las MYPEs del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil se centra en promover prácticas empresariales sostenibles que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno. A continuación, se describen los principales aspectos del enfoque:

Enfoque basado en la sostenibilidad: El plan busca integrar la sostenibilidad en todas las áreas de la operación de las MYPEs. Esto implica adoptar prácticas que promuevan la protección del medio ambiente, la eficiencia en el uso de recursos, la reducción de residuos y la mitigación del impacto ambiental.

Enfoque centrado en los empleados: Los principios fundamentales del plan son el bienestar de los empleados en el trabajo y su crecimiento personal. Su objetivo es garantizar la salud y seguridad ocupacional de los trabajadores, promover oportunidades equitativas y mejorar las circunstancias laborales a través de la capacitación y el desarrollo de habilidades.

Enfoque comunitario: El plan reconoce la importancia de establecer una relación sólida y colaborativa con la comunidad local. Se promoverá la participación activa de las MYPEs en proyectos sociales, educativos y culturales que contribuyan al desarrollo sostenible de la ciudad de Guayaquil.

Enfoque ético: Se busca fomentar una cultura empresarial basada en la ética y la integridad. Las MYPEs se comprometerán a cumplir con las leyes y regulaciones vigentes, promover prácticas comerciales justas y transparentes, y actuar de manera responsable en todas sus interacciones con los stakeholders.

Enfoque medible y evaluación continua: El plan se basa en la medición y evaluación del desempeño en responsabilidad social. Se establecerán indicadores de seguimiento y se realizarán evaluaciones periódicas para evaluar el progreso y realizar mejoras en base a los resultados obtenidos.

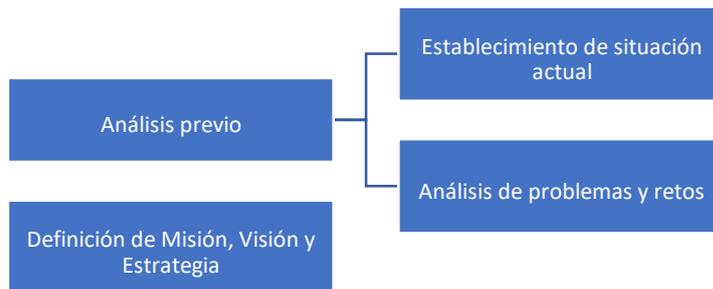
En resumen, el enfoque del plan de responsabilidad social para las MYPEs del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil se basa en la sostenibilidad, el bienestar laboral, la colaboración con la comunidad, la ética empresarial y la evaluación continua. Esta estrategia pretende tener un buen impacto social y apoyar el crecimiento sostenible de la ciudad.

Diseño del plan

Por ello, una de las bases sobre las que se desarrolla este plan de RSC es definir la misión, visión y valores como una hoja de ruta que establece la situación actual de RSC de la empresa, dónde quiere llegar y las acciones que quiere emprender. Dynamic te permite lograr eso. De igual manera, se desarrolla una estrategia de sustentabilidad como valor agregado para diferenciarse como empresa e identificar nuevas oportunidades en beneficio de sus grupos de interés. Por ello, el eje central del Plan de RSC se basa en definir la política y actuar como forma de demostrar el compromiso de la organización con sus grupos de interés, en este caso los empleados.

Figura 8.

Estructura del plan



Nota. Elaborado por la autora

Grupo de Interés

Empleados: Incluye a todos los trabajadores de las MYPEs del sector manufacturero en Guayaquil, garantizando su bienestar, desarrollo profesional y calidad de vida laboral.

Comunidad local: Engloba a los residentes de la ciudad de Guayaquil, buscando contribuir a su desarrollo socioeconómico, mejorar la calidad de vida y fomentar el bienestar general.

Proveedores: Comprende a los proveedores de las MYPEs, promoviendo relaciones comerciales justas, éticas y sostenibles, y priorizando la colaboración con proveedores locales y comprometidos con la responsabilidad social.

Clientes y consumidores: Incluye a los clientes y consumidores de los productos manufacturados por las MYPEs, asegurando la entrega de productos de calidad, seguros y respetuosos con el medio ambiente, y promoviendo la transparencia y la comunicación efectiva.

Gobierno y entidades reguladoras: está formado por órganos gubernamentales y órganos reguladores que respetan las normas y reglamentos existentes y trabajan juntos para desarrollar políticas públicas que fomenten la responsabilidad social corporativa.

Organizaciones no gubernamentales y sociedad civil: está formada por ONG y otras organizaciones de la sociedad civil que trabajan juntas en iniciativas y proyectos colaborativos que apoyan el bienestar comunitario y el desarrollo sostenible.

Medio ambiente: Incluye a la naturaleza y los recursos naturales, promoviendo la protección y conservación del entorno, la reducción de impactos ambientales negativos y la adopción de prácticas sostenibles.

Misión

Nuestra misión es fomentar prácticas comerciales sustentables que beneficien al medio ambiente y a la comunidad impulsando la responsabilidad social en las Mypes del sector manufacturero de Guayaquil.

Nos comprometemos a impulsar el desarrollo económico y social, garantizando el bienestar de nuestros empleados, estableciendo relaciones colaborativas con la comunidad y contribuyendo a la protección del medio ambiente.

Visión

Nuestra visión es convertir a las MYPEs del sector manufacturero en Guayaquil en referentes de responsabilidad social empresarial, reconocidas por su compromiso con la sostenibilidad, la ética empresarial y el desarrollo sostenible. Buscamos ser agentes de cambio en la transformación del tejido empresarial, promoviendo una cultura de responsabilidad social y generando un impacto positivo en la sociedad y el entorno.

Valores

Responsabilidad: Nos comprometemos a actuar de manera responsable, cumpliendo con nuestras obligaciones legales, éticas y sociales, y asumiendo las consecuencias de nuestras acciones.

Sostenibilidad: Valoramos la sostenibilidad como principio fundamental, adoptando prácticas que preserven los recursos naturales, reduzcan los impactos ambientales y promuevan el desarrollo equitativo y duradero.

Integridad: Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones, manteniendo altos estándares de integridad en nuestras relaciones con los stakeholders.

Colaboración: Fomentamos la colaboración y el trabajo en equipo, buscando alianzas estratégicas con diversos actores para alcanzar objetivos comunes y maximizar el impacto de nuestras acciones. Innovación: Promovemos la innovación en nuestras

prácticas empresariales, buscando constantemente nuevas soluciones y enfoques para mejorar nuestra responsabilidad social y adaptarnos a los cambios del entorno.

Políticas

Política de bienestar laboral: Nos comprometemos a garantizar un entorno laboral seguro y saludable, promoviendo el bienestar físico, emocional y profesional de nuestros empleados a través de programas de capacitación, beneficios y oportunidades de desarrollo.

Política de sostenibilidad ambiental: Adoptamos medidas para minimizar nuestro impacto ambiental, como la reducción de residuos, la gestión eficiente de recursos, el uso de energías renovables y la adopción de tecnologías limpias.

Política de ética empresarial: Nos comprometemos a actuar con honestidad, integridad y transparencia en todas nuestras actividades empresariales, rechazando la corrupción, el soborno y cualquier práctica ilegal o antiética.

Política de responsabilidad social: Nos comprometemos a contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad local a través de acciones concretas, como la creación de empleo, el apoyo a proyectos sociales y la participación en iniciativas de impacto social.

Política de gestión de proveedores: Buscamos establecer relaciones comerciales justas y sostenibles con nuestros proveedores, priorizando la contratación de proveedores locales y aquellos comprometidos con prácticas responsables.

Estas políticas, junto con nuestros valores, guiarán nuestras acciones y decisiones en la implementación del plan de responsabilidad social para las MYPEs del sector manufacturero en Guayaquil.

Metodología

La metodología que se aplicó para el trabajo es de tipo mixto, lo que permite a la cuantificación de los datos a través de las herramientas de recolección como encuestas o entrevistas y a su vez, el análisis e interpretación de la información. De esta forma, se

conoce la perspectiva de las empresas frente a la problemática planteada, además de determinar los reportes económicos de las mismas.

Asimismo, es una investigación analítico descriptivo en el que se recolecta la información directamente de la fuente y objeto de estudio, para luego tabular y analizar los resultados obtenidos. El enfoque de la investigación es de tipo deductivo, ya que permite profundizar los elementos que conforman el plan de gestión de responsabilidad social para las MIPYMES en el sector manufacturero de la ciudad de Guayaquil.

Dentro de las técnicas utilizadas se destaca la revisión bibliográfica y el análisis de los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta. Por otra parte, la población de acuerdo con la Superintendencia de Compañías para el 2017 era de 2.239 empresas manufactureras (Ekos Negocios, 2018).

Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, el muestreo que se empleo es no probabilístico por conveniencia, que para Hernández (2021) es cuando “la muestra se elige de acuerdo con la conveniencia del investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio” (pár. 4), de acuerdo a este criterio se llegó a determinar la aplicación del esquema de preguntas a los gerentes u administradores de las MIPYMES del sector manufacturero de la ciudad de Guayaquil, se seleccionó una muestra por conveniencia de 125 empresas.

Tabla 20.

Muestra

Ítems	Estrato	Muestra	Técnicas
1	Representantes de empresas manufactureras	124	Encuesta
2	Representante empresarial	1	Entrevista
	Total	125	

Nota. Elaborado por la autora

Resultados

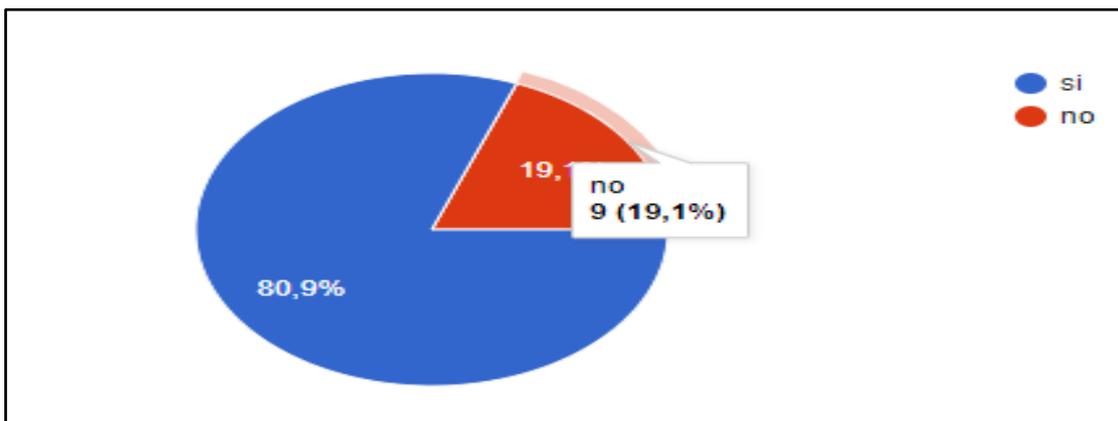
Encuesta realizada a representantes de empresas manufactureras de la ciudad de Guayaquil

La recolección de datos se efectuó a 124 empresas manufactureras que se pudo indicar como muestra, obteniendo los siguientes resultados:

1. ¿Tiene conocimiento de que es una gestión administrativa?

Figura 9.

Conocimiento de gestión administrativa



Nota. Elaborado por la autora

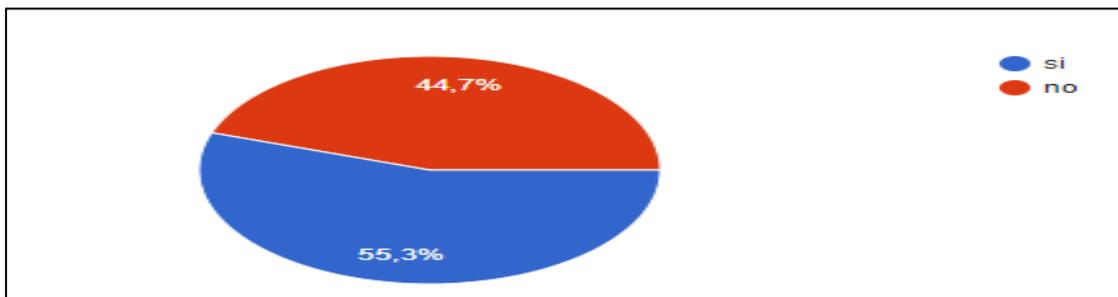
Análisis

El 80,9% de los encuestados tiene conocimiento de que es una gestión administrativa

2. ¿Sabe lo que es la responsabilidad social corporativa?

Figura 10.

Conocimiento de responsabilidad social corporativa



Nota. Elaborado por la autora

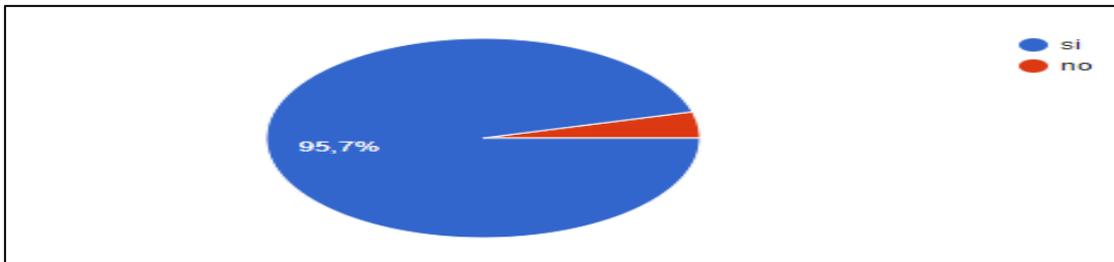
Análisis

Los resultados indicaron que el 55,3% de los encuestados sabe lo que es la Responsabilidad Social Corporativa, mientras que el 44,7% respondieron que no han escuchado hablar del término. Es importante señalar que comprender el alcance de este concepto es más importante que simplemente ser consciente de su significado.

3. ¿Considera importante para una empresa el incluir a la comunidad en actividades beneficiosas de los ingresos producidos?

Figura 11.

Importancia de incluir a la comunidad en actividades de los ingresos producidos



Nota. Elaborado por la autora

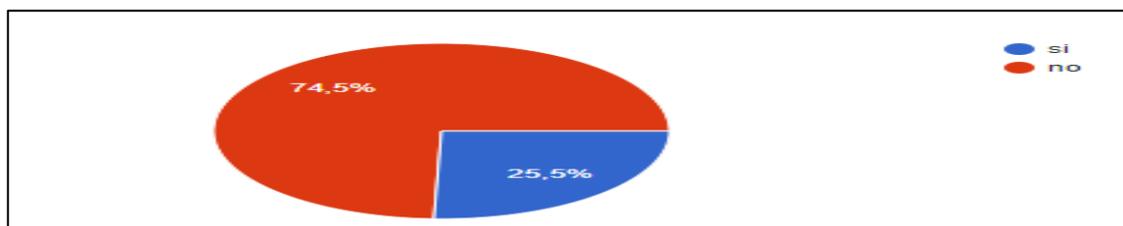
Análisis

El 95,7% de los encuestados considera importante para una empresa el incluir a la comunidad en actividades beneficiosas de los ingresos producidos

4. ¿Cree que implementar un proceso de gestión de responsabilidad social corporativa impacta negativamente en la rentabilidad de la empresa?

Figura 12.

Perspectiva de la implementación de gestión de responsabilidad social corporativa en la empresa



Nota. Elaborado por la autora

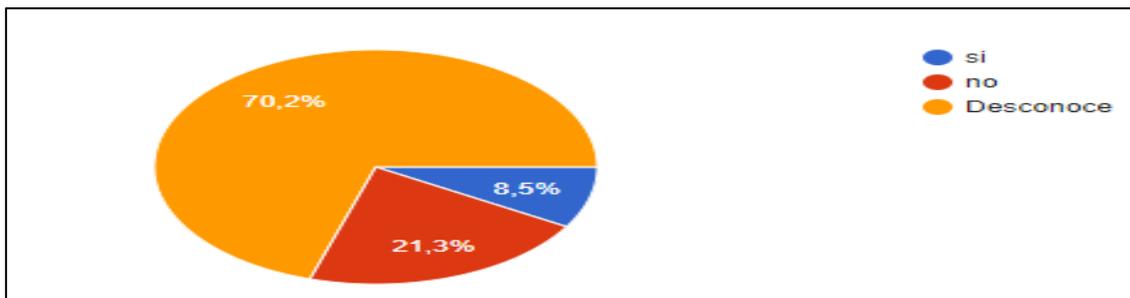
Análisis

El 74,5% de los encuestados cree que implementar un proceso de gestión de responsabilidad social corporativa impacta negativamente en la rentabilidad de la empresa

4. ¿En la ciudad de Guayaquil las MIPYMES implementan recursos para RSC?

Figura 13.

MIPYMES implementan recursos para RSC



Nota. Elaborado por la autora

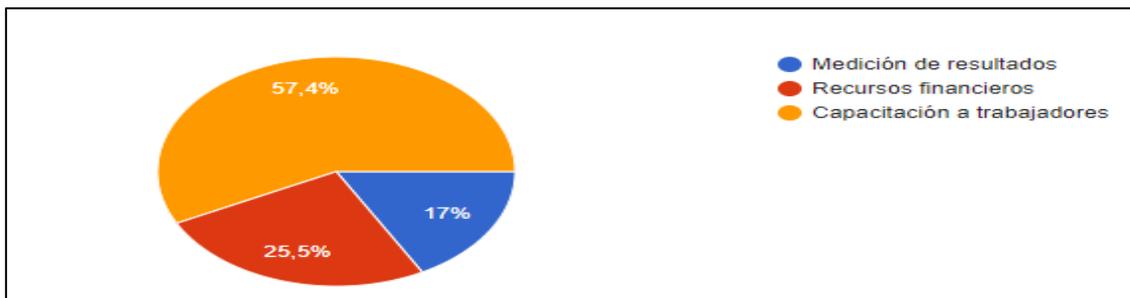
Análisis

El 70,2% de los encuestados desconoce cómo se implementan recursos para RSC

5. ¿Cuál de los siguientes inconvenientes mantienen las MIPYMES para mantener una planificación para fortalecer RSC?

Figura 14.

Inconvenientes de las MIPYMES para mantener una planificación para fortalecer RSC



Nota. Elaborado por la autora

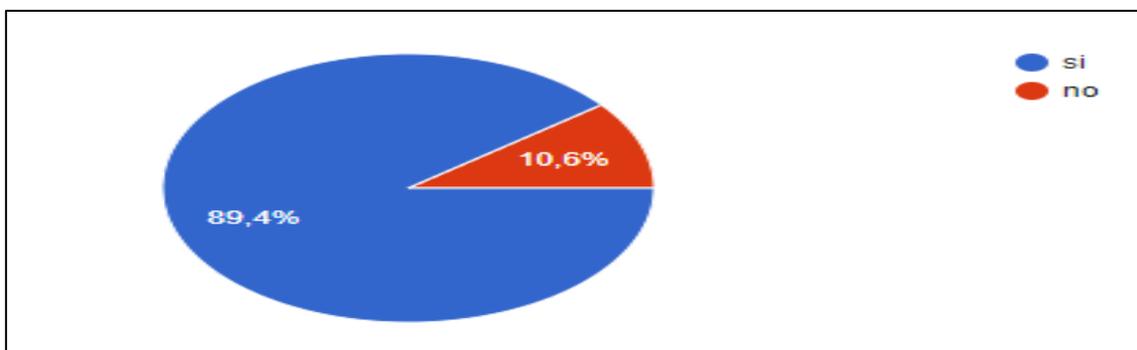
Análisis

Los representantes de las Pymes manufactureras encuestados al preguntarles respecto a los inconvenientes mantienen las MIPYMES para mantener una planificación para fortalecer RSC indicaron con un porcentaje de 57,4% que necesitan de servicio de formación y capacitación de RS, seguido con un 25,5% por recursos financieros, y por último con un 17% la medición de resultados, deben considerar que, dada la actividad económica a la que se dedican, se beneficiarían con la realización continua de talleres de responsabilidad social y capacitación para todos los empleados que conforman la empresa. Esto les permitiría cumplir con los requisitos legales y de las leyes de control ambiental.

6. ¿Las MIPYMES deberían realizar un convenio con grandes empresas para gestionar acciones de RSC?

Figura 15.

Realizar un convenio con grandes empresas para gestionar acciones de RSC



Nota. Elaborado por la autora

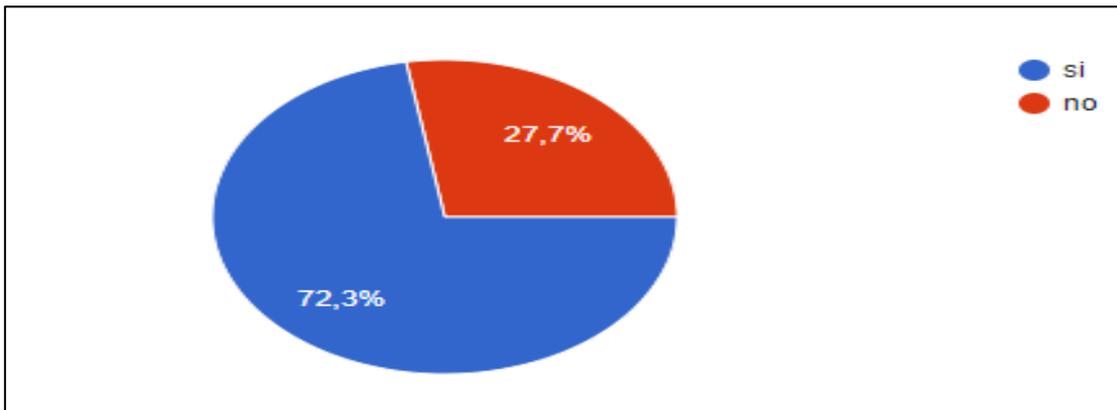
Análisis

El 89,4% de los representantes de las empresas PYMES manufactureras encuestados consideran que deberían realizar un convenio con grandes empresas para gestionar acciones de RSC y un 10,6% no están dispuestos a aliarse. La asociación para adoptar la responsabilidad social ayudaría a sus empresas a expandirse y ganar más, lo que beneficiaría a la economía y permitiría el desarrollo sostenible a nivel corporativo.

7. ¿Involucra a la comunidad para identificar los problemas actuales y cuál sería el aporte del sector en la solución?

Figura 16.

Identificar problemas actuales y el aporte del sector en la solución



Nota. Elaborado por la autora

Análisis

El 72,3% de los encuestados afirma que se involucra a la comunidad para identificar los problemas actuales

Entrevista

Se deben considerar una serie de factores pertinentes al momento de entrevistar sobre el papel que juega la gestión de la responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector manufacturero de Guayaquil. Algunos factores importantes a tener en cuenta durante la entrevista se enumeran a continuación:

- Rentabilidad económica: Rentabilidad económica: indaga cómo las iniciativas de responsabilidad social afectan la viabilidad financiera de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector manufacturero de Guayaquil. Indagar sobre el impacto de las acciones de responsabilidad social en las medidas financieras utilizadas para evaluar el desempeño económico.
- Sostenibilidad ambiental: Explora cómo las prácticas de responsabilidad social han contribuido a la sostenibilidad ambiental de las MIPYMES. Pregunta sobre las acciones implementadas para reducir el impacto ambiental, como el uso eficiente de recursos, la gestión de residuos y la adopción de tecnologías limpias.
- Responsabilidad social interna: Investiga cómo las MIPYMES promueven el bienestar y la satisfacción de sus empleados a través de prácticas de responsabilidad social interna. Pregunta sobre programas de capacitación, políticas de equidad laboral, seguridad y salud ocupacional, y otros aspectos relacionados con el bienestar de los trabajadores.

- **Relación con la comunidad:** Indaga sobre cómo las MIPYMES interactúan y se involucran con la comunidad local. Pregunta sobre las iniciativas de responsabilidad social que han llevado a cabo para beneficiar a la comunidad, como programas de apoyo educativo, acciones de voluntariado o colaboración con organizaciones locales.
- **Ética empresarial:** Explora cómo las MIPYMES integran la ética en sus prácticas empresariales. Pregunta sobre los valores y principios éticos que guían sus decisiones y acciones, y cómo estos se traducen en prácticas de responsabilidad social.
- **Medición de impacto:** Investiga cómo las MIPYMES miden y evalúan el impacto de sus acciones de responsabilidad social. Pregunta sobre los indicadores utilizados y cómo se recopila y analiza la información relevante.

Estas variables ofrecerán una base sólida para investigar la conexión entre la rentabilidad de las MIPYMES en el sector manufacturero de Guayaquil y su gestión de la responsabilidad social. No olvides modificar las preguntas según las particularidades de cada empresa y su propia estrategia de responsabilidad social.

Tabla 21.

Respuestas de la entrevista

Preguntas del encuestador	Respuestas de la entrevista
1. ¿Qué entiende usted por responsabilidad social corporativa?	La RSC es la dedicación que tiene una empresa con el medio ambiente y con la sociedad en general. Implica conducirse en todos sus esfuerzos con moralidad y responsabilidad.
2. ¿Cree usted que la implementación de políticas de RSC tiene un impacto en la rentabilidad de las MIPYMES del sector manufacturero en Guayaquil?	Sí, la implementación de políticas de RSC puede mejorar la imagen y reputación de la empresa ante los consumidores y la sociedad en general, lo que puede aumentar las ventas y la fidelidad de los clientes. Además, puede ayudar a reducir costos a largo plazo al mejorar la eficiencia y la productividad.

-
3. ¿Ha implementado su empresa política de RSC? En caso afirmativo, ¿cuáles?
- De hecho, hemos implementado una serie de políticas de responsabilidad social corporativa (RSC), incluidas aquellas relacionadas con el reciclaje y la gestión responsable de residuos, la financiación de organizaciones sin fines de lucro y el fomento de la moralidad y la equidad en nuestras relaciones con proveedores y clientes.
4. ¿Ha notado algún impacto en la rentabilidad de su empresa desde la implementación de políticas de RSC?
- Sí, hemos observado un aumento en la lealtad de los consumidores y un cambio positivo en la impresión que el mercado tiene de nuestra marca. Además, hemos podido ahorrar gastos en áreas como energía y gestión de residuos.
5. ¿Cree que la implementación de políticas de RSC es más costosa para las MIPYMES en comparación con las grandes empresas?
- Sí, en general puede ser más costoso para las MIPYMES implementar políticas de RSC debido a sus recursos limitados y su menor capacidad para absorber los costos iniciales. Sin embargo, hay muchas iniciativas de RSC que no requieren grandes inversiones y pueden ser implementadas de manera efectiva por las MIPYMES.
6. ¿Cree que la implementación de políticas de RSC es una obligación moral o una estrategia de negocios?
- Creo que es ambas cosas. Como empresa, tenemos una responsabilidad ética y moral hacia nuestra sociedad y nuestro entorno. Sin embargo, también es una estrategia de negocios inteligente, ya que puede ayudar a mejorar la imagen y la reputación de nuestra empresa y aumentar la lealtad de los clientes.
7. ¿Cuál es su opinión sobre la percepción de los consumidores en Guayaquil hacia las empresas que implementan políticas de RSC?
- Creo que los clientes de Guayaquil cada vez aprecian más las empresas que defienden la responsabilidad social corporativa. Nuestra cultura es cada vez más consciente de la responsabilidad social y ambiental, y los clientes prefieren empresas que se preocupan por el medio ambiente y la comunidad. Además, las empresas que implementan políticas de RSC tienen una ventaja competitiva en el mercado.

Nota. Elaborado por la autora

Durante la entrevista, el propietario de una MIPYME del sector manufacturero, radicada en Guayaquil, fue cuestionado sobre su opinión sobre el uso de los principios de responsabilidad social corporativa (RSC) y cómo afectan la rentabilidad de su empresa.

En general, las respuestas muestran la comprensión de los encuestados sobre la responsabilidad social corporativa (RSC) y su importancia en el clima empresarial actual. El encuestado reconoce que poner en práctica políticas de RSC puede mejorar la marca y la imagen de una empresa, fomentar la fidelidad de los clientes y, en última instancia,

ahorrar gastos. La respuesta también enfatiza la importancia de la ética corporativa y la responsabilidad ante el medio ambiente y la sociedad.

También se observa que el encuestado ha implementado varias políticas de RSC en su empresa, lo que indica que está comprometido con la RSC y sus beneficios para la empresa y la sociedad. Además, el encuestado reconoce que la implementación de políticas de RSC puede ser más costosa para las MIPYMES, pero que hay muchas iniciativas de RSC que pueden ser implementadas de manera efectiva por estas empresas.

En conclusión, el comentario del encuestado demuestra una comprensión profunda de la importancia de la RSC y de cómo su puesta en práctica puede mejorar la rentabilidad de las empresas, en particular las MIPYMES. Además, parece que el encuestado está dedicado a poner en práctica los principios de RSC dentro de su propia organización y comprende la importancia de la ética corporativa y la responsabilidad social y ambiental.

El crédito comercial a las PYMEs resultó ser de USD 17.967 millones durante todo el período de análisis, con una tasa de crecimiento anual del 7,2%. El microcrédito, que incluye emprendimientos y microempresas, aumentó un 17% hasta alcanzar los 3.261 millones de dólares.

Según las proyecciones económicas del Banco Central del Ecuador para 2023, el resurgimiento económico del país se verá favorecido por el sólido desempeño del sistema bancario en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que será de utilidad para la financiación e implementación de planes de gestión RSC.

Las empresas que lleven a cabo esta estrategia se distinguirán no sólo por sus logros sino también por su dedicación a la nación y sus ciudadanos. Como resultado, sus iniciativas de responsabilidad social corporativa serán tan variadas como las demandas del medio ambiente. Además, estos negocios ayudarán a crear una sociedad más consciente, amable y alentadora. Sus métodos, que van desde iniciativas de promoción de la salud hasta la regeneración forestal, son diversos y complementarios.

Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Al finalizar el trabajo, se pueden determinar las siguientes conclusiones:

- La influencia que tiene un plan de gestión de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil es muy elevada, ya que permite que dichas empresas mejoren su rentabilidad y sobre todo su productividad en los procesos de fabricación, los cuales están basados en el uso de maquinaria.
- Las actividades que pueden incluir los planes de gestión de responsabilidad social en las empresas del sector se están adaptando a las consecuencias que ha traído la pandemia COVID-19, en sectores más afectados con programas para la inclusión social, participación ciudadana y capacitación que permiten el desarrollo en las comunidades, así como las herramientas para la creación e impulso de negocios pequeños que se vieron gravemente afectados por la pandemia.
- La responsabilidad social como herramienta de gestión estratégica dentro de las empresas de manufactura es muy importante, porque facilita el desarrollo de estrategias que vayan acorde a los beneficios de los colaboradores internos de la organización, previniendo riesgos laborales y sobre todo tomando conciencia sobre el uso de materiales y residuos generados.
- El plan de gestión de responsabilidad social para las MIPYMES del sector manufacturero de Guayaquil beneficia a la rentabilidad de las empresas, ya que se producirá un aumento de la motivación en el desarrollo de las distintas actividades y acciones empresariales, mismos que alcanzarán un compromiso más allá de las recompensas, ayudando a la captación y retención de talentos, mismo que tiene referencia con los trabajadores.
- Mejorar el nivel de vida de los empleados, proteger el medio ambiente y crear programas de capacitación son componentes esenciales de la gestión de RSC implementada por las Mipymes ecuatorianas en el sector manufacturero de Guayaquil.

Recomendaciones

Al concluir el trabajo, se establecen las siguientes recomendaciones relacionadas a la gestión de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil:

- Las empresas deberán mantener generar estrategias de mejora en los procesos que realizan los trabajadores, ya que son ellos quienes sacan adelante a las empresas.
- Para que se lleven a cabo los planes establecidos, se deberá realizar un plan piloto para verificar que lo escrito se cumpla a cabalidad, y al ejecutarlo, evaluar los resultados.
- La generación de una base de datos sobre los resultados obtenidos mediante las capacitaciones, charlas y cursos realizados, para que en un futuro aquellos datos mejoren con la implementación de nuevas estrategias.
- Es fundamental para tener éxito en el proceso la designación de una persona líder para que lleve a efecto todo el plan de gestión, misma que contribuya al adelanto de las MIPYMES que pertenecen al sector manufacturero de la ciudad de Guayaquil.

Figura 17. Cualificación

Log likelihood = -8128.4258 Pseudo R2 = 0.0995

Cualificacion_de~o	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Genero	.7769458	.0384214	20.22	0.000	.7016412	.8522505
etnia	.0827633	.0325618	2.54	0.011	.0189434	.1465832
educ	-.3741056	.0265759	-14.08	0.000	-.4261933	-.3220179
Area	-1.256966	.0527173	-23.84	0.000	-1.36029	-1.153642
g_edad	.155766	.019404	8.03	0.000	.1177348	.1937971
EstCv	.0108335	.0233788	0.46	0.643	-.0349881	.0566551
_cons	1.538948	.1231088	12.50	0.000	1.297659	1.780237

Nota. Elaborado por la autora

Figura 18. Efectos Marginales

Model VCE : OIM

Expression : Pr(Cualificacion_de_empleo), predict()
 dy/dx w.r.t. : Genero etnia educ Area g_edad EstCv

	Delta-method					
	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Genero	.1482105	.0069422	21.35	0.000	.1346041	.1618169
etnia	.015788	.0062073	2.54	0.011	.0036218	.0279541
educ	-.0713645	.0049435	-14.44	0.000	-.0810536	-.0616755
Area	-.2397794	.009456	-25.36	0.000	-.2583128	-.2212459
g_edad	.029714	.0036737	8.09	0.000	.0225137	.0369143
EstCv	.0020666	.0044596	0.46	0.643	-.0066741	.0108073

Nota. Elaborado por la autora

Bibliografía

- Acosta, V. M., Lovato, T. S., & Buñay, C. J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(12), 105-117.
- Arispe, A. C., Yangali, V. J., Guerrero, B. M., Lozada, d. B., Acuña, G. L., & Arellano, S. C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado*. Guayaquil - Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Arrieta, G. A., Lara, E. D., & Vélez, A. L. (2019). La competitividad en las microempresas en Manta 2019. . *Revista San Gregorio*, 35, 51-69.
- AVAL. (12 de agosto de 2019). *Situación de las empresas en la provincia del Guayas*.
Obtenido de <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/situacion-de-las-empresas-en-la-provincia-del-guayas/#:~:text=Guayas%20tiene%20la%20mayor%20cantidad,con%20una%20participaci%C3%B3n%20del%2032%25>.
- Banco Central del Ecuador. (Noviembre de 2022). *Banco Central del Ecuador*.
Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Guayaquil. (s.f.). *Banco Guayaquil*. Obtenido de <https://www.bancoguayaquil.com/conocenos/responsabilidad-social/>
- Bermudez, C. Y., & Mejías, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315-325.
- Campoverde, S. (2016). *Análisis del tipo de interés en el sistema financiero ecuatoriano y su incidencia en las transacciones económicas*. Machala: . Universidad Técnica de Machala.

- Cárdenas, P. A., Benavides, E. I., Chango, G. M., & M. S. (2020). Axiología en las finanzas y su importancia en la disminución del riesgo moral. *"Apuntes de Economía y Sociedad"*, 2(2), 7-20.
- Carrillo, J. A. (2016). *El salario emocional y la productividad de la empresa Comercializadora P.S. Quito*: . Universidad Central del Ecuador.
- CEPAL. (2020). *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Naciones Unidas; United Nations; UN; ONU; NU; CEPAL; ECLAC. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>
- Comisión Europea. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Obtenido de [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Cruz, O. (2008). La naturaleza del llamado dumping ecológico. . *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*.
- Delgado, D. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. . *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Delgado, O. J. (2021). *Diseño de un modelo organizacional para incrementar la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero en Guayaquil, 2021*. Universidad Cesar Vallejo.
- Duque, O. Y., Cardona, A. M., & Rendón, A. J. (julio-diciembre de 2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. 29(50), 196-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225029797009.pdf>
- Ekos Negocios. (02 de Agosto de 2018). *Ekos Negocios*. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/un-analisis-de-la-industria-en-guayaquil>
- García, S. M. (2018). Filantropía y RSC. Cuadernos de la Cátedra . *CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa*, 1-18.

- González, J., & Cuesta, P. (2018). De responsabilidad social a sostenibilidad corporativa: una revisión actualizada. . *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 46-71.
- Hernández, G. O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3).
Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- INEC. (2021). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2020 (DIEE)*.
- INEC. (2021). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2020*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU*.
Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Trimestre%1F_abril_junio_2022/2022_II_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- Mackenzie, T., Buitrago, M., Giraldo, P., Parra, J., & Valencia, J. (2013). La teoría de la agencia. El caso de la una universidad privada en la ciudad de Manizales. *Equidad Desarrollo*, 53-76.
- Matten, D., & Crane, A. (2005). Corporate citizenship Toward an extended theoretical conceptualization. . *Academy corporate social responsibility. Academy of Management Review*, 33(2), 404-24.
- Matute, B. K., & Quimi, P. C. (2019). *Fuentes de financiamiento externas como estrategias para incrementar la rentabilidad en las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Mesa, R. (29 de mayo de 2023). *La RSC y su impacto en la rentabilidad empresarial: Un análisis cuantitativo y estratégico*. Obtenido de Directivos y empresas: https://www.directivosyempresas.com/empresas/rsc/la-rsc-y-su-impacto-en-la-rentabilidad-empresarial-un-analisis-cuantitativo-y-estrategico/#google_vignette
- Morán, M. C., Cárdenas, Z. C., & Córdova, S. C. (2019). Características de la responsabilidad social empresarial de las Pymes en Ecuador. Caso de estudio: Hacienda Nueva Colonia. *ECA Sinergia*, 10(3), 131-144.

- Moreno, B. P. (2018). *Incidencia del capital de trabajo en la rentabilidad de las pymes manufactureras de la ciudad de Guayaquil del periodo 2016-2017*. Universidad de Guayaquil.
- Movistar. (s.f.). *Movistar*. Obtenido de <https://www.movistar.co/responsabilidad-social-empresarial>
- Ormaza, A. J., Ochoa, C. J., Ramírez, V. F., & Quevedo, V. J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3).
- Orozco, M. (18 de octubre de 2023). *BID aprueba crédito de 300 millones para financiar a mipymes*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/bid-aprueba-credito-mipymes/>
- Palacio, F. A., Mantilla, G. D., & Arias, F. H. (2018). *Responsabilidad Social en Ecuador: estudio de caso Adelca y Unilever*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Puente Tituaña, S. P., Canizares Stay, A. d., & Solís Marín, B. J. (2020). Responsabilidad social en empresas industriales de Guayaquil. *Recimundo. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(2), 650-667.
- Ramírez Garzón, M. (2019). Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas. *Estudio De Ciencias Sociales Y Administrativas De La Universidad De Celaya*, 9(1).
- Rizzo, G. G., & Camacho, E. E. (2020). Los Fallos del Mercado y la Intervención Pública: Una Visión desde la Perspectiva de la Elección Pública en el Ecuador, Periodo 2010-2018. *Economía y Negocios*, 11(1), 11-20.
- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *Digital Publisher CEIT*, 191-200.
- Saá, L. J., Vasco, G. C., Holovatyi, M., & Donoso, V. D. (2020). La responsabilidad social empresarial y sus indicadores. *Recimundo*, 4(1), 366-378.
- Salazar, G. A. (2017). *Problemas jurídicos del tratamiento del dumping entre países andinos*. Quito: . Universidad Andina Simón Bolívar.

- Sánchez, R. A. (2023). *La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*. Guayaquil-Ecuador: UEES. Universidad Espíritu Santo . Obtenido de <https://uees.edu.ec/descargas/libros/2023/la-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador.pdf>
- Sánchez, V. M. (2020). Memorias de Atirro: economía moral, subalternidad y paternalismo en una hacienda agrícola turrialbeña. *Cuadernos Intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 17(2).
- SINTAC. (17 de Junio de 2022). *¿Qué es la Responsabilidad social empresarial (RSE)* ? Obtenido de SINTAC : <https://sintac.es/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Sumba, B. R., Pinargotty, L. J., & Pillasagua, C. D. (2022). MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica. *Recimundo*, 6(4), 439-455.
- Tello, C. G., Agila, M. M., & Legarda, A. C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(15), 60-69.
- Villaseca, J. (28 de junio de 2019). *Destaca la ONU relevancia de las Pymes en el mundo*. Obtenido de La Jornada. : <https://www.jornada.com.mx/2019/06/28/economia/028n2eco>
- Zetien, S. N. (2012). *Las PYMEs ante la globalización de la economía*. . Universidad Tecnológica de Bolívar.

Anexos

Anexo 1 Modelo de encuesta

1. **¿Tiene conocimiento de que es una gestión administrativa?**
Si
No

2. **¿Sabe lo que es la responsabilidad social corporativa?**
Si
No

3. **¿Considera importante para una empresa el incluir a la comunidad en actividades beneficiosas de los ingresos producidos?**
Si
No

4. **¿Cree que implementar un proceso de gestión de responsabilidad social corporativa impacta negativamente en la rentabilidad de la empresa?**
Si
No

5. **¿En la ciudad de Guayaquil las MIPYMES implementan recursos para RSC?**
Si
No
Desconoce

6. **¿Cuál de los siguientes inconvenientes mantienen las MIPYMES para mantener una planificación para fortalecer RSC?**
Medición de resultados
Recursos financieros
Capacitación a trabajadores

7. ¿Las MIPYMES deberían realizar un convenio con grandes empresas para gestionar acciones de RSC?

Si

No

8. ¿Involucra a la comunidad para identificar los problemas actuales y cuál sería el aporte del sector en la solución?

Si

No



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Valente Galán, María Mercedes**, con C.C: # 0930140504 autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta de un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **MAGISTER EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2024

Nombre: Valente Galán, María Mercedes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Propuesta de un plan de gestión de RSC para las MIPYMES del sector manufacturero en la ciudad de Guayaquil"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Valente Galán, María Mercedes		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Econ. Uriel Castillo Nazareno, Econ. Eddy Piguave, Mgs, Dr. José Manuel Saiz Alvarez, PhD		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	29 de agosto 2024	No. DE PÁGINAS:	103
ÁREAS TEMÁTICAS:	Microempresas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	responsabilidad social corporativa, MIPYMES, comportamientos, gestión de responsabilidad social, rentabilidad.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Establecer la responsabilidad social corporativa (RSC) en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en Ecuador se refiere a la importancia de cómo las organizaciones se relacionan con su entorno, actuando de manera moral y responsable tanto dentro como fuera de sus muros. Un gran porcentaje de empresas en el Ecuador son microempresas y, las empresas en menor porcentaje son las grandes empresas de acuerdo a sus ingresos económicos. Sin embargo, en todo tipo de empresa es necesario manejar de forma adecuada la RSC, por esto, se establece como objetivo general de esta investigación la determinación de la influencia de un plan estratégico de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil. La investigación descriptiva, exploratoria y correlacional, junto con la investigación bibliográfica, son los métodos utilizados para lograr el objetivo descrito anteriormente. La influencia que tiene un plan de gestión de responsabilidad social en la rentabilidad de las MIPYMES del sector comercial en Guayaquil es muy elevada, ya que permite que dichas empresas mejoren su rentabilidad y sobre todo su productividad en los procesos de fabricación, los cuales están basados en el uso de maquinaria.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0982466774	E-mail: valente.mercy17@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Ma. Teresa Alcívar Avilés, Ph.D.		
	Teléfono: 0990898747		
	E-mail: maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			