



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TÍTULO:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR CLAVE DE
CRECIMIENTO DE LAS PYMES DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL
GUAYAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO
PARA EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

AUTOR:

DOMINICK NAHIM CAMPAÑA LOPEZ

TUTORA:

ING. ELSA MAYORGA

SAMBORONDÓN, DICIEMBRE 2017

Resumen

La investigación tiene como objetivo principal determinar la importancia de la responsabilidad social empresarial como factor clave de crecimiento de las PYMES de la industria manufacturera del Guayas. Para la metodología, se revisó varios artículos académicos sobre los factores de RSE que influyen en la competitividad de las PYMES, y las barreras generales para la participación de las PYMES en actividades de RSE. También, se realizó encuestas a 41 PYMES pertenecientes a la industria manufacturera del Guayas. Dicha muestra se determinó por medio de la fórmula para muestreo y la lista detallada de PYMES se obtuvo de la página de la Superintendencia de Compañías. Se concluyó que la mayoría de las empresas no destinan un capital para las capacitaciones de RSE para sus empleados, pero, están conscientes de que las prácticas y los enfoques de RSE son una de las herramientas principales para crecer y mejorar su competitividad. Dado que la mayoría de las PYMES están limitadas financieramente para aumentar su productividad y crecimiento, es recomendable que las mismas formen alianzas estratégicas y compartir información, tecnología y costos, que satisfagan a todos sus grupos de interés.

Palabras Clave: *Responsabilidad Social Empresarial, PYMES, competitividad, crecimiento, mercado*

Abstract

The main objective of the research was to determine the importance of corporate social responsibility as a key factor in the growth of SMEs in the manufacturing industry of Guayas. For the methodology, several academic articles were reviewed on the CSR factors that influence the competitiveness of SMEs, and the general barriers for the participation of SMEs in CSR activities. Also, surveys were conducted by email and telephone to 41 SMEs belonging to the manufacturing industry of Guayas. The sample was determined by means of the formula for sampling and the detailed list of SMEs was obtained from the page of the Superintendence of Companies. It was concluded that most companies do not allocate capital for CSR training for their employees, but they are aware that CSR practices and approaches are one of the main tools to grow and improve their competitiveness. Given that most SMEs are financially limited to increase their productivity and growth, it is advisable that they form strategic alliances and share information, technology and costs that satisfy all their stakeholders.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, SMEs, competitiveness, growth, market*

Introducción

La globalización ha traído una considerada expansión del comercio de bienes y servicios a través de las fronteras, lo que ha dado lugar a una mayor conectividad económica en el mercado mundial. El modelo clásico tiene un enfoque estrecho y poca tolerancia para un papel social del negocio, razonando que la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) inevitablemente se refleja en los costos adicionales y en la reducción de la competitividad. Por otro lado, el paradigma moderno del siglo XXI considera que las empresas están integradas en una sociedad más amplia con una responsabilidad concomitante con un espectro que recae en las partes interesadas (López, 2017).

Hoy en día, la RSE ha emergido lentamente durante la última década. Porter & Kramer (2006) sugieren que las actividades de RSE en una empresa pueden conducir a la oportunidad, la innovación y la ventaja competitiva, y la empresa obtendrá ventaja suficiente al utilizar sus recursos en actividades sociales. Sin embargo, al igual que con otras iniciativas similares, la tasa de adopción de las prácticas de RSE ha sido más lenta en las PYMES. Las razones de esta adopción más pasiva pueden ir desde las presiones diarias para tener éxito en el mercado hasta la limitada cantidad de recursos que tienen las PYMES (Mayra, 2017).

Este trabajo de investigación tiene como finalidad determinar la importancia de la responsabilidad social empresarial como factor clave de crecimiento de las PYMES de la industria manufacturera del Guayas. Las PYMES ecuatorianas presentan una significativa participación en el mercado debido a las medidas implementadas por el gobierno. Éstas han otorgado oportunidades de desarrollo y crecimiento para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, así como también para mejorar la competitividad de las empresas. De hecho, la globalización ha generado un impacto positivo en las pymes, que representan el 4,3% de las

empresas del Ecuador, generando el 24% de los empleos y 15,9% de las ventas. Así, uno de los sectores que aporta el PIB y genera empleo para los ciudadanos ecuatorianos es el sector textil, el cual representa el 0.84% del PIB real (PROECUADOR, 2015).

Para la metodología de este trabajo de investigación es necesario investigar los antecedentes sobre el origen de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su definición propuesta por diferentes autores e instituciones internacionales. Así mismo, una revisión teórica, importancia y beneficios sobre RSE, los factores de RSE que influyen en la competitividad de las PYMES, y las barreras generales para la participación de las PYMES en actividades de RSE, por medio de artículos académicos que incluyan estudios teóricos y prácticos al respecto. También, se realizará encuestas por email o vía telefónica a una muestra determinada de PYMES pertenecientes a la industria. Dicha muestra se determinará por medio de la fórmula para muestreo y la lista detallada de PYMES será obtenida de la página de la Superintendencia de Compañías. Al final de la investigación, se presentarán las conclusiones y recomendaciones más destacadas de la investigación, principalmente dirigidas a PYMES que desempeñan sus actividades en Ecuador.

Marco Teórico

Factores de RSE que influyen en la competitividad de las PYMES

La RSE es una noción amplia, compleja y en constante evolución que abarca una variedad de ideas y prácticas (Salazar, Soto, & Sánchez, 2011). Carroll (1979) describe la RSE como las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las empresas en un momento determinado. También, afirma que las partes interesadas son centrales en este aspecto ya que son la fuente de las expectativas de la sociedad sobre la RSE;

experimentan el comportamiento de la empresa y evalúan el desempeño social de la misma al comparar sus experiencias con sus expectativas previas (Jamali & Mirshak, 2007).

Por lo tanto, la RSE se equipara con las nociones de retribuir a la comunidad, tratar a los empleados de manera justa y ofrecer productos y servicios de calidad. Las actividades comunes de RSE incluyen programas de patrocinio, la provisión de desarrollo de carrera y capacitación para empleados, reciclaje de desechos y participación en actividades comunitarias (Hodinková & Sadvský, 2016). Al igual que sus contrapartes más grandes, las PYMES no pueden operar sus negocios sin empleados, clientes y apoyo comunitario. Por tal razón, (Amaeshi, Ogbechie, Idemudia, & Anakwue (2016) argumenta que las PYMES actúan responsablemente porque está en juego su legitimidad con las partes interesadas inmediatas.

Carroll (1979) sugiere que las PYMES podrían implementar políticas de RSE con éxito y esto afectaría directamente su competitividad y crecimiento. Por ello, las PYMES tienen relaciones con las partes interesadas que son similares y más fuertes que las de las grandes compañías. Esto implica que las PYMES tienen sus grupos de interés en el rango común con las grandes empresas y el objetivo de la gestión de las partes interesadas es similar, su principal preocupación es reducir el riesgo mediante la gestión de las partes interesadas (Jamali & Mirshak, 2007).

En línea con la literatura existente, se considera que la RSE se implementa a través de la teoría de las partes interesadas, donde los principales interesados incluyen el medio ambiente, la comunidad, los clientes y los empleados. Es por ello por lo que la RSE implica trabajar en asociación con las comunidades locales. Asimismo, realizar inversiones socialmente sensibles, desarrollar relaciones con los empleados, los clientes y sus familias, y participar en actividades

que promuevan la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad (Hodinková & Sadovský, 2016).

Basado en investigaciones previas y para los fines de este estudio, algunas categorías de factores de RSE, que también aplican a las PYMES, se han tomado para incluir factores de RSE orientados a la fuerza de trabajo, factores de RSE orientados a la sociedad, factores de RSE orientados al mercado y factores de RSE orientados al medio ambiente (Szczanowicz & Saniuk, 2016). Estos factores pueden conducir individual o colectivamente a una mayor competitividad de las PYMES en el largo plazo en términos de mayor volumen de ventas, tasa de crecimiento, participación de mercado y rentabilidad. A continuación, la Figura 1 ilustra las relaciones entre los factores de RSE seleccionados como variables independientes y el aumento de la competitividad como la variable dependiente.



Figura 1: Relación entre factores de RSE y competitividad

Fuente: (Vergara, 2016)
Elaborado por: El Autor

En la Figura 1, los factores de RSE inciden en una mayor competitividad que puede medirse por rentabilidad, cuota de mercado, volumen de ventas y tasa de crecimiento. A continuación, se describirá cada uno de estos factores en relación a las actividades de RSE.

Actividades de RSE orientadas a la fuerza de trabajo

En este estudio, las actividades de RSE orientadas a la fuerza laboral se refieren a aquellas actividades destinadas a mejorar las condiciones laborales de los trabajadores ofreciendo capacitación y desarrollo de personal, creando igualdad de oportunidades y diversidad, y ayudando a los trabajadores a mantener un equilibrio entre la vida laboral y personal. Según Azada & Rochte (2013), las medidas de las actividades de RSE orientadas a la fuerza de trabajo se basan en sistemas de salud y seguridad, sistemas de capacitación y desarrollo de empleados, políticas de igualdad de oportunidades, sistemas para buenas relaciones con los empleados y sistemas para creación de empleo y seguridad. En consecuencia, la motivación y la retención de los empleados son un factor clave y un área de enfoque principal de las iniciativas de RSE dentro de las PYMES.

Actividades de RSE orientadas a la sociedad

Las actividades de CSE orientadas a la sociedad se refieren a aquellas actividades dirigidas a la comunidad, deportes, salud y bienestar, educación, asistencia a grupos de bajos ingresos y participación comunitaria. Estas actividades se consideran apoyo para las eventos sociales y culturales de la comunidad, así como para el desarrollo de la misma y otros temas relacionados (Aristimuño, Velásquez, & Rodríguez, 2010).

Del mismo modo, las PYMES parecen ser las más activas en apoyar las actividades deportivas, de salud y culturales en América Latina (Álvarez, Besada, & Coicaud, 2015). La investigación realizada por Aristimuño, Velásquez, & Rodríguez (2010) enfatizó las siguientes actividades de RSE orientadas a la sociedad como importantes para las PYMES: donaciones financieras y en materiales, voluntariado, educación del público, apoyo de varios tipos para la calidad de vida local (por ejemplo, deportes, cultura, etc.) y colaboración con escuelas locales, autoridades y diversas organizaciones.

Las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades en las que operan. La reputación de una empresa en su ubicación, su imagen como empleador y productor, pero también como actor en la escena local, ciertamente influye en su competitividad (Conraud, Ojeda, & Arredondo, 2016). Además, se informa que una empresa que se considera socialmente responsable puede beneficiarse de su reputación mejorada dentro de la comunidad pública y empresarial, lo que aumenta su capacidad de atraer capital y mejorar su competitividad (Azada & Rochte, 2013).

Actividades de RSE orientadas al mercado

El factor de actividades de RSE orientadas al mercado se refiere a la forma en que una empresa se centra en las necesidades de sus clientes respondiendo rápidamente a las órdenes y quejas de los consumidores sobre sus productos y servicios (Hodinková & Sadovský, 2016). También, está abierta en horarios convenientes, ofrece a los clientes información útil, trata a los clientes de manera justa, cobra precios justos y genera ganancias sin engañar a los clientes. Según la Comisión Europea, las actividades de RSE orientadas al mercado incluyen focalizar mejoras en la calidad y seguridad de los productos, proporcionar servicios voluntarios al cliente, cobrar precios justos, marketing ético, pagos oportunos, cooperación con socios locales,

promover buenos estándares en las cadenas de suministro, y apoyando la creación de cooperativas comerciales locales (Santoso & Feliana, 2014). Por tal razón, la capacidad de una empresa para tener éxito a largo plazo depende de su capacidad para crear redes de ventas duraderas y de alta calidad para sus productos.

Según una encuesta realizada entre PYMES mexicanas, las actividades importantes de RSE orientadas al mercado incluyen prácticas comerciales éticas generales, relaciones responsables con los clientes, responsabilidad del producto y la participación de los clientes en decisiones importantes sobre el producto de la empresa (Conraud, Ojeda, & Arredondo, 2016). Del mismo modo, la misma encuesta de PYMES de México indicó que las actividades de RSE orientadas al mercado tuvieron un impacto positivo en el rendimiento financiero de una empresa. Además, ésta reveló que se destacaron entre los competidores como resultado de los beneficios derivados de la implementación de actividades de RSE orientadas al mercado.

Las actividades de RSE orientadas al mercado podrían ayudar a las empresas a atraer y retener clientes, lo que a su vez garantiza la supervivencia del negocio a largo plazo (Cuevas, Maldonado, & Escobar, 2013). Amaeshi, Ogbechie, Idemudia, & Anakwue (2016) confirman que las empresas con buenas actividades de RSE orientadas al mercado disfrutan de una mayor lealtad de los clientes, lo que a su vez influye en su competitividad. Por lo tanto, una empresa se considera competitiva si puede producir productos o servicios de calidad superior o a un costo menor que sus competidores.

Actividades de RSE orientadas al medio ambiente

En este estudio, el factor de actividades de RSE orientadas al medio ambiente se refiere a las medidas que una empresa puede tomar para minimizar su impacto negativo en el entorno

natural, como el uso ecológico y económico de los recursos naturales. Por ejemplo, utilizando envases ecológicos, reciclaje, reducción de residuos, energía y conservación del agua, y control de la contaminación (Arce & Rojas, 2017). Según la Comisión Europea, las actividades de RSE más importantes orientadas al medio ambiente se refieren al consumo de materiales y energía, y al manejo de la contaminación y los desechos de la manera más respetuosa con el medio ambiente (Cuevas, Maldonado, & Escobar, 2013).

Las PYMES danesas revelaron que las actividades de RSE orientadas al medio ambiente tuvieron un impacto positivo en su reputación comercial, lo que a su vez influyó en su competitividad (Jamali & Mirshak, 2007). Una encuesta de gerentes locales de PYMES en Sudáfrica reveló una relación positiva entre la adopción de actividades de RSE orientadas al medio ambiente y el aumento de la competitividad en términos de rentabilidad. Los clientes consideran que es conveniente asociarse con empresas y productos que sean ecológicos (Arce & Rojas, 2017). Por lo tanto, las empresas que son administradores ambientales pueden ganar muchos clientes satisfechos y leales (Santoso & Feliana, 2014). Esto a su vez puede influir en el rendimiento del negocio.

Barreras generales para la participación de las PYMES en actividades de RSE

Según Porter y Kramer (2006), las PYMES carecen de estrategias empresariales específicas, recursos financieros y habilidades para participar en actividades de RSE. Aunque algunas PYMES querrían centrarse en ciertos problemas sociales y buscar la participación como parte de sus políticas de RSE, sus esfuerzos apenas son notorias. Del mismo modo, muchas PYMES implementan actividades de RSE, pero no están formalmente reconocidas como actividades de RSE (Colombianas, Cámaras de Comercio por la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes, 2008).

El primer desafío es las limitaciones financieras. La falta de capital o de recursos financieros es una barrera importante para las PYMES y los empresarios que generalmente tienen que movilizar su propio capital o sus propios recursos para establecer o expandir sus negocios (Santoso & Feliana, 2014). Además, de acuerdo a Santoso & Feliana (2014), las PYMES de los países en desarrollo tienen dificultades para acceder a préstamos bancarios como consecuencia del alto riesgo de préstamos fallidos, la baja rentabilidad y la falta de garantías requeridas por los bancos.

Para muchas PYMES de países de la región, el acceso al financiamiento y al capital parece ser difícil. Esto se debe a la debilidad de las instituciones bancarias, la falta de mercado de capitales y un marco legal ineficaz en relación con la evaluación de los créditos y las garantías (Turyakira & Venter, 2014). De esta manera, la financiación de las PYMES y el acceso a la financiación desempeñan un papel crucial en el proceso de crecimiento y desarrollo de las mismas. Según González (2005), existe un vínculo positivo entre el tamaño de una empresa y su compromiso con la RSE. Se dice que las grandes empresas tienen la capacidad de absorber los costos fijos y un mayor acceso a los recursos. Como tal, una fuerza de trabajo más grande podría hacer que ciertos factores sean más probables.

Por otro lado, las PYMES generalmente no son muy competitivas en términos de conocimiento del mercado, innovación, inversión, operaciones comerciales y buena administración, que son factores importantes para mejorar la calidad (Ekosnegocios, 2016). Los países en vías de desarrollo compiten con otros países como resultado de la globalización y el aumento del comercio. Sin embargo, las barreras y otras restricciones generalmente favorecen a estos países (PYMES, 2017).

También, la competencia está aumentando en las compañías internacionales como resultado de los acuerdos de Libre Comercio. Es más, el Banco Mundial realizó una encuesta de las PYMES en los países en vías de desarrollo. De acuerdo con los resultados de la investigación, la competencia representa un riesgo para la supervivencia de las empresas individuales (Colombianas, Cámaras de Comercio por la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes, 2008). Si bien la competencia representa un alto riesgo, es quien empuja a las empresas hacia una mayor productividad lo que en realidad resulta en su crecimiento y desarrollo.

Las PYMES están limitadas por la negociación para participar en actividades de RSE. De acuerdo con González (2005), las limitaciones de tiempo y la falta de oportunidades percibidas son las dos principales barreras. Sin embargo, algunos gerentes pueden involucrarse en aspectos comunitarios y, por lo tanto, el tiempo puede no ser una barrera importante. No obstante, éste afirma que la falta de tiempo sigue siendo un desafío, debido a que tales actividades reducen aún más su holgura discrecional. Además, en la mente de la mayoría de los gerentes de PYMES, las actividades de RSE todavía se perciben como costos que resultan en desventajas competitivas. Esto está muy relacionado con Martínez (2016), quien identificó las principales barreras que enfrentan las PYMES para participar en actividades de RSE como la falta de tiempo, conocimiento y habilidades, así como dinero y recursos.

También, otros factores incluyen: cultura organizacional, dificultades para involucrar a los empleados, falta de medición y cuantificación de los beneficios de CSR, dificultades para hacer conexiones con la comunidad, y los desafíos de mantener el impulso de tales actividades (Szczanowicz & Saniuk, 2016). Del mismo modo, la falta de responsabilidad y la escasa disponibilidad de información de las organizaciones empresariales restringen la participación de las PYMES en actividades de RSE.

Metodología

Este trabajo de investigación se elaboró bajo un enfoque cuantitativo ya que se empleó la encuesta como herramienta principal de investigación. Para ello, la muestra del estudio fue 52 PYMES de la industria manufacturera pertenecientes a la provincia del Guayas. Por tal razón, a través de la fórmula de muestreo, se determinó una muestra de 41 PYMES. La lista de empresas MIPYMES activas del Guayas se extrajo de la página de la Superintendencia de Compañías (2017).

La fórmula que se mencionó anteriormente se la describe a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot Npq}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Tabla #1: Tamaño de la muestra

Proporción	0,5
Error Muestral	7%
Nivel de Confianza	95%
Nivel de Significancia	5%
Z	1.96
N	52
Tamaño muestra	41

Elaborado por: El Autor

En este artículo se estableció un nivel de significancia del 5% con un error muestral de 7%, en cual se obtuvo como tamaño de la muestra es de 41 PYMES. También, se usó el programa Google Drive, y por medio del programa Excel, se tabuló los resultados. La encuesta se efectuó a los directivos de las PYMES, enviadas por correo electrónico a las 41 PYMES y

tuvo como finalidad determinar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el crecimiento de las PYMES de la industria manufacturera del Guayas.

Análisis de Resultados y Discusión

Una vez de haber recopilado los datos de las encuestas, se obtuvo los siguientes resultados: La importancia de la capacitación sobre prácticas de RSE que las PYMES proveen a sus empleados, reflejó que el 70% sí ofrece capacitaciones a su grupo de trabajo, mientras que el 30% no, ya sea por falta de tiempo, recursos, o interés en el tema. Esto también se debe a que una parte de encuestados carece de las capacitaciones sobre RSE requeridas para identificar los factores que conducen de manera colectiva a una mayor competitividad de las PYMES en el largo plazo en términos de mayor volumen de ventas, tasa de crecimiento, participación de mercado.

Es necesario que cada PYME involucre más capacitaciones sobre prácticas de RSE a su personal ya que al largo plazo, éstas contribuirán al incremento de sus rentabilidades económicas. De hecho, “si se amplía la formación de RSE los resultados de los programas y acciones serán más eficientes y exitosos porque más personas colaborarán y entenderán que todos se benefician con estas políticas internas o externas” (Expoknews, 2012).

Tabla #2: Capacitación sobre RSE a los empleados

Respuesta	Frecuencia	%
Sí	29	70%
No	12	30%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

No obstante, es relevante conocer con qué frecuencia al año los gerentes ofrecen dichas capacitaciones a sus empleados. El 70% de PYMES sí capacitan a sus trabajadores, con una frecuencia de 4 veces en promedio al año. A pesar de que las capacitaciones requieren de tiempo y recurren en costos adicionales, contar con una fuerza de trabajo capacitada constantemente permite que sus trabajadores estén aprendiendo nuevas habilidades que puedan mejorar la producción, reducir el tiempo dedicado a la creación de su producto, reducir costos de producción, disminuir errores, generar confianza en su fuerza laboral, crear un mejor ambiente de trabajo, campañas sobre el control ambiental, mejor manejo de recursos, entre otros.

Tabla #3: Frecuencia con que se realizan dichas capacitaciones

Respuesta	Frecuencia	%
1 vez al año	5	12%
3 veces al año	24	59%
6 veces al año	10	24%
12 veces al año	2	5%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

Así mismo, es considerable conocer la importancia que los empleados le dan a las prácticas de RSE, por medio de su participación de las mismas en la empresa. El 73% de empleados, considerados en este estudio, participa de manera regular en la implementación de dichas prácticas. Esto se debe a que se espera que los empleados tengan opiniones sobre las actividades de RSE de su organización que pueden afectar su nivel de participación y desenvolvimiento.

Las percepciones de los empleados sobre las actividades de RSE de una organización juegan un papel vital en la generación de actitudes hacia la organización. Desde la perspectiva del empleado, RSE influye en las actitudes y los comportamientos de los mismos. Asimismo, es necesario que los empleados de las PYMES tengan el mayor conocimiento de las prácticas de RSE a fin de que contribuyan con nuevas ideas en los procesos y en los servicios. Lamentablemente, muchos trabajadores carecen de conocimientos claros que involucran dichas prácticas, limitando la oportunidad de crecimiento de las mismas. Es más, la comunicación de estos temas con los trabajadores funciona como “una estrategia que aportará beneficios altos en el desenvolvimiento de los empleados, lo que permite un incremento en las actividades propias de la empresa y su avance y crecimiento en el mercado” (Álvarez, Besada, & Coicaud, 2015).

Existen diferentes formas de recompensar a los empleados, y una de ellas es construir con una cultura empresarial que no sólo reconozca el buen trabajo y el comportamiento con buenos beneficios, sino que también proporcione un entorno donde las personas puedan ser escuchadas. Además, hacerlos sentir que tienen un propósito y les da la oportunidad de crecer en su carrera y a un nivel personal. Este impacto tiene que ver con la motivación, las recompensas y los incentivos que ayudan a impulsar la competitividad y productividad (López, 2017). Para ello, es necesario tener un capital destinado por parte de las PYMES para incentivar cada vez más a los empleados en todos los aspectos que involucra las prácticas de RSE. Sin embargo, de acuerdo con la tabla #5, el 71% de las PYMES encuestadas del sector no disponen de dicho capital.

Tabla #4: Participación de sus empleados en la Responsabilidad Social de la Empresa

Respuesta	Frecuencia	%
1 = Muy malo	0	0%
2 = Malo	1	2%
3 = Regular	30	73%
4 = Bueno	7	17%
5 =Muy bueno	3	8%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

Tabla #5: Capital destinado para incentivos a empleados

Respuesta	Frecuencia	%
Sí	13	29%
No	29	71%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

La mayoría de las PYMES encuestadas acordaron que, durante los 3 últimos años, su crecimiento ha sido regular, no el crecimiento optimista que ellos esperaban. Esto se debe a varios factores, entre ellos principalmente a que su producción fue baja, provocando una disminución en la rentabilidad, debido a la situación económica que está atravesando actualmente el Ecuador. Así, “la desaceleración observada en la economía durante el segundo semestre de 2015 ya afectó los resultados de estas compañías, en especial de las pequeñas, que en varios sectores presentan una tasa de variación negativa frente a 2014” (Ekosnegocios, 2016). El impacto negativo recae en las PYMES en su mayoría debido a que éstas carecen de capital o liquidez para mantenerse durante los altos y bajos que atraviesa el mercado.

Pese a las dificultades económicas que ha presentado el país en los últimos años, el nivel de crecimiento de las PYMES de este sector no ha sido tan bajo. El 54% de PYMES acordaron un crecimiento medio en los últimos 3 años, este crecimiento es gracias a la capacidad de adaptación a los distintos escenarios, ya que, al tener pequeñas estructuras, se les facilita ajustarse a los requisitos del mercado y a las necesidades de los clientes.

Tabla #6: Nivel de crecimiento de la empresa en los tres últimos años

Respuesta	Frecuencia	%
Alto	5	12%
Medio	22	54%
Bajo	14	34%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

Para efectos del estudio, se identificó cinco factores que afectan al desarrollo y crecimiento de las PYMES pertenecientes a la industria manufacturera del Guayas. Dicho esto, el 37% de los encuestados afirma que la limitada capacidad para innovar es la principal barrera para las empresas debido a la falta de acceso a la tecnología.

Desafortunadamente, el acceso de las PYMES al capital para financiar su crecimiento y expansión es muy limitado. De hecho, “los bancos comerciales y las instituciones financieras suelen considerar que prestar servicio a las PYMES es riesgoso y costoso, razón por la cual, no ven satisfechas sus necesidades de servicios financieros básicos” (Corporación Financiera Internacional, 2009). También, el uso limitado de las TICs y la baja participación en el mercado acordaron un 7% y 5% respectivamente.

Tabla #7: Factores que afectan al desarrollo y crecimiento de las PYMES pertenecientes a la industria del estudio

Respuesta	Frecuencia	%
Limitada capacidad para innovar	15	37%
Uso limitado de las TICS	3	7%
Problemas en la compra y venta de sus productos y en la obtención de insumos.	12	29%
Baja participación en el mercado	2	5%
Falta de financiamiento	9	22%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas

Elaborado por: El Autor

Así mismo el 88% de PYMES presentan información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad. El 59% de las empresas participantes casi siempre cumplen con las normas y leyes de RSE. La mayoría de los encuestados consideran importante exponer los riesgos y beneficios de sus productos a sus clientes y comunidad ya que las relaciones que cultive con su base de clientes determinarán el nivel de éxito de su empresa. Por consiguiente, cuanto más conocimiento y relación tengan las PYMES con sus clientes, éstas podrán proporcionarles con mayor facilidad el tipo de experiencia que les genere resultados positivos.

Además, con el fin de que las empresas vayan creciendo y expandiendo sus operaciones, es relevante que las PYMES se adapten de manera rápida a los constantes cambios en las necesidades y preferencias de los clientes. Esto puede involucrar cambios en la innovación, tecnología, procesos, manos de obra, entre otros. Por tal razón, es primordial que aquel 12% de PYMES que no consideran importante cumplir con aquellas exigencias (tabla #9), revalúen todos los beneficios que conlleva cumplir y satisfacer a los clientes al cien por ciento.

Todo esto también está directamente relacionado con la frecuencia de que casi siempre éstas cumplen con las normas y leyes de RSE. Según Yance, Solís, Burgos & Hermida (2017) “en el siglo XX, se avanzó hacia la satisfacción de los requerimientos de los clientes, la adaptación para el uso y para el costo, que implica incluir el aspecto económico, como consideración adicional a los elementos anteriormente mencionados”.

Tabla #8: Información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad

Respuesta	Frecuencia	%
Sí	36	88%
No	5	12%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

Tabla #9: Cumplimiento de las normas y leyes de Responsabilidad Social Empresarial

Respuesta	Frecuencia	%
Sí cumple	5	12%
Casi siempre	24	59%
Algunas veces	10	24%
No cumple	2	5%
Total	41	100%

Fuente: PYMES de la ciudad de Guayaquil pertenecientes al sector manufacturero de la provincia del Guayas
Elaborado por: El Autor

Conclusiones y Recomendaciones

Dado que las PYMES operan dentro de las comunidades locales y son más testigos de los problemas de la comunidad y el medio ambiente que sus competidores más grandes, pueden diseñar estrategias de RSE adecuadas para abordar dichas preocupaciones. Es más, éstas pueden aprovechar las oportunidades presentadas por RSE y maximizar los beneficios comerciales (González, 2005). De esta manera, pueden participar en actividades relacionadas con la comunidad, como deportes, salud y educación, y otras donaciones filantrópicas. Por lo tanto, el cumplimiento de tales obligaciones vincula de una mejor forma el negocio a la comunidad.

Además, es importante tener en cuenta que los empleados son los principales interesados en la participación de las PYMES en la RSE. Las PYMES necesitan involucrarse en iniciativas relacionadas con los mismos, como promoción de su salud y seguridad, educación compensatoria para trabajadores desfavorecidos, capacitación y desarrollo, pago de recompensas, y mejora del entorno laboral emocional y físico. Una empresa con buenas relaciones con los empleados puede reducir la tasa de rotación y mejorar la motivación de los mismos. Además, sobre la base de las experiencias de las grandes empresas, como Google, las buenas relaciones con los empleados pueden ser importantes para atraer nuevo personal (Turyakira & Venter, 2014).

Las PYMES también pueden participar en actividades de RSE orientadas al medio ambiente específicas y de bajo costo, como la producción de productos respetuosos con el medioambiente, iniciativas de concienciación ambiental para empleados sobre uso eficiente de energía y recursos, y reducción de desechos y gestión de la contaminación. Con relación a esto, las PYMES pueden alentar a sus proveedores a participar en proyectos que involucren desarrollos sociales y ambientales. Estos pueden incluir el patrocinio de eventos locales y el empleo de personas de las comunidades locales.

También, las PYMES participan cada vez más en alianzas estratégicas para lograr el crecimiento del mercado y obtener acceso a nuevos. Por lo tanto, se puede alentar a las PYMES a unirse y perseguir metas acordadas, sin dejar de ser independientes. Esencialmente, involucrarse en actividades de RSE individualmente puede ser muy costoso para las PYMES, especialmente las de los países en vías de desarrollo. Dado que la mayoría de las PYMES están limitadas financieramente para aumentar su productividad y crecimiento, pueden formar alianzas estratégicas y compartir información, tecnología y costos.

Así mismo, los gerentes de las PYMES necesitan una capacitación adecuada para comprender el concepto de RSE, los beneficios de su participación en la misma y el proceso de integración de las iniciativas en su función comercial. Por lo tanto, los gerentes que dirigen las PYMES y los posibles empresarios deberían estar equipados con la capacitación adecuada. La publicidad en los medios y la asistencia a conferencias y talleres también pueden ayudar a aumentar la conciencia sobre las preocupaciones principales de las iniciativas de RSE.

De manera similar, existe la necesidad de una intervención del gobierno, aunque la RSE sea voluntaria. Esto puede ser útil para proporcionar un campo de juego parejo, y se puede hacer a través de la promulgación de un marco legal apropiado para alentar la RSE a través de incentivos de políticas fiscales para las prácticas de la misma. Los gobiernos también pueden crear incentivos para que las PYMES desarrollen aún más su capacidad para implementar efectivamente dichas prácticas (Colombianas, Cámaras de Comercio por la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes, 2008).

La importancia de las PYMES para la economía de un país indica cuán primordial es contar con políticas gubernamentales que respalden a las PYMES. Éstas incluyen regulaciones que les permitan operar de manera eficiente y regulaciones que reduzcan sus costos

administrativos. Aunque el gobierno ecuatoriano ha impulsado iniciativas para apoyar a las PYMES a fin de mejorar su desarrollo y reducir la pobreza, todavía faltan leyes y procedimientos administrativos genuinos, como el acceso a asistencia de las agencias gubernamentales.

Los resultados y conclusiones extraídos de este estudio deben asumirse teniendo en cuenta ciertas limitaciones. Primero, la evidencia encontrada solo se puede extrapolar al campo de las PYMES, principalmente a las pequeñas empresas; las comparaciones con la investigación centrada en empresas más grandes que operen en Ecuador deben hacerse con precaución. Además, debido a que la estrategia de este tipo de organización está altamente condicionada por la actitud y los valores de los gerentes de las PYMES de esta industria, los resultados pueden diferir significativamente.

Otra limitación está relacionada con los encuestados. Aunque la mayoría de la información recopilada para el estudio cuantitativo se obtuvo de encuestas con los responsables de la gestión socialmente responsable, debe observarse que el método de datos se basó en el informe subjetivo de los encuestados sobre las prácticas de CSR de la empresa, las mejoras relacionales y el rendimiento competitivo.

Referencias

- Álvarez, C., Besada, A., & Coicaud, A. (2015). Importancia de la responsabilidad social empresarial en la comunicación interna de una empresa. Comunicar e involucrar. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 1-106.
- Amaeshi, K. k., Ogbachie, C., Idemudia, U., & Anakwue, O. (2016). Corporate Social Responsibility in SMEs: A Shift from Philanthropy to Institutional Works? *Journal Of Business Ethics*, 385-400.
- Arce, J., & Rojas, D. (2017). *Prácticas de RSE orientadas al medio ambiente, implementadas por la empresa del sector azucarero*. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/9845/1/T07514.pdf>
- Aristimuño, M., Velásquez, Y., & Rodríguez, C. (2010). *Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*. Obtenido de http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/EE031_Aristimuno.pdf
- Azada, J., & Rochte, M. (2013). *Workforce for Good*. Obtenido de http://www.workforceforgood.com/4fgDz/WFG_WhitePaper_2013LoRes.pdf
- Colombianas, C. d. (2008). *MANUAL PARA LA CONSULTORÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. BOGOTÁ: CONFECAMARAS.
- Conraud, E., Ojeda, J., & Arredondo, M. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes del Estado de Guanajuato, México. *Recherches En Sciences De Gestion*, 79-100.
- Corporación Financiera Internacional . (2009). *Corporación Financiera Internacional* . Obtenido de http://siteresources.worldbank.org/EXTFINANCIALSECTOR/Resources/282884-1279136526582/FINAL_SPANISH.pdf
- Cuevas, J. J., Maldonado, S., & Escobar, N. (2013). Aproximación a los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC en empresas de América Latina. *Cuadernos De Contabilidad*, 91-131.
- Ekosnegocios. (2016). *Ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8091>
- Expoknews. (Septiembre de 2012). *Expoknews*. Obtenido de <https://www.expoknews.com/los-beneficios-de-incluir-la-rse-en-los-programas-de-capacitacion-corporativa/>
- González, A. (2005). Responsabilidad social empresarial en las PYMES: aproximación a partir de una muestra del área metropolitana de Caracas. *Revista Sobre Relaciones Industriales Y Laborales*, 4133-62.
- Hodinková, M., & Sadovský, Z. (2016). The benefits of corporate social responsibility introduction in small and medium-sized enterprises: a systematic review of the literature. *Business: Theory & Practice*, 345-352.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Business Source Complete*, 243-262.

- López, I. (2017). LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA EN EL SIGLO XXI. *Revista Académica: Facultad De Derecho*, 14(28), 137-171.
- Martinez, J. (2016). La gestión estratégica de la responsabilidad social en las pyme venezolanas. *Universidad & Empresa*, 191-209.
- Mayra, H. (2017). *REPOSITORIO UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25159/1/T3962i.pdf>
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review América Latina*, 1-15.
- PROECUADOR. (2015). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Gu%C3%ADa-Comercial-India-2015.pdf>
- PYMES. (DICIEMBRE de 2017). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR CLAVE DE CRECIMIENTO DE LAS PYMES DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL GUAYAS. (D. CAMPANA, Entrevistador)
- Salazar, A., Soto, R., & Sánchez, R. (2011). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR ALIMENTARIO. *Cuadernos De Administración*, 261-283.
- Santoso, A., & Feliana, Y. (2014). The Association Between Corporate Social Responsibility And Corporate Financial Performance. *Issues In Social & Environmental Accounting*, 82-103.
- SUPERCIAS. (2017). *Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros*. Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/sector_societario.zul
- Szczanowicz, J., & Saniuk, S. (2016). Evaluation and reporting of CSR in SME sector. *Management*, 96-110.
- Turyakira, P., & Venter, E. &. (2014). THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FACTORS ON THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES. *SAJEMS*, 157-172.
- Vergara, M. (2016). *Repositorio UCP*. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/4220/1/DDMAE37.pdf>
- Yance, C., Solís, L., Burgos, I., & Hermida, L. (2017). LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR.