



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTADURÍA**  
**PÚBLICA Y AUDITORÍA-CPA**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE**  
**CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)**  
**INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA: ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**  
**EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA**  
**COMPETITIVA EN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO**

**AUTOR:**

**BRIONES GONZÁLEZ RUDY ALEXANDRA**

**ACOMPañANTE:**

**ING. VÍCTOR MANUEL VITERI MIRANDA**

**Milagro, Noviembre 2018**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo, **BRIONES GONZÁLEZ RUDY ALEXANDRA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL** con la Temática **ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 28 días del mes de noviembre de 2018

*Rudy Briones*

RUDY ALÉXANDRA BRIONES GONZÁLEZ

CI: 0927576967

## **APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

Yo, **VICTOR MANUEL VITERI MIRANDA** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por la estudiante **BRIONES GONZÁLEZ RUDY ALEXANDRA**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO**, que aporta a la Línea de Investigación **INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL** previo a la obtención del Grado **INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-CPA** trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 28 días del mes de noviembre de 2018.



---

**VICTOR MANUEL VITERI MIRANDA**  
**TUTOR**  
C.I.: 0920233475

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Víctor Manuel Viteri Miranda (Presidente)

Xavier Fernando Ortega Haro (Secretario)

María Auxiliadora Campuzano Rodríguez (Integrante)

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-CPA** presentado por la señora **BRIONES GONZÁLEZ RUDY ALEXANDRA**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO**.

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[ 79,67 ]
Defensa oral	[ 19,33 ]
Total	[ 99 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Fecha: Miércoles 28 de noviembre de 2018.

Aprobado

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Víctor Manuel Viteri Miranda	
Secretario /a	Xavier Fernando Ortega Haro	
Integrante	María Auxiliadora Campuzano Rodríguez	

## **DEDICATORIA**

### **A Dios**

Dedico el presente trabajo a Dios, ser supremo que ha guiado mi camino brindándome salud y sabiduría, y sin el cual no podría haber culminado esta etapa de mi vida.

### **A mis Padres y Familia**

A mi madre Martha Isabel González Olvera que ha sido un pilar fundamental en mi vida, por instruirme con amor y paciencia durante mi etapa estudiantil, a corregirme cuando ha sido necesario y brindarme su apoyo incondicional en cualquier circunstancia en la que estuviere.

A mi padre Carlos Luis Briones Huacón que a pesar de la distancia que nos separa, demuestra que no existen motivos para no brindar sus consejos y apoyo cuando lo he necesitado.

A mi esposo Carlos López por su apoyo y comprensión en todo momento, siendo mi amigo y compañero de vida quien ha sabido aconsejarme en los momentos difíciles para seguir adelante.

A mi hija Emma López, que es mi adoración y el motivo que me inspira para seguir adelante.

A mis hermanas María Fernanda y Solange Elizabeth Briones González quienes aun cuando he querido rendirme han sabido brindarme su apoyo incondicional en todo momento.

A mis abuelos y tíos maternos por sus sabios consejos y apoyo.

### **A mis Profesores**

Con sus sabias enseñanzas ayudaron en mi formación como una profesional.

*Rudy Alexandra Briones González*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiarme por el camino correcto, llenarme de sabiduría y paciencia, haberme dado la fe y esperanza que se necesita para emprender el camino de la vida.

A mis padres, por brindarme el apoyo que necesitaba para seguir adelante y cumplir mis metas.

A mis hermanas, por los consejos brindados y los momentos felices que tenemos.

A mi esposo Carlos Aníbal López Plúas quien me ha brindado su apoyo y amor en los buenos y malos momentos, demostrándome que existe el amor verdadero. A mi pequeña hija que es el motor que impulsa mi vida, quien con solo una sonrisa alegra mi existencia y mis ganas de ser una mejor persona, madre y esposa.

A la Universidad Estatal de Milagro, Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales, por brindarnos docentes que dedicaron su tiempo y conocimientos en la formación de esta futura profesional.

A mis compañeras y amigas quienes siempre tuvieron un sentimiento de apoyo y ánimo hacia mí.

A mi tutor Ing. Víctor Manuel Viteri Miranda por la dedicación para la realización de este trabajo de investigación.

***Rudy Alexandra Briones González***

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR .....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL .....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE GENERAL .....	IV
INDICE DE TABLAS .....	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	VIII
INDICE DE FIGURAS .....	IX
RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN .....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACION .....	4
1.1. Descripción del problema .....	4
1.1.1. Formulación del Problema .....	5
1.2. OBJETIVOS .....	5
1.2.1. Objetivo General .....	5
1.2.2. Objetivos Específicos .....	5
1.3. JUSTIFICACION .....	6
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	7
2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....	7
2.1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial .....	7
2.1.2. Evolución de la Responsabilidad Social empresarial .....	8
2.1.3. Puntos clave en la Responsabilidad Social Empresarial .....	8
2.2. DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....	10
2.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FUENTE DE VENTAJAS COMPETITIVAS .....	10
2.3.1 Efectos en el ambiente laboral .....	11
2.3.2. Efecto en el ambiente económico .....	11
2.3.3. Efecto en la reputación de la imagen corporativa .....	11

2.3.4. Efecto en el ambiente legal .....	11
2.4. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador .....	12
2.4.1. ISO 26000 .....	12
2.4.2. Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas .....	12
2.4.3. Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial .....	13
2.5. PYMES: PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS .....	14
2.5.1. Definición de Pyme .....	14
2.5.2 Las Pymes y la Responsabilidad Social Empresarial .....	14
2.6. Definiciones conceptuales .....	15
2.7. Bases legales .....	16
METODOLOGÍA.....	19
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	19
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	19
3.2.1. Delimitación de la población .....	19
3.2.2. Tipo de muestra.....	20
3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	21
3.3.1. Fuentes Primarias .....	21
3.3.2. Fuentes Secundarias .....	21
3.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	21
3.4.1. Métodos Teóricos.....	21
3.4.2. Técnicas de Investigación .....	22
3.5. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .....	22
DESARROLLO DEL TEMA.....	23
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	23
4.2. ANÁLISIS INFERENCIAL .....	75
4.3. PLAN DE ACCIÓN .....	78
CONCLUSIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	82
ANEXOS .....	87

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Distribución de las Pymes según Superintendencia de Compañías .....	16
Tabla 2.- Distribución de las Pymes del Cantón Milagro.....	20
Tabla 3.- Número de empleados registrados en la empresa .....	23
Tabla 4.- Ingresos de la empresa .....	24
Tabla 5.- Contratación de personas en riesgo de exclusión social .....	25
Tabla 6.- Contribución de personas discapacitadas.....	26
Tabla 7.- Calidad de vida de los empleados .....	28
Tabla 8.- Pago de salarios por encima de la media del sector .....	29
Tabla 9.- Salario del empleado está relacionado con sus competencias y rendimientos.....	30
Tabla 10.- Nivel de salud y seguridad laboral .....	31
Tabla 11.- Creación de empleos .....	32
Tabla 12.- formación y desarrollo profesional de empleados .....	34
Tabla 13.- Políticas de flexibilidad laboral.....	35
Tabla 14.- Los empleados participan en las decisiones de gestión de la empresa .....	36
Tabla 15.- Igualdad de oportunidades para todos los empleados .....	37
Tabla 16.- Proyectos sociales destinados a la comunidad .....	39
Tabla 17.- Los empleados participan en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG .....	40
Tabla 18.- Utilizan mecanismos de dialogo con los empleado .....	41
Tabla 19.- Importancia de pensiones para los empleados .....	43
Tabla 20.- Productos y servicios de calidad .....	44
Tabla 21.- Productos y servicios cumplen con estándares nacionales e internacionales de calidad.....	45
Tabla 22.- Niveles de precio en relación con la calidad ofrecida.....	46
Tabla 23.- Garantía de productos y/servicios .....	47
Tabla 24.- Información completa y precisa a los clientes .....	48
Tabla 25.- Respeto a los derechos de los consumidores.....	49
Tabla 26.- Relaciones con los proveedores .....	50
Tabla 27.- Importancia de incorporar compras responsables .....	51
Tabla 28.- Relaciones comerciales con empresas de la región.....	52

Tabla 29.- Procedimientos de gestión de reclamos .....	54
Tabla 30.- Apoyo público a la gestión económica .....	55
Tabla 31.- Minimización del impacto ambiental.....	56
Tabla 32.- Utilización de productos de bajo impacto ambiental .....	57
Tabla 33.- El ahorro de energía permite lograr mayores niveles de eficacia .....	58
Tabla 34.- Introducción de fuentes de energía alternativas .....	59
Tabla 35.- Participación en actividades relacionadas con el medioambiente.....	61
Tabla 36.- Concientización de las empresas en la reducción del impacto ambiental.....	62
Tabla 37.- Criterio a favor de la reducción de gases, residuos y reciclaje de materiales ....	63
Tabla 38.- Utilización, compra o producción de artículos ecológicos .....	65
Tabla 39.- Uso de envases y embalajes reciclables .....	66
Tabla 40.- Contribución de la empresa a la mejora de la calidad de vida.....	67
Tabla 41.- Dimensión económica y la obtención de mayores beneficios .....	69
Tabla 39.- Dimensión económica y la obtención de mayores beneficios .....	69
Tabla 42.- Dimensión medioambiental y la reducción de despilfarro de recursos.....	70
Tabla 43.- La RSE influye en el éxito competitivo de la empresa .....	72
Tabla 44.- La RSE influye positivamente en el desempeño empresarial .....	73
Tabla 45.- Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental * La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial tabulación cruzada.....	75
Tabla 46.- Pruebas de chi-cuadrado .....	76
Tabla 47.- Coeficiente de Correlación de Spearman.....	77
Tabla 48.- Plan de acción dirigido a las Pymes del Cantón Milagro.....	78

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Número de empleados registrados en la empresa .....	23
Gráfico 2.- Ingresos de la empresa .....	24
Gráfico 3.- Contratación de personas en riesgo de exclusión social .....	25
Gráfico 4.- Contribución de personas discapacitadas.....	27
Gráfico 5.- Calidad de vida de los empleados .....	28
Gráfico 6.- Pago de salarios por encima de la media del sector .....	29
Gráfico 7.- Salario del empleado está relacionado con sus competencias y rendimientos .	30
Gráfico 8.- Nivel de salud y seguridad laboral.....	31
Gráfico 9.- Creación de empleos .....	33
Gráfico 10.- Formación y desarrollo profesional de empleados .....	34
Gráfico 11.- Políticas de flexibilidad laboral .....	35
Gráfico 12.- Los empleados participan en las decisiones de gestión de la empresa .....	36
Gráfico 13.- Igualdad de oportunidades para todos los empleados.....	38
Gráfico 14.- Proyectos sociales destinados a la comunidad.....	39
Gráfico 15.- Los empleados participan en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG .....	40
Gráfico 16.- Utilizan mecanismos de dialogo con los empleado .....	42
Gráfico 17.- Importancia de pensiones para los empleados .....	43
Gráfico 18.- Productos y servicios de calidad .....	44
Gráfico 19.- Productos y servicios cumplen con estándares nacionales e internacionales de calidad.....	45
Gráfico 20.- Niveles de precio en relación con la calidad ofrecida.....	46
Gráfico 21.- Garantía de productos y/servicios .....	47
Gráfico 22.- Información completa y precisa a los clientes .....	48
Gráfico 23.- Respeto a los derechos de los consumidores .....	49
Gráfico 24.- Relaciones con los proveedores .....	50
Gráfico 25.- Importancia de incorporar compras responsables.....	51
Gráfico 26.- Relaciones comerciales con empresas de la región .....	53
Gráfico 27.- Procedimientos de gestión de reclamos .....	54
Gráfico 28.- Apoyo público a la gestión económica .....	55
Gráfico 29.- Minimización del impacto ambiental.....	56
Gráfico 30.- Utilización de productos de bajo impacto ambiental .....	57

Gráfico 31.- El ahorro de energía permite lograr mayores niveles de eficacia .....	58
Gráfico 32.- Introducción de fuentes de energía alternativas .....	60
Gráfico 33.- Participación en actividades relacionadas con el medioambiente .....	61
Gráfico 34.- Concientización de las empresas en la reducción del impacto ambiental.....	62
Gráfico 35.- Criterio a favor de la reducción de gases, residuos y reciclaje de materiales .	64
Gráfico 36.- Utilización, compra o producción de artículos ecológicos .....	65
Gráfico 37.- Uso de envases y embalajes reciclables .....	66
Gráfico 38.- Dimensión económica y su contribución en la empresa a la mejora de la calidad de vida .....	68
Gráfico 39.- Dimensión económica y la obtención de mayores beneficios .....	69
Gráfico 40.- Dimensión medioambiental y la reducción de despilfarro de recursos .....	71
Gráfico 41.- La RSE influye en el éxito competitivo de la empresa .....	72
Gráfico 42.- La RSE influye positivamente en el desempeño empresarial .....	73
Gráfico 43.- Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental * La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial tabulación cruzada.....	76

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.....	13
--	----

# **Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia generadora de ventajas competitivas en las Pymes del Cantón Milagro**

## **RESUMEN**

El presente trabajo describe a la Responsabilidad Social como acciones o prácticas que pueden adoptar las empresas a fin de gestionar sus actividades y operaciones en los ámbitos donde puedan verse afectada la sociedad y medioambiente.

En la actualidad cada vez son más las empresas que asumen prácticas de RSE, debido a que estamos en un mundo globalizado que exige cambios constantemente. La adopción de prácticas socialmente responsables permite a las Pymes poseer ventajas competitivas que les permite diferenciarse de las demás empresas. Varios autores citan a la RSE como un medio para mejorar la imagen corporativa de la empresa a través de la implementación de prácticas y establecimiento de políticas que abarquen las tres dimensiones de RSE, que a su vez son analizadas mediante indicadores ETHOS, la norma ISO 26000, los principios que propone el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la normativa legal establecida en cada país.

La problemática que se plantea es la siguiente: ¿De qué manera incide la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la generación de ventajas competitivas en las Pymes del Cantón Milagro? Para responder la interrogante se realizó un estudio en el cual se consideran cinco capítulos. En el primer capítulo se explica la problemática, justificación y objetivos, el segundo capítulo contiene el desarrollo teórico-conceptual de la investigación, en el tercer capítulo se establecen los métodos y técnicas utilizados en la investigación dando lugar a un cuarto capítulo en el que se analizan los resultados obtenidos del levantamiento de información obtenida a través de la aplicación de la encuesta a las Pymes del Cantón Milagro, por último en el capítulo cinco se establecen las conclusiones.

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, Ventajas Competitivas

# **Study of Corporate Social Responsibility as a strategy to generate competitive advantages in the SMEs of Milagro Canton**

## **ABSTRACT**

This work describes Corporate Social Responsibility as actions or practices that companies can adopt in order to manage their activities and operations in areas where society and the environment may be affected.

Currently, there are more and more companies that assume CSR practices, because we are in a globalized world that constantly demands changes. The adoption of socially responsible practices allows SMEs to have competitive advantages that allow them to differentiate themselves from other companies. Several authors cite CSR as a means to improve the corporate image of the company through the implementation of practices and establishment of policies that encompass the three dimensions of CSR, which in turn are analyzed by ETHOS indicators, the ISO 26000 standard, the principles proposed by the United Nations Global Compact and the legal regulations established in each country.

The problem that arises is the following: In what way does the implementation of Corporate Social Responsibility practices affect the generation of competitive advantages in the SMEs of Milagro Canton? To answer the question, a study was carried out in which five chapters are considered.

In the first chapter the problem, justification and objectives are explained, the second chapter contains the theoretical-conceptual development of the research, in the third chapter the methods and techniques used in the investigation are established, giving rise to a fourth chapter in which analyze the results obtained from the collection of information obtained through the application of the survey to the SMEs of Milagro Canton, finally in chapter five the conclusions are established.

**KEY WORDS:** Corporate Social Responsibility, SMEs, Competitive Advantages

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad realizar un estudio sobre la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del Cantón Milagro, para determinar cómo este modelo permite a las Pymes alcanzar una mayor ventaja competitiva en el mercado en el que laboran. Combinando así la ética de los empresarios, con la sociedad y con el entorno con el cual están relacionados.

(Puerto & Aguilera , 2012) Mencionan que “La Responsabilidad Social Empresarial actúa como medio flexible a través del cual se construyen relaciones de beneficio recíproco entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio”. Mientras que (Arcas & Briones, 2009) manifiestan que “La sociedad exige cada vez más a las empresas compromisos sociales y medioambientales que superan el ámbito estrictamente económico y que se encuentren dirigidas a satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés, máxime cuando las mismas pueden explicar, en buena medida, el logro de ventajas competitivas”.

(Sotelo, 2017) Menciona que “Las ventajas competitivas son las características que hacen diferente e identifican a las empresas y organizaciones de las demás”.

La investigación es documental, debido a que la información es obtenida de revistas, artículos científicos, repositorios institucionales, además se utilizó técnicas de estudio para el análisis e interpretación de la información obtenida a través de la encuesta aplicada a las Pymes del Cantón Milagro.

# CAPITULO 1

## PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 1.1. Descripción del problema

Las prácticas de responsabilidad social no son nuevas, en los últimos años ha surgido en el ámbito mundial un marcado interés por parte de las grandes corporaciones en adoptar prácticas de RSE, esto se debe a que han entendido que ser socialmente responsable puede ser un factor de diferenciación de la competencia y convertirse en un elemento de competitividad (Reinosa, 2013).

Una dimensión de Responsabilidad social que se ha visto afectada es la social, puesto que en ocasiones los empresarios en miras de obtener mayores beneficios lucrativos trasgreden los derechos humanos de los trabajadores en circunstancias como pago de salarios inferior al establecido en la Ley, horas extras no remuneradas y explotación laboral.

Un problema que se presenta en Ecuador es el crecimiento industrial excedido, siendo negativo el que las empresas productoras contaminen el medioambiente con la emisión de gases y el desecho de materiales contaminantes a ríos y arroyos cercanos al lugar donde realizan sus operaciones.

Un ejemplo palpable en el Cantón Milagro, es la Compañía Azucarera Valdez, quien por años ha sido una de las empresas que mayor contaminación produce en lo referente a la emisión de gases, perjudicando al medioambiente y a la sociedad en general.

Por otra parte, existen otros problemas o limitantes a los que se enfrentan las empresas al querer adoptar prácticas de RSE que le permitan ser responsables socialmente (Gallardo Vazquez & Sánchez Hernández, 2013).

Cuando se adopta acciones de responsabilidad social se espera mejorar u optimizar procesos por lo que es necesario que se realicen mejoras o cambios de procesos, por lo que algunas empresas que no son partícipe de los cambios crean limitaciones en cuanto al desarrollo y adaptabilidad en el entorno, siendo perjudicial dado que en este mundo globalizado solo perduran aquellas empresas que están dispuestas a enfrentarse y adaptarse a lo que exige el entorno.

Los costos de implementar la RSE, también constituye un problema para las Pymes, debido a que en su mayoría las empresas no cuentan con los recursos económicos suficientes para invertir e implementar en su estrategia empresarial acciones de responsabilidad social.

El desconocimiento o poca comprensión sobre lo que significa implementar acciones de RSE puede tornarse un problema ya que no enmarca completamente en sus acciones aspectos sociales, económicos y medioambientales.

### **1.1.1. Formulación del Problema**

¿De qué manera incide la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la generación de ventajas competitivas en las Pymes del Cantón Milagro?

#### **1.1.1.1 Sistematización del problema**

- ¿De qué manera la implementación de prácticas de Responsabilidad Social ayuda en la generación de ventajas competitivas en las Pymes del Cantón Milagro?
- ¿Qué tipos de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial utilizan las Pymes del Cantón Milagro?

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

- Analizar a través de una investigación de campo la Responsabilidad Social empresarial para determinar las estrategias competitivas que se generan en las Pymes del Cantón Milagro.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las ventajas competitivas que adquieren las Pymes al implementar herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Identificar el tipo de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que utilizan las Pymes del Cantón Milagro.
- Elaborar un plan de acción de RSE dirigido a las Pymes del Cantón Milagro.

### **1.3. JUSTIFICACION**

La presente investigación está enfocada en el estudio de la responsabilidad social empresarial y su aplicación dentro de las estrategias corporativas de las Pymes del cantón Milagro, siendo ésta de mucha importancia debido a que permite puntualizar las ventajas de su implementación, así como conocer los beneficios que conlleva tanto a nivel social como económico.

Las pequeñas y medianas empresas al contar con prácticas de responsabilidad social les permite ser mucho más competitivas en el mercado nacional y les impulsa a mejorar para llegar a mercados internacionales, puesto que al convertirse en buenos ciudadanos corporativos lleva a la construcción de ventajas competitivas y valor agregado en su cadena productiva. Es así que el sector agroindustrial encuentra en la implementación de la responsabilidad social una oportunidad de crecimiento, mejora y expansión (Pesántez , 2013).

La información recolectada sobre la implementación de la RSE permitirá a los actuales y nuevos empresarios tener conocimiento sobre los beneficios que éste genera, pues se podrá visualizar los distintos enfoques que tienen las Pymes sobre la RSE y como están llevando a cabo acciones que contribuyan a ser empresas socialmente responsables con su entorno permitiendo generar ventajas competitivas y así crear mejores condiciones para la sostenibilidad y rentabilidad de las mismas.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

##### **2.1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial**

Se entiende por responsabilidad de la empresa con la sociedad por la manera de hacer negocios tomando en consideración las consecuencias sociales, ambientales y económicas que conlleva la gestión empresarial, integrando en esta la ética, respeto por los empleados, sociedad y medio ambiente (Correa M. E., 2004, pág. 15).

En los últimos años, la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un tema muy reconocido por las empresas, buscando cada vez más implementar acciones y herramientas más allá del cumplimiento de la ley, para tomar en cuenta cuestiones como la disminución de riesgos, agregar valor a los productos/servicios e innovación.

Según (Correa J. , 2007, pág. 94) el concepto de responsabilidad social abarca diferentes áreas que se han venido desarrollando de acuerdo a las demandas sociales, laborales y de medio ambiente, surgiendo de esta manera definiciones que indican que la empresa debe integrarse voluntariamente en los procesos comerciales que afectan a la sociedad y el medioambiente, siendo de esta manera beneficiosa no solo para colectividad sino para la empresa como una estrategia a largo plazo. Sin embargo, ser socialmente responsable no es solamente cumplir con las legislaciones, sino más bien invertir en el capital humano, el entorno laboral y las relaciones internas y externas de la empresa.

Actualmente, la responsabilidad social ha sido incorporada, en su mayoría en empresas grandes, siendo esta importante en todo tipo de empresa y en cualquier ámbito económico, incluyendo desde las pymes hasta las empresas multinacionales. Si bien, la implementación de RSE en las pymes ha ido en aumento, es importante que asuman este rol, debido a que son las pequeñas y medianas empresas las que contribuyen al desarrollo económico y generación de fuentes de empleo; a través de su colaboración en el entorno local, se podría generar un mayor impacto en la sociedad y así fomentar el uso de las buenas prácticas de responsabilidad social en estas empresas.

### **2.1.2. Evolución de la Responsabilidad Social empresarial**

En 1970, Milton Friedman afirma que las empresas no tienen otra responsabilidad más que maximizar los beneficios de sus accionistas, dejando de lado la participación de la empresa en acciones sociales o en actividades caritativas debido a que esto sugiere que las empresas incumplan de sus obligaciones con los directivos, por el uso ineficaz de los recursos. Según Friedman, la maximización de la rentabilidad de la empresa es importante y mientras se utilice de forma eficiente los recursos, la sociedad podrá gozar de productos y servicios de calidad a un precio moderado, fuentes de empleo, productividad e inversión (Argandoña, Antonio, 2006).

Años después, se introduce un nuevo concepto de responsabilidad social, el cual abarca aspectos económicos, sociales y éticos, con respecto a cómo el entorno se ve afectado por las acciones de la empresa, extendiéndose de no solamente de implicar a los accionistas, sino involucrar a los clientes internos y externos, proveedores, grupos de interés y sociedad en general. Partiendo de este concepto, la responsabilidad social fomenta un nuevo concepto de riqueza, que no es solamente los recursos tangibles como edificios y terrenos, sino más bien la fidelización de los clientes y marcas que se crea a través de la cadena de valor (Martínez, 2010).

### **2.1.3. Puntos clave en la Responsabilidad Social Empresarial**

Actualmente, las empresas trazan sus objetivos de acuerdo a los valores sociales, por lo que necesariamente si una empresa aspira a ser responsable con la sociedad deberá considerar implementar estrategias que le permitan mejorar sus dimensiones acerca de la RSE teniendo en cuenta los siguientes puntos:

#### **Comportamiento ético en los negocios**

Horacio Martínez, en su libro *Responsabilidad social y ética empresarial* expone que la preocupación por la ética empresarial se origina por la demanda de la sociedad ante las acciones de las empresas que se consideran moralmente incorrectas. La ética empresarial comienza a aparecer debido al nacimiento de grandes empresas, a partir de allí se promueve la reflexión ética sobre las operaciones y gestión corporativa que manejan (Martínez, 2010).

La ética empresarial no va dirigido solamente a un individuo, puesto que la empresa es la que debe estar inmersa en prácticas honestas y transparentes que le permitan mantenerse en el medio a largo plazo. Toda organización es responsable de sus actos y decisiones así como

las personas. Una empresa que posee la capacidad de decisión se ve en la obligación de elegir entre diferentes alternativas, adoptando un juicio basado en razonamientos éticos y asunción de consecuencias por sus actos (González, 2007).

La responsabilidad social nace de la preocupación social que genera el actuar de la empresa, desde esta perspectiva los problemas no son solo individuales, sino de la organización en sí. Esta perspectiva se da desde el supuesto de que las empresas tienen obligaciones con la sociedad, a quien debe rendir cuentas y sobre la cual debe establecer sus políticas.

### **Compromiso con los stakeholders (grupos de interés)**

El concepto de stakeholders se utiliza para describir la relación de la empresa con la sociedad, además de proponer estrategias de acción que sirven de guía para implementar una correcta RSE.

Fernando García en su libro *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica* explica que la actitud de la empresa deba direccionarse de manera que responda a los intereses de la sociedad en los que se halla inmerso su actividad empresarial, de esta manera se considera parte de este concepto a cualquier individuo o grupo, los cuales la empresa necesita para el logro de sus objetivos (García, 2012).

Dado este enfoque, una organización podrá considerarse socialmente responsable, cuando logre un acuerdo con su grupo de interés y para que este acuerdo sea considerado moralmente correcto deberá incluir la participación de toda la sociedad que se vea afectada por la gestión de la empresa, y esta a su vez deberá crear normas y políticas en la que se incluya a los stakeholders como parte de su estrategia empresarial.

### **Compromiso con el medio ambiente**

Para desarrollar una estrategia de responsabilidad social se debe considerar las actividades de la empresa y las consecuencias positivas que genere en la sociedad, dado que la empresa que asume valores éticos busca un desarrollo sostenible y crecimiento económico a través de una estrategia que integre el bienestar social y medioambiental (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

En la actualidad, las empresas buscan el crecimiento económico como una meta fundamental para lograr la sostenibilidad a largo plazo, adoptan en su estrategia empresarial acciones de

responsabilidad social que les permita hacer frente a los cambios económicos y sociales, no solamente por el bien común, si no introducir en su estrategia aspectos sociales, económicos y ambientales.

## **2.2. DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Para analizar la responsabilidad social empresarial existen tres diferentes dimensiones que permiten evaluar interna y externamente el alcance las acciones responsables adoptadas, así como los valores éticos del ser humano y la organización en donde desenvuelve sus operaciones (Cajiga, 2013).

**Dimensión económica:** este aspecto permite la generación de valor agregado en el ambiente interno de la empresa por medio de la equidad y justicia entre sus colaboradores lo que a largo plazo implica el reconocimiento y diferenciación en el mercado generando así la sustentabilidad y desarrollo económico para mantener a la organización en el mercado.

**Dimensión social:** implica la aportación de los directivos y colaboradores en el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo además de realizar acciones que permitan generar mejores condiciones de vida para la sociedad en la que desarrollan sus negocios.

**Dimensión ambiental:** implica la responsabilidad que asumen las empresas por los daños ambientales causados por los procesos o productos y la prevención y tratamiento que le den a dichos problemas.

## **2.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FUENTE DE VENTAJAS COMPETITIVAS**

Es una realidad que el mercado internacional está en constante cambio, esto exige por parte de las empresas asumir nuevos retos para ser responsable socialmente atendiendo a las demandas sociales de manera que aborde una actitud proactiva para percibir las necesidades de la sociedad y acceder así a nuevos parámetros para lograr una ventaja competitiva que forma parte de los beneficios de implementar la responsabilidad social en la gestión estratégica de la empresa (Momborg, 2006).

En consideración a lo manifestado, las empresas buscan una manera de mejorar sus procesos, esforzándose por mostrar a la sociedad la imagen de una empresa responsable y así posicionarse a través de la diferenciación de la competencia, de manera que crea ventajas competitivas, al poner a disposición de los grupos de interés las acciones que llevan a cabo

para crear valor en sus productos o servicios, muy a parte de las características que tengan o de las necesidades que cubran. Como consecuencia la empresa se ve diferenciada en cuanto a marca y preferencia a modo de respuesta de los consumidores quienes contribuyen de alguna forma en el desarrollo de la empresa responsable.

Momberg en su libro “*Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*”, menciona las ventajas y beneficios que obtiene una empresa al implementar acciones de RSE en su estrategia empresarial.

### **2.3.1 Efectos en el ambiente laboral**

Permite a las empresas conocer las situaciones que se dan dentro de la misma, a fin de tomar medidas que le permitan mejorar y optimizar el ambiente y las condiciones laborales, debido a que se tiene en consideración a capital humano de la organización a través de la evaluaciones que le permitan conocer el grado de satisfacción de sus empleados junto con los problemas que se producen (Server Izquierdo & Villalonga Grañana, 2205).

### **2.3.2. Efecto en el ambiente económico**

Tras la incorporación de la RSE, se produce un cambio a nivel económico debido a que se optimiza las operaciones desarrollando un equilibrio entre la producción y las consecuencias sociales y ambientales que se puedan producir. Adoptar este tipo de herramienta implica crear valor a los productos y servicios, el cual a largo plazo se ve reflejado en los intereses económicos de la empresa, de modo que los consumidores se ven atraídos a este tipo de empresas que generan valor y son responsables socialmente (Cancino & Mario, 2008).

### **2.3.3. Efecto en la reputación de la imagen corporativa**

La comunicación a los grupos de interés sobre las estrategias de RSE que implementan las empresas es un factor clave para dar a conocer la imagen corporativa de la misma, debido a que se refleja prácticas de acciones responsables y valores éticos lo que permite un mayor posicionamiento en el mercado y mayor captación y fidelización de clientes (Solís González, 2008)

### **2.3.4. Efecto en el ambiente legal**

La organización que se ve involucrada en acciones de responsabilidad social, comprende la importancia de cumplir con la legislación que regula sus actividades, por lo que no existe una presión por respetar las leyes ya sean normas de trabajo o de medioambiente, sino más

bien a conseguir que sea una forma de actuar diariamente lo que se logra gracias a la transparencia de procesos y rendición de cuentas.

## **2.4. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador**

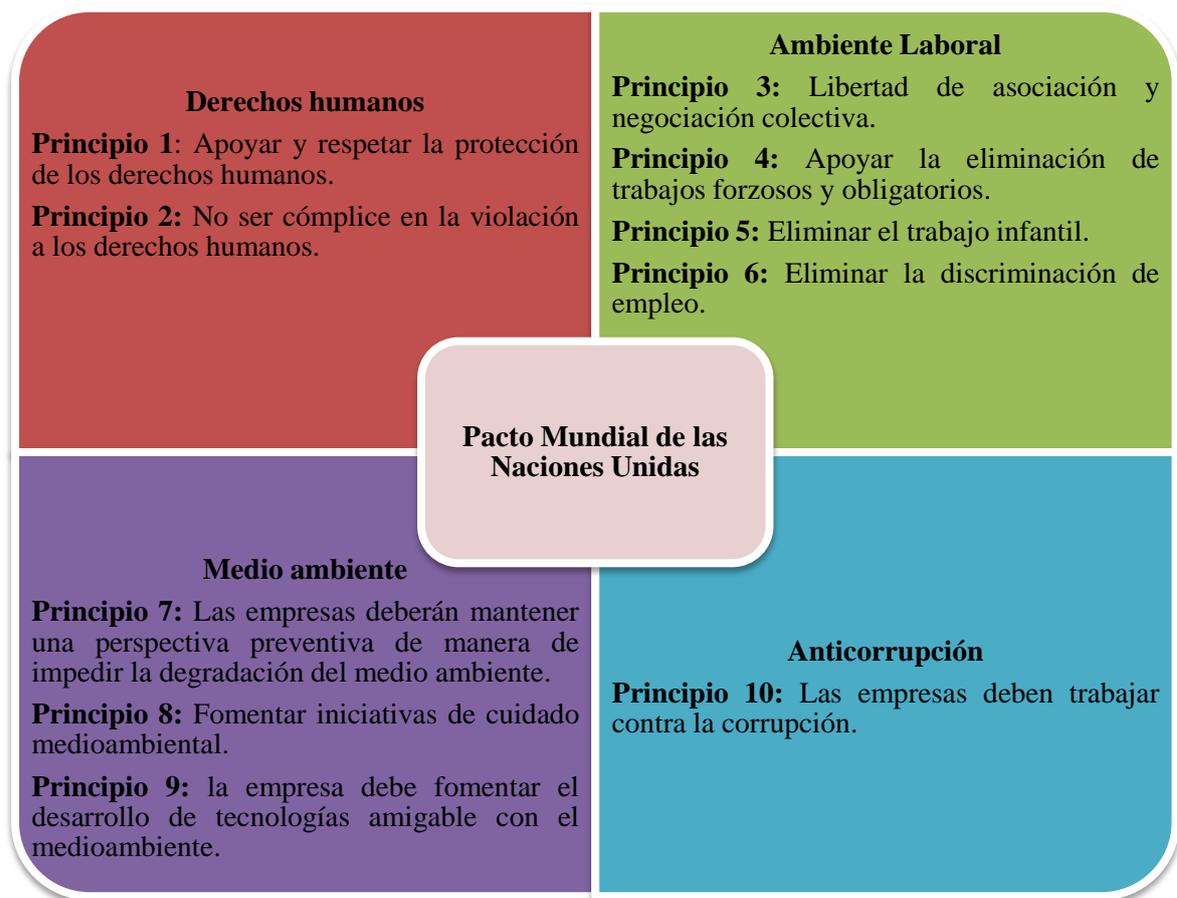
### **2.4.1. ISO 26000**

La Norma Internacional ISO 26000:2010 es una guía en temas de responsabilidad social, puesto que está diseñada para su aplicación en todo tipo de organización ya sea pública o privada debido a las exigencias de la sociedad actual. Esta norma se basa en siete principios (ORSALC, 2010):

- 1. Rendición de cuentas:** la organización es responsable por las acciones que tome y por las consecuencias de las mismas.
- 2. Transparencia:** la organización deberá revelar información sobre las políticas y actividades que incluyan aspectos que afecten a la sociedad y medioambiente.
- 3. Comportamiento ético:** el actuar de la organización deberá basarse en un marco de ética y valores.
- 4. Respeto hacia los grupos de interés:** toda organización deberá respetar y responder a los intereses de los dueños, clientes y grupos de interés quienes se vean afectados por las decisiones de la empresa.
- 5. Principio de legalidad:** la organización deberá dar a conocer las regulaciones y leyes que se efectúen dentro de la misma, para un mayor control y cumplimiento por parte de los miembros.
- 6. Normativa Internacional:** la organización deberá considerar la normativa internacional en lo que respecta a Responsabilidad social.
- 7. Respeto a los derechos humanos:** la declaración de los derechos humanos es de carácter universal así como su reconocimiento y aplicación.

### **2.4.2. Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

El Pacto Mundial es una iniciativa que promueve la implementación de 10 principios basados en aspectos como derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción, a fin de promover el uso de políticas y herramientas que les ayude en la sostenibilidad y desarrollo del negocio (Pacto Mundial, 2015).



**Figura 1: Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

**Fuente:** Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2015)

**Elaboración:** Rudy Briones

### 2.4.3. Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial

Estos indicadores ofrecen a las organizaciones una herramienta que les permite medir el grado de cumplimiento de la responsabilidad social de manera que fomenta la concientización y permite dar seguimiento a los efectos que provocan las prácticas de responsabilidad social en la empresa. ETHOS está compuesto por un cuestionario abarcando siete temas entre ellos: valores, transparencia y gobernanza, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad (2005, pág. 11).

La estructura de los indicadores se basa en tres aspectos: Indicadores de profundidad, binarios y cuantitativos (Instituto ETHOS, 2006).

**Indicadores de Profundidad:** Este indicador permite a la empresa evaluar la gestión actual de la empresa en el ámbito de proveedores, clientes, consumidores y comunidad.

**Indicadores binarios:** estos indicadores constan de preguntas con respuestas de sí o no y cualifica la respuesta escogida en los indicadores de profundidad, permite a la empresa evaluar las prácticas de responsabilidad adoptadas y comprender que otros tipos de acciones responsables deben implementarse a la estrategia empresarial.

**Indicadores cuantitativos:** este tipo de indicadores supone el levantamiento de información que presentan datos cuantitativos.

## **2.5. PYMES: PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

### **2.5.1. Definición de Pyme**

Se entiende por microempresa toda empresa que ocupa hasta diez trabajadores; las pequeñas empresas son aquellas que tienen entre 10 y 100 trabajadores y las medianas, aquellas que cuentan con una plantilla de entre 100 y 250 trabajadores. Salvo que se especifique lo contrario, en el presente informe se entiende por PYME toda empresa que ocupa a menos de 250 trabajadores (OIT, 2015, pág. 2).

La OIT (2016) explica “Las pequeñas medianas empresas desempeñan una función muy importante en la economía internacional, debido a que aportan con la generación de fuentes de empleo y en los ingresos de las economías emergentes (p. 3).

### **2.5.2 Las Pymes y la Responsabilidad Social Empresarial**

En la actualidad, en América Latina se están considerando más iniciativas que promuevan la creación y sustento de pequeñas y medianas empresas, estas iniciativas están direccionadas en un marco de responsabilidad social con el fin de mejorar la gestión empresarial, optimizar los procesos y agregar valor a los productos o servicios.

El cumplimiento de normas laborales y ecológicas se ha convertido así, en un argumento muy poderoso de mercadotecnia, como una forma de acumulación de valor de marca para las empresas en muchos países avanzados: el público no ve con buenos ojos a las empresas que depredan el medio ambiente o violan los derechos humanos de los trabajadores. De esta manera, lo que comenzó como la adopción voluntaria, por parte de algunas empresas, de este tipo de prácticas en un contexto de prosperidad y abundancia, está tendiendo en cierta

medida a convertirse en normas de observancia no discrecional y obligatoria en la mayoría de las economías desarrolladas (Solís, 2008).

Las empresas que se comportan de manera responsable son aquellas que han logrado permanecer más años en el mercado, tal vez porque las estrategias implementadas generan valor, y por ello son preferidas por los consumidores. La RSE tiene la convicción de que el comportamiento responsable genera mayores beneficios que costos, al atraer nuevos clientes, lograr fidelidad con los clientes actuales, generar confianza con los propietarios, hacer más eficientes los procesos, reducir costos, mejorar la calidad de los bienes y servicios, reducir costos operativos y atraer nuevas inversiones (López , Contreras , & Molina , 2011).

En el Ecuador cada vez son más las empresas que van sumándose al reto de ser Sostenibles, donde la Responsabilidad Social es un buen vehículo para abarcar los temas estratégicos de la empresa y de los grupos de interés. El contexto coyuntural mundial invita a que estas buenas prácticas dejen de ser únicamente para las grandes Multinacionales, sino que las PYMES revisen a la sostenibilidad como un pilar estratégico para su crecimiento y rentabilidad (DTTL, 2015).

La aplicación de la responsabilidad Social en las organizaciones, genera en las PYMES del cantón Milagro un mayor orden y competencia en el mercado, por lo que el resultado termina siendo beneficioso para los consumidores, que tendrán un mejor beneficio y la sociedad con mejores empleos (Murillo, Fajardo, Serrano, & Yance, 2015).

## **2.6. Definiciones conceptuales**

### **Responsabilidad social empresarial**

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBSCD) por sus siglas en inglés, define la responsabilidad social empresarial como el compromiso que toman las empresas a través de un marco ético para contribuir al desarrollo económico de la fuerza de trabajo y sus familias así como a la comunidad local y a la sociedad en general” (2002, pág. 3).

Dahlsrud (2008) describe la responsabilidad social empresarial como un conjunto de políticas que implementan las empresas por voluntad propia a fin de contribuir con la sociedad y medio ambiente, además de mantener buenas relaciones con los grupos de interés. (págs. 1-13).

## **Pymes, pequeñas y medianas empresas**

Las pymes son empresas o negocios que aportan a la economía de los países en vía de desarrollo a través de la creación de empleo y bienestar económico, el cual muchas veces es clasificado por el número de trabajadores y el monto bruto de ventas anual (Cardozo, Velazquez, & Rodríguez, 2012) .

De acuerdo a la Superintendencia de compañías se clasifica a las pymes de la siguiente manera:

**Tabla 1.- Distribución de las Pymes según Superintendencia de Compañías**

<b>Variables</b>	<b>Pequeña empresa</b>	<b>Mediana empresa</b>
Número de trabajadores	De 10 - 49	De 50 -199
Valor bruto de ventas anuales	100.001 – 1.000.00	1.000.001 – 5.000.000
Monto de activos	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999

**Fuente:** Superintendencia de Compañías (2010)

**Elaborado por:** Rudy Briones

## **Stakeholders o grupos de interés**

Freeman & McVea definen a los skateholders “como cualquier individuo o grupo de personas quienes puedan afectar o verse afectado por el cumplimiento de objetivos de una organización. Cualquier organización que enfoque su estrategia corporativa en acciones de responsabilidad social debe integrar de manera prioritaria a la comunidad y medio ambiente. (Freeman & McVea).

### **2.7. Bases legales**

Para el cumplimiento de la Responsabilidad Social se debe establecer un cuadro jurídico que dictamine el cumplimiento de prácticas responsables. En Ecuador solamente existe un conjunto de normas que regulan ciertos parámetros de la responsabilidad social como lo es la relación entre la organización y sus colaboradores y el efecto sobre el medioambiente (Lima & López, 2012).

Lima y López en su estudio sobre Responsabilidad Social citan varios artículos de la **Constitución de la República del Ecuador**, entre ellos se menciona:

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay* (2015).

En el Capítulo primero del Régimen de Desarrollo se expresa lo siguiente:

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
4. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
5. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
6. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural (CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2015).

El ámbito de protección ambiental, se encuentra regulado por la **Ley de Gestión Ambiental**, donde todo su cuerpo normativo trata de este tema y resalta la variable de sustentabilidad en las empresas públicas y privadas. El Art. 1 expone lo siguiente:

“La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado

en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia” (LEY DE GESTION AMBIENTAL CODIFICACION, 2004, pág. 1).

El Art. 1 de la **Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario** expresa lo siguiente:

“Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”

(LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, 2011, pág. 3).

## CAPITULO 3

### METODOLOGÍA

#### 3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo. La parte cualitativa corresponde a la revisión bibliográfica establecida en el marco teórico, por otra parte, es cuantitativa debido al uso de técnicas de recolección de información como lo es la encuesta. El tipo de investigación utilizada tiene como alcance los de campo, documental, descriptivos y exploratorios. A continuación se presenta el detalle de cada tipo de investigación,

**Investigación de campo:** Este estudio se basa en la recolección de datos tomados directamente de la población objeto de estudio donde ocurren los hechos(Arias, 1999).

**Investigación documental:** este tipo de investigación está basada en la obtención y análisis de información de datos u observaciones pasadas que pueden ser documentos impresos u otro tipo de documento que redactan procesos, conceptos y relaciones del tema de estudio (Salinas, 2012).

**Investigación descriptiva:** En este tipo de metodología se trata de describir rasgos o características del tema objeto de estudio y su relación con otras partes, naturalezas o clasificación. (Bernal, 2010).

**Investigación exploratoria:** Se encarga de estudiar un tema poco conocido o estudiado del cual no existe mucha información. Este tipo de investigación es muy útil porque al detallar los resultados se obtiene información que sirve de guía para nuevas líneas de investigación (Astete & Muñoz, 2016).

#### 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

##### 3.2.1. Delimitación de la población

La población establecida para realizar la investigación está asociada a las Pymes del Cantón Milagro en el estudio de Responsabilidad Social como estrategia generadora de ventajas competitivas.

**Población de estudio:** Pymes del Cantón Milagro

**Tabla 2.- Distribución de las Pymes del Cantón Milagro**

<b>Tamaño PYMES</b>	<b>Contribuyentes</b>
Pequeñas	150
Medianas	74

**Fuente:** Administración Tributaria del Cantón Milagro, SRI (2018)

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Delimitación Geográfica:** Ecuador, Zona 5, Provincia del Guayas, Cantón Milagro

### 3.2.2. Tipo de muestra

La población seleccionada para la investigación está conformada por 224 Pymes, de las cuales 74 son pequeñas empresas y 50 son medianas empresas. Esta información fue proporcionada por el Servicio de Rentas Internas.

### Calculo de la muestra

**Población:** 224 Pequeñas y medianas empresas del Cantón Milagro.

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

$$n = \frac{224 (0,5 \times 0,5)}{\frac{(224-1) 0,05^2}{(1,95)^2} + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{56}{0,1466 + 0,25}$$

$$n = \frac{56}{0,1491}$$

$$n = 141,19$$

La muestra es de 141 Pequeñas y medianas empresas.

**n:** tamaño de la muestra

**N:** tamaño de población

**p:** posibilidad de que ocurra un evento, p=0.5

**q:** posibilidad de no ocurrencia de un evento, q=0.5

**E:** error, se considera el 5%; E = 0.05

**Z:** nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1.96

### **3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN**

#### **3.3.1. Fuentes Primarias**

Proporciona información de manera directa, debido a que su utilización permite conocer los acontecimientos tal como ocurren en el entorno. Estas fuentes de información son variadas y dependen del tema de investigación. Son fuentes primarias: libros, revistas científicas, documentos oficiales y normas técnicas. También son fuentes primarias, la información que se obtiene a través de técnicas de estudio como lo son entrevistas, cuestionarios y encuestas (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011).

#### **3.3.2. Fuentes Secundarias**

Proporcionan información obtenida de datos estudiados con anterioridad, a través de este se puede estudiar lo que otros autores han escrito. Ejemplo de fuentes secundarias son los informes, artículos científicos, documentos que interpretan otros trabajos (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011).

### **3.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS**

La presente investigación se basa en el empleo de métodos teóricos y empíricos, los cuales se describe a continuación:

#### **3.4.1. Métodos Teóricos**

**Método deductivo:** Se encarga de estudiar aspectos y análisis de situaciones generales que permitan utilizar sus resultados en situaciones particulares (Salinas, 2012).

**Método inductivo:** Se basa en los resultados de observaciones experiencias particulares, para generalizar situaciones y resultados. Este estudio resalta que la naturaleza de estudio bajo las mismas circunstancias y condiciones, obtiene los mismos resultados (Cegarra Sánchez, 2011).

**Método empírico:** Se basa en la observación de los hechos para comprobar o verificar el objeto o fenómeno de estudio (Ander-Egg, 1995).

**Método de Investigación cualitativa:** Este tipo de investigación busca fundamentar y analizar a profundidad el objeto de estudio. Su alcance no es medir, sino cualificar el fenómeno de manera que la recolección de datos no es numérica (Bernal, 2010).

**Método de Investigación cuantitativa:** Mide las características del objeto de estudio, el cual se desprende desde un marco conceptual hasta una serie de razonamientos que

demuestre la relación entre variables mediante el uso de mecanismos estadísticos-numéricos (Bernal, 2010).

#### **3.4.2. Técnicas de Investigación**

**Encuesta:** Es una técnica de obtención de información primaria, compuesta por un conjunto de preguntas que garantiza la obtención de información para luego ser analizada a través de métodos cuantitativos (Grande & Abascal, 2005).

#### **3.5. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Para procesar la información obtenida de la aplicación de la técnica de investigación (encuesta) fue utilizado el Programa SPSS Statistics, lo que permitió analizar estadísticamente la información para luego establecer un análisis explicativo de la situación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del Cantón Milagro.

## CAPÍTULO 4

### DESARROLLO DEL TEMA

#### 4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

##### 1. ¿El número de empleados en su empresa está?

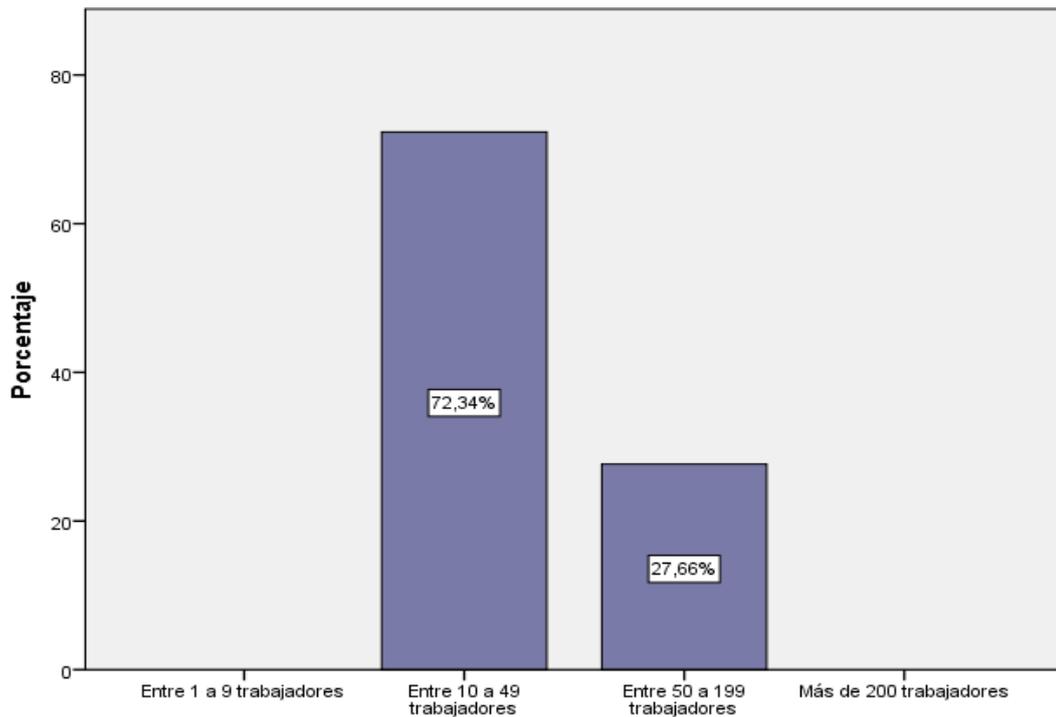
**Tabla 3.- Número de empleados registrados en la empresa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entre 10 a 49 trabajadores	102	72,3	72,3	72,3
Entre 50 a 199 trabajadores	39	27,7	27,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 1.- Número de empleados registrados en la empresa**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

El 72,34% de las Pymes del Cantón Milagro tienen entre 10 a 49 trabajadores, mientras el 27,66% tienen entre 50 a 199 trabajadores.

### Análisis crítico

Los resultados generados de las encuestas respecto al número de trabajadores que registran las nóminas, existe mayor cantidad de Pymes con un menor número de empleados, debido a que su actividad económica no demanda la necesidad de contratar más personal.

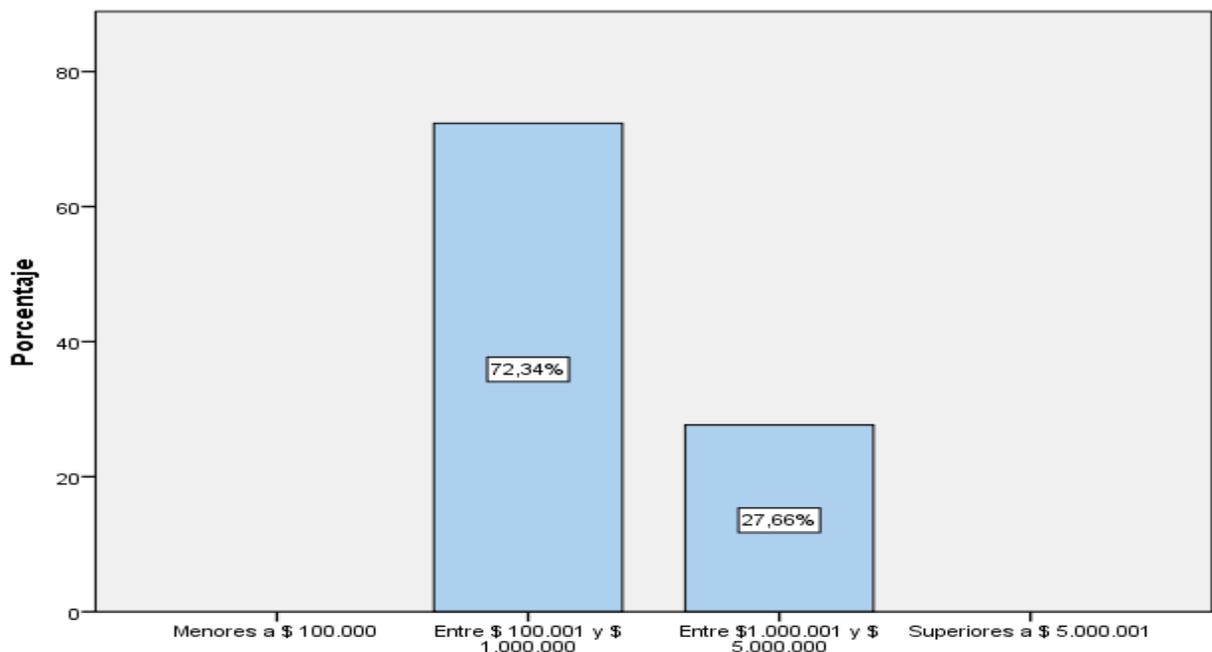
## 2. ¿Cuáles son los ingresos de su empresa?

**Tabla 4.- Ingresos de la empresa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entre \$ 100.001 y \$ 1.000.000	102	72,3	72,3	72,3
Entre \$1.000.001 y \$ 5.000.000	39	27,7	27,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 2.- Ingresos de la empresa**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

El 72,34% de los ingresos de las Pymes en el Cantón Milagro son entre \$100.001 y \$1.000.000, mientras que el 27,66% de ingresos de las Pymes son entre \$1.000.001 y \$5.000.000.

### Análisis crítico

De acuerdo a un 72,34% de las encuestas realizadas a las Pymes en el Cantón Milagro, reflejan que tiene un ingreso económico más bajo, se debe a sus actividades económicas a menor escala.

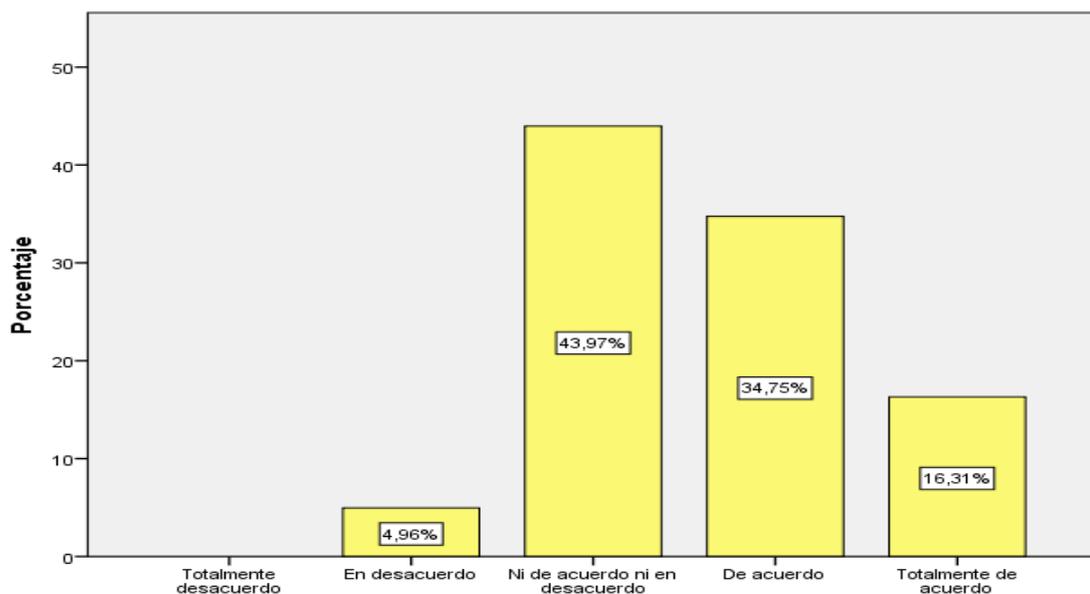
### 3. ¿Estamos a favor de la contratación de personas en riesgo de exclusión social?

**Tabla 5.- Contratación de personas en riesgo de exclusión social**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	7	5,0	5,0	5,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	44,0	44,0	48,9
De acuerdo	49	34,8	34,8	83,7
Totalmente de acuerdo	23	16,3	16,3	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 3.- Contratación de personas en riesgo de exclusión social**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

En los resultados de las encuestas no existen Pymes en el Cantón Milagro en total desacuerdo con respecto a la contratación de personas en riesgo de exclusión social, el 4,96% se encuentran en desacuerdo, el 43,97% manifestaron que no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 34,75% dijeron estar de acuerdo y el 16,31% totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Las Pymes del Cantón Milagro manifiestan que la contratación de personas en riesgo de exclusión contribuye el deseo de impulsar una sociedad igualitaria, justa y sostenible, pero también manifiestan que todavía existe el temor de la contratación del personal con capacidades diferentes para ciertas áreas, donde se pueden considerar su difícil adaptación.

#### **4. ¿Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial?**

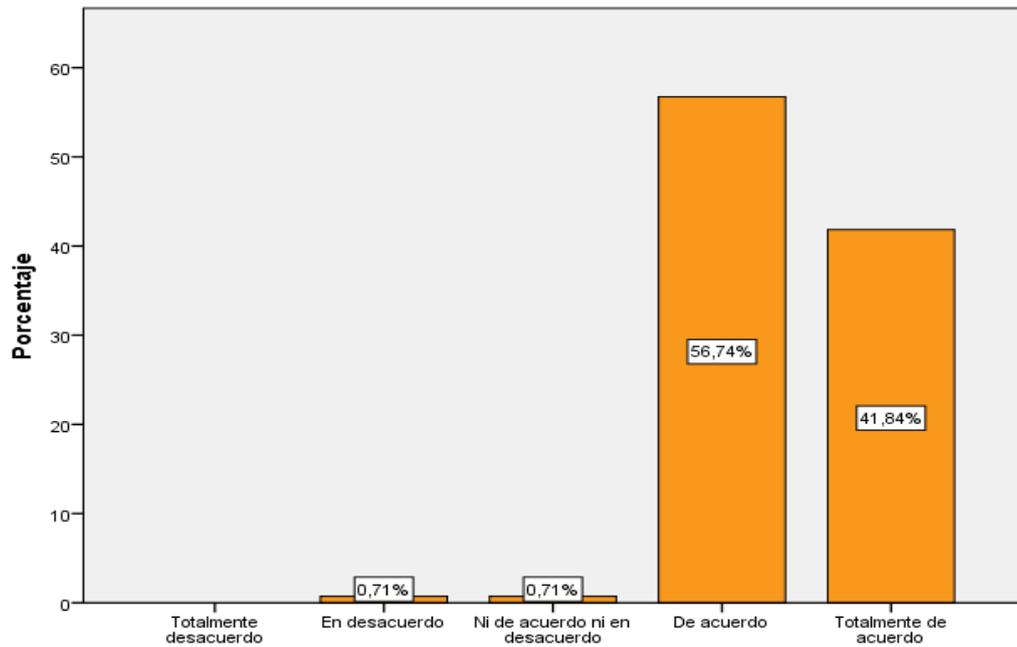
**Tabla 6.- Contribución de personas discapacitadas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	1	0,7	0,7	0,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	0,7	0,7	1,4
De acuerdo	80	56,7	56,7	58,2
Totalmente de acuerdo	59	41,8	41,8	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 4.- Contribución de personas discapacitadas**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

#### **Lectura interpretativa:**

Ninguna Pymes se encuentra totalmente desacuerdo sobre la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial, tan solo el 0,71% se manifiestan en desacuerdo, en ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 56,74% dijeron estar de acuerdo y el 41,84% totalmente de acuerdo.

#### **Análisis crítico**

Los resultados obtenido de esta pregunta, determina que las Pymes del Cantón Milagro consideran que es oportuna la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial, consideran que las personas con capacidades diferentes demuestran el talento y desarrollo de destrezas competitivas.

**5. ¿Nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de los empleados?**

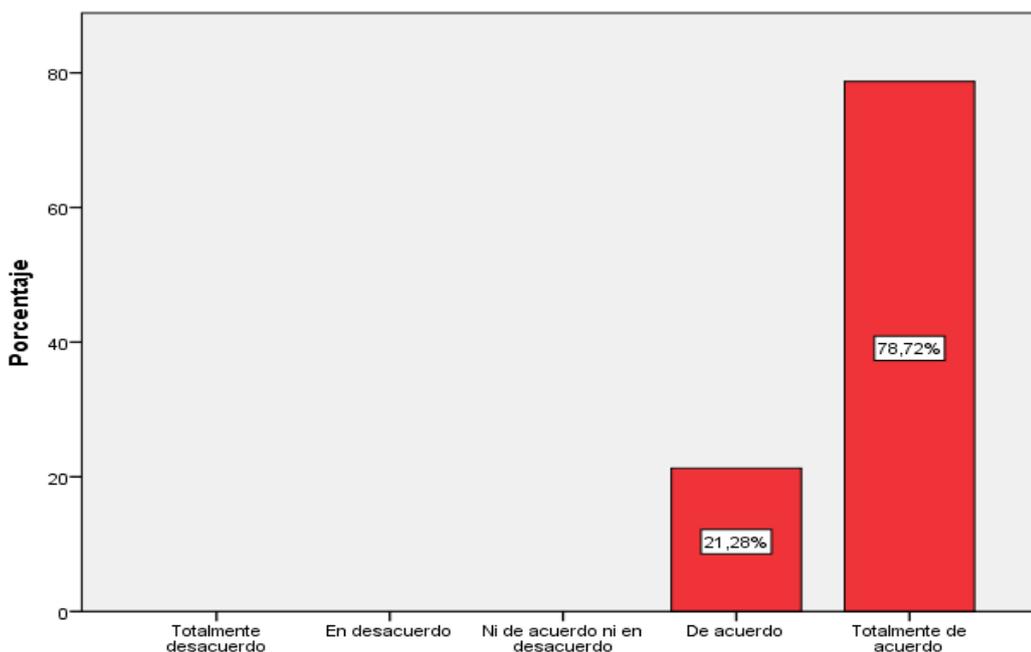
**Tabla 7.- Calidad de vida de los empleados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	30	21,3	21,3	21,3
Totalmente de acuerdo	111	78,7	78,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 5.- Calidad de vida de los empleados**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Los resultados obtenidos muestran que ninguna Pymes se encuentra totalmente desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 21,28% dijeron estar de acuerdo y con el 78,72% totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados indican que las Pymes del Cantón Milagro se preocupan por mejorar la calidad de vida de los empleados, motivándolos para que desarrollen sus actividades laborales con mayor desempeño.

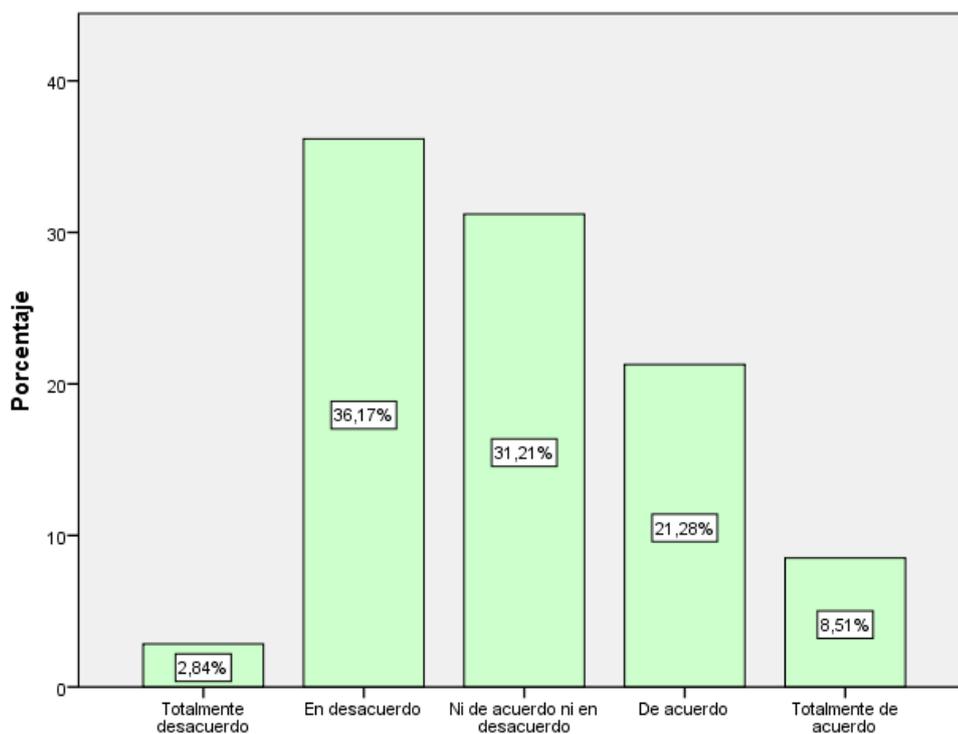
**6. ¿Pagamos salarios por encima de la media del sector?**

**Tabla 8.- Pago de salarios por encima de la media del sector**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	4	2,8	2,8	2,8
En desacuerdo	51	36,2	36,2	39,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	31,2	31,2	70,2
De acuerdo	30	21,3	21,3	91,5
Totalmente de acuerdo	12	8,5	8,5	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 6.- Pago de salarios por encima de la media del sector**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 2,84% de las Pymes del Cantón Milagro se expresaron totalmente desacuerdo, mientras el 36,17% están en desacuerdo, el 31,21% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 8,51% totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados respecto a la pregunta de pagos de salarios por encima de la media del sector, manifestaron que no se encuentran de acuerdo, debido a los empleados reciben el Salario Básico Unificado y los beneficios de ley, pero que la institución no se encuentra en la capacidad económica de aumentar los salarios de trabajo.

### 7. ¿El salario de los empleados está relacionado con las competencias y sus rendimientos?

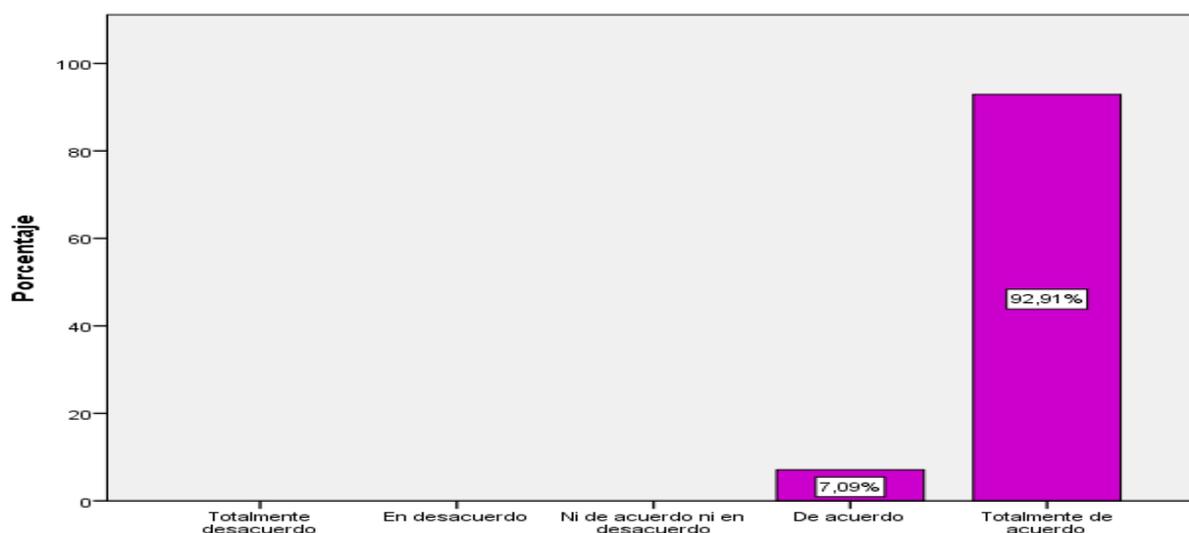
**Tabla 9.- Salario del empleado está relacionado con sus competencias y rendimientos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	10	7,1	7,1	7,1
Totalmente de acuerdo	131	92,9	92,9	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 7.- Salario del empleado está relacionado con sus competencias y rendimientos**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Las encuestas realizadas en el Cantón Milagro sobre si el salario de los empleados está relacionado con las competencias y sus rendimientos, donde nos manifestaron que ninguna Pymes se halla totalmente desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 7,09% se encuentra de acuerdo y el 92,91% mencionaron estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados se pueden interpretar que los dirigentes se encuentran totalmente de acuerdo con que los salarios de los empleados estén relacionados con las competencias y rendimientos, mencionan que una motivación laboral valorada por los trabajadores son las retribuciones económicas, logrando un mejor desempeño en el área destinada de trabajo.

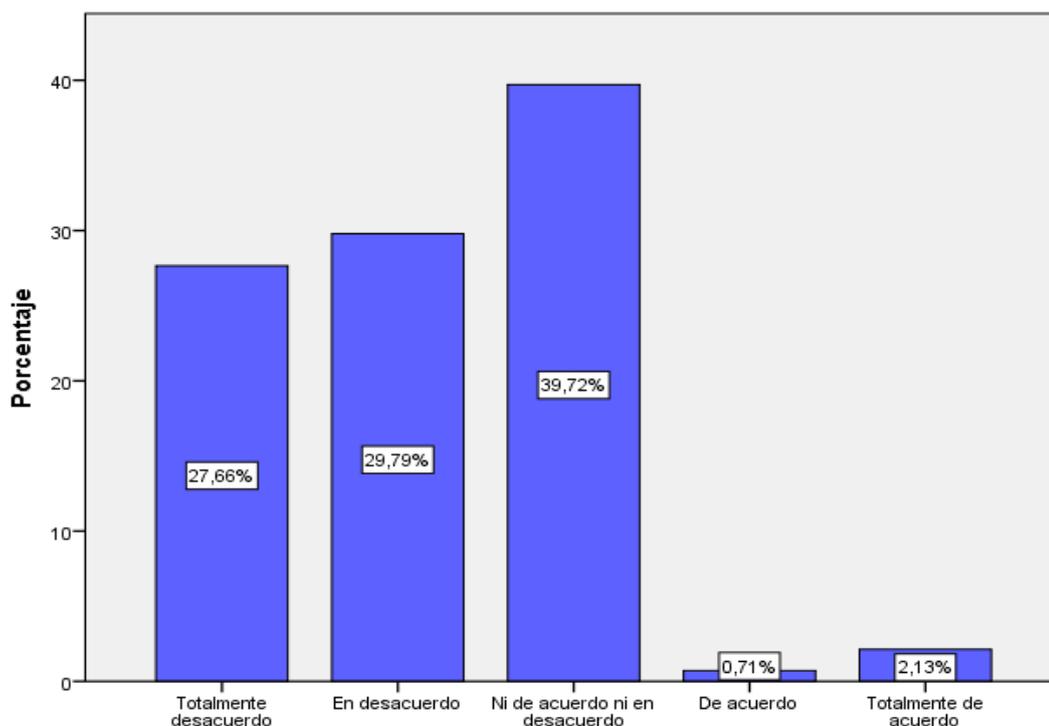
### 8. ¿Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales?

**Tabla 10.- Nivel de salud y seguridad laboral**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	39	27,7	27,7	27,7
En desacuerdo	42	29,8	29,8	57,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	39,7	39,7	97,2
De acuerdo	1	,7	,7	97,9
Totalmente de acuerdo	3	2,1	2,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 8.- Nivel de salud y seguridad laboral**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

El 27,66% de las Pymes encuestas expresaron estar totalmente desacuerdo en tener niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales, mientras el 29,79% se encuentran en desacuerdo, el 39,72% declararon ni de acuerdo ni en desacuerdo, y con bajos índices manifestaron el 0,71% estar de acuerdo y el 2,13% totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Los resultados indican que la mayoría de las Pymes carecen de niveles de salud y seguridad laboral, tal vez por la falta de información o por no generar gastos adicional que protegen la integridad de los trabajadores, provocando un posible problema legal si llegara a ocurrir un accidente laboral.

### **9. ¿Estamos comprometidos con la creación de empleo (aceptación de becarios, creación de nuevos puestos**

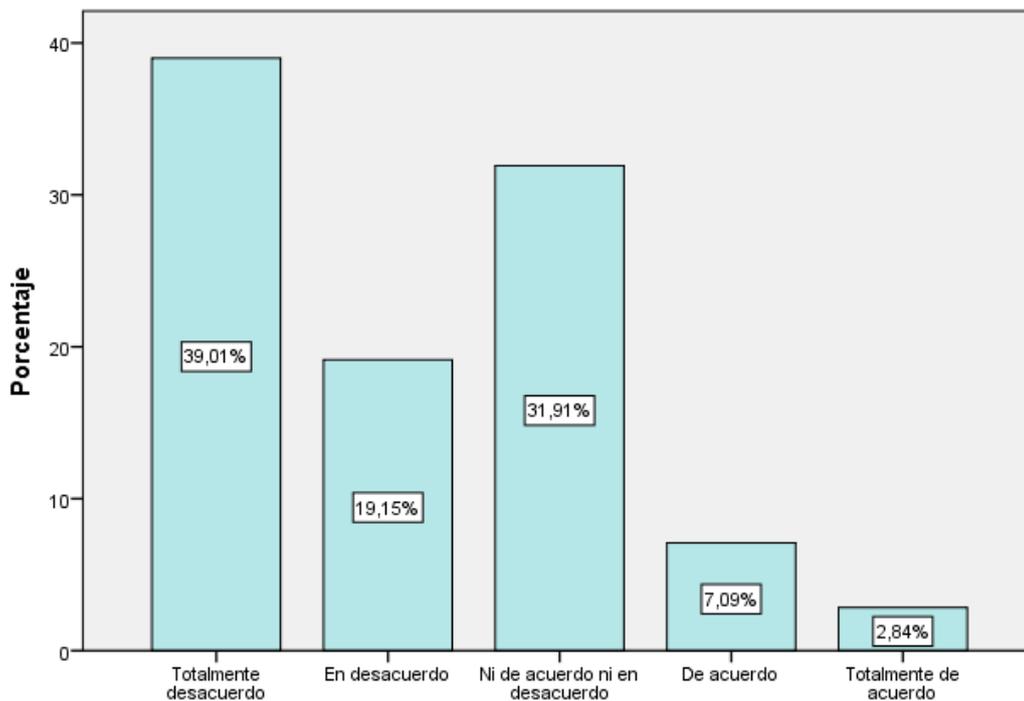
**Tabla 11.- Creación de empleos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	55	39,0	39,0	39,0
En desacuerdo	27	19,1	19,1	58,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	31,9	31,9	90,1
De acuerdo	10	7,1	7,1	97,2
Totalmente de acuerdo	4	2,8	2,8	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 9.- Creación de empleos**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 39,01% de las Pymes encuestadas en el Cantón Milagro expresaron estar totalmente desacuerdo con la creación de empleo aceptando becarios y con la creación de nuevos puestos, mientras el 19,15% están en desacuerdo, el 31,91% manifestaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7,09% dijeron estar de acuerdo y el 2,84% totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados de las encuestas reflejan la inconformidad y negación de las Pymes en la contratación de becarios, pueden considerar que la contratación de un becario ocasiona la pérdida de tiempo en capacitarlo hasta que se acople a la empresa o presentar inconvenientes debido a la necesidad de otorgar permisos por eventos académicos.

## 10. ¿Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados?

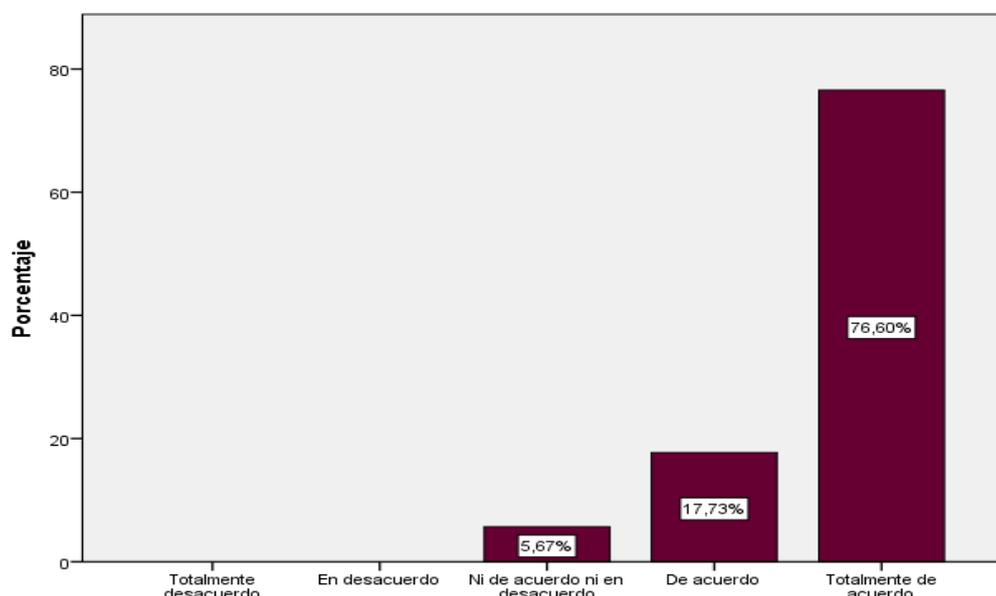
**Tabla 12.- formación y desarrollo profesional de empleados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5,7	5,7	5,7
	De acuerdo	25	17,7	17,7	23,4
	Totalmente de acuerdo	108	76,6	76,6	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 10.- Formación y desarrollo profesional de empleados**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

Las Pymes encuestadas en el Cantón Milagro manifestaron estar totalmente desacuerdo con fomentar la formación y el desarrollo profesional de los empleados, mientras que el 5,67% se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17,73% expresaron estar de acuerdo, y por último el 76,60% dijeron estar totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas a las Pymes del cantón Milagro manifiestan que se encuentran totalmente de acuerdo en la formación académica de sus trabajadores, se debe

a que estos conocimientos adquiridos del personal contribuirán para un mejor funcionamiento de las instituciones.

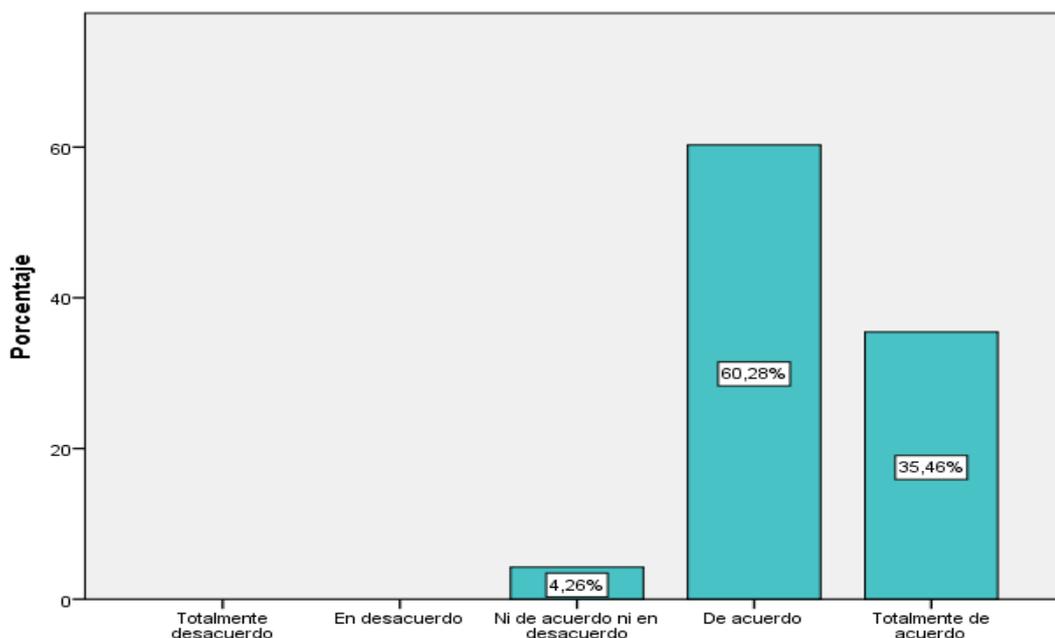
**11. ¿Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal?**

**Tabla 13.- Políticas de flexibilidad laboral**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	4,3	4,3	4,3
	De acuerdo	85	60,3	60,3	64,5
	Totalmente de acuerdo	50	35,5	35,5	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 11.- Políticas de flexibilidad laboral**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Según los resultados de las encuestas se interpreta que ninguna pymes se encuentra totalmente de acuerdo con la implementación de políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal, el 4,26% se encuentran indecisas, el 60,28% se manifiestan de acuerdo y el 35,46% se encuentran totalmente de acuerdo.

## Análisis crítico

Las Pymes del Cantón Milagro consideran que los horarios laborales deben manejarse con respeto, para que sus trabajadores desempeñen con calidad sus obligaciones con la empresa, además proporcionar a los trabajadores la opción de afianzar su vida laboral con la personal es un elemento importante de la gestión del capital humano, además hoy en día las personas expresan su deseo de participar activamente en la formación educativa de sus hijos y para la realización de diferentes actividades personales.

### 12. ¿Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa?

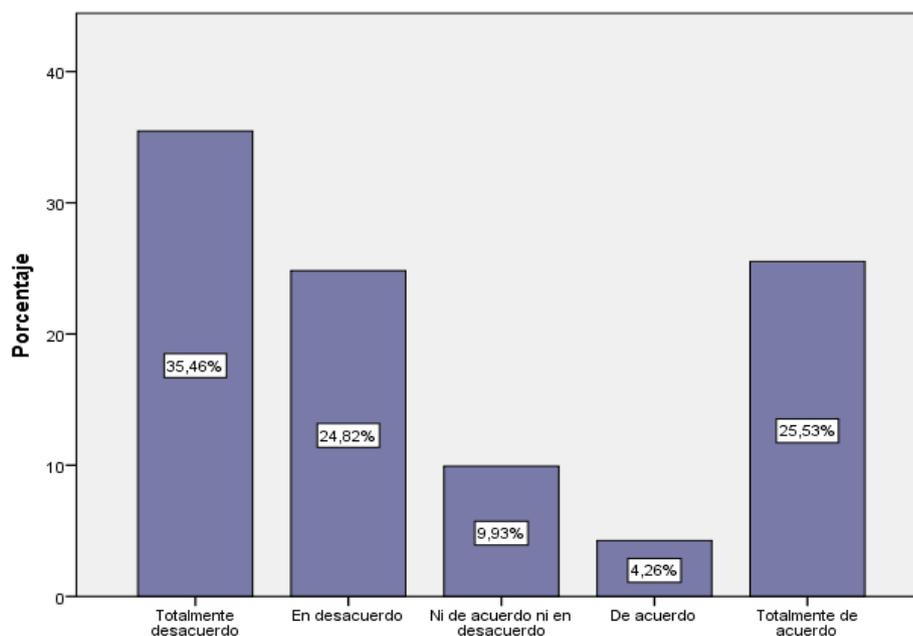
**Tabla 14.- Los empleados participan en las decisiones de gestión de la empresa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	50	35,5	35,5	35,5
En desacuerdo	35	24,8	24,8	60,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	9,9	9,9	70,2
De acuerdo	6	4,3	4,3	74,5
Totalmente de acuerdo	36	25,5	25,5	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 12.- Los empleados participan en las decisiones de gestión de la empresa**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

El 35,46% se encuentran totalmente desacuerdo considerando las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa, mientras el 24,82% expresan el desacuerdo, el 9,93% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.26% opinan estar de acuerdo y el 25,53% encontrarse totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Los resultados de las encuestas manifiestan que las Pymes no se encuentran de acuerdo en considerar las propuestas que los empleados sugieran a la empresa, pero si las empresas apartaran las desconfianzas en considerar algunas de las sugerencias destinadas al progreso de la institución, se pueden alcanzar buenos resultados debido a que se compromete e involucra en las actividades de la gestión empresarial, valorando la perspectiva que tienen para contribuir empresarialmente.

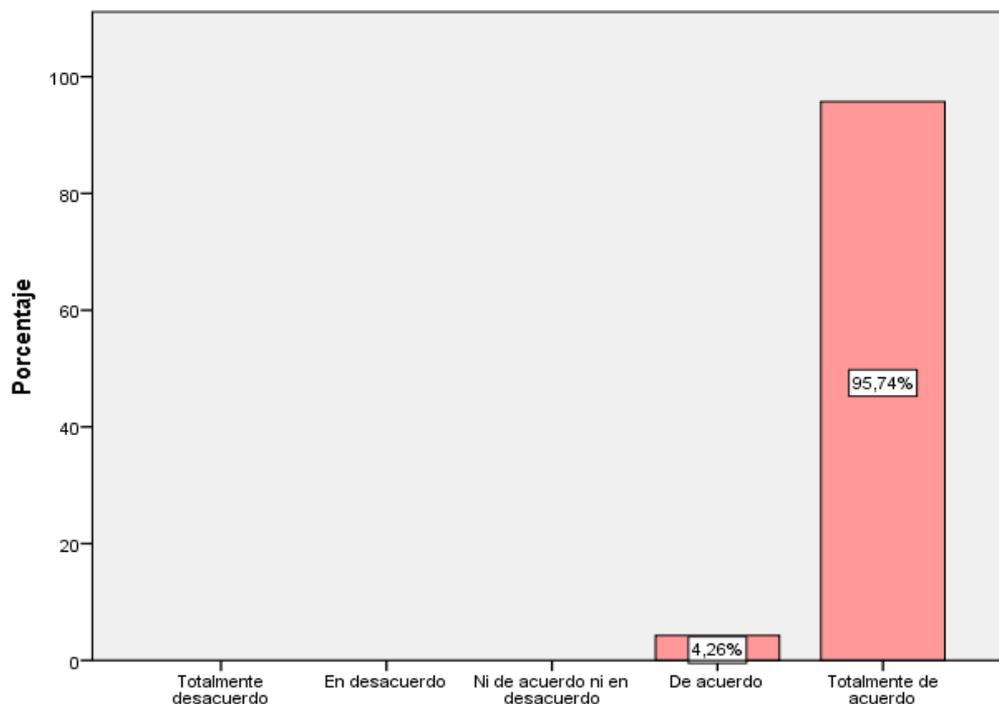
### **13. ¿Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados?**

**Tabla 15.- Igualdad de oportunidades para todos los empleados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	6	4,3	4,3	4,3
Totalmente de acuerdo	135	95,7	95,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 13.- Igualdad de oportunidades para todos los empleados**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna Pymes del Cantón Milagro manifiesta un total desacuerdo con la igualdad de oportunidades para todos los empleados, mientras que el 4,26% expresa estar de acuerdo y el 95,74% se encuentran totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas manifiestan encontrarse totalmente de acuerdo con otorgar una igualdad de oportunidades a los empleados, apartando actos discriminatorios que perjudiquen emocionalmente a los integrantes de la empresa, se debe considerar que la igualdad de oportunidades laborales permite a los empleados desempeñarse efectivamente en las actividades en un lugar de trabajo separado de acoso y discriminación.

#### 14. ¿Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad?

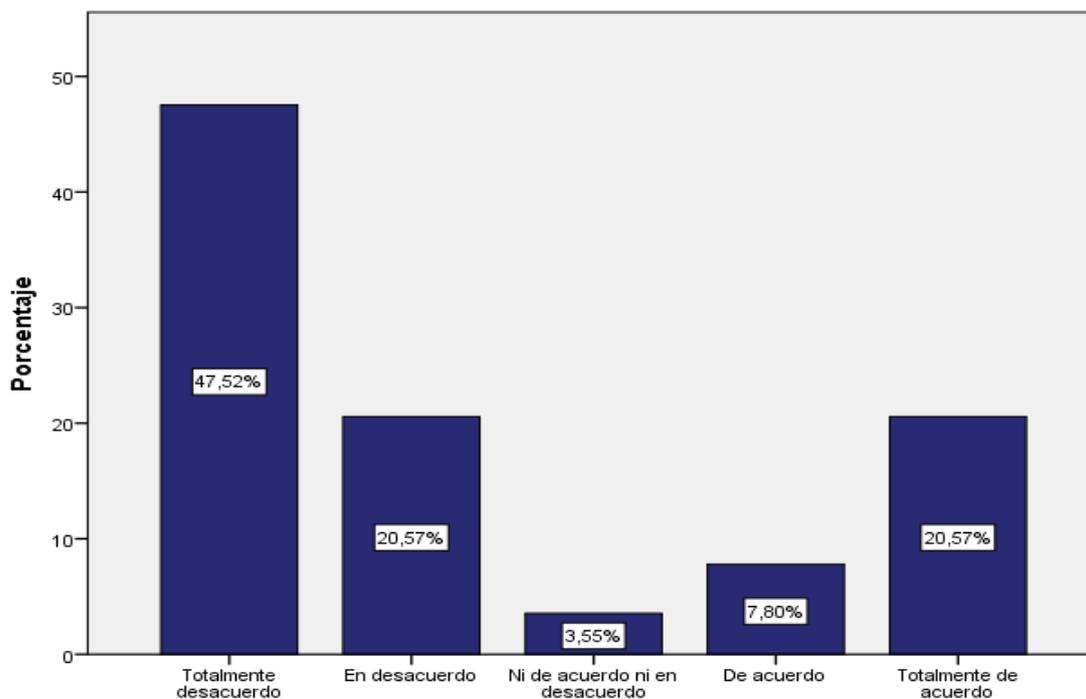
**Tabla 16.- Proyectos sociales destinados a la comunidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	67	47,5	47,5	47,5
En desacuerdo	29	20,6	20,6	68,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	3,5	3,5	71,6
De acuerdo	11	7,8	7,8	79,4
Totalmente de acuerdo	29	20,6	20,6	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 14.- Proyectos sociales destinados a la comunidad**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

#### Lectura interpretativa:

El 47,52% se encuentra totalmente desacuerdo en participar en proyectos sociales destinados a la comunidad, mientras el 20,57% se expresan un desacuerdo, el 3,55% mencionan no encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7,80% indican estar de acuerdo y el 20,57% muestran estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados encontrados en las encuestas manifiestan que las Pymes del cantón Milagro se encuentran en desacuerdo con la participación de sus empleados en actividades o proyectos sociales destinados a la comunidad, consideran que los empleados descuidarían sus puestos de trabajo por realizar actividades al margen de lo laboral, sin embargo la participación de los empleados en eventos sociales es una opción gratuita de publicidad, los consumidores consideran admirable las actividades sin fines de lucro que una empresa pueda aportar a la sociedad.

### 15. ¿Animamos a los empleados a participar en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG?

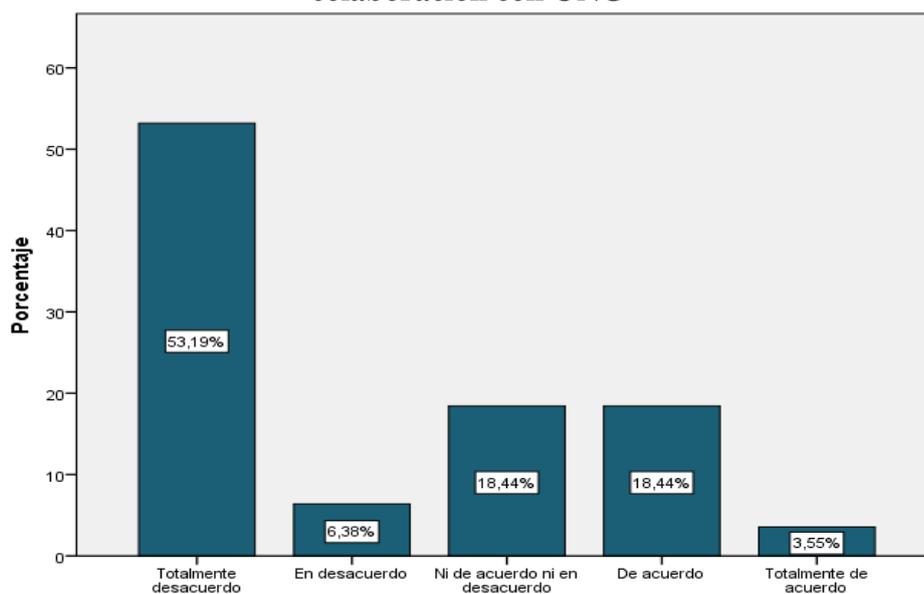
**Tabla 17.- Los empleados participan en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	75	53,2	53,2	53,2
En desacuerdo	9	6,4	6,4	59,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	18,4	18,4	78,0
De acuerdo	26	18,4	18,4	96,5
Totalmente de acuerdo	5	3,5	3,5	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 15.- Los empleados participan en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

Los resultados de las encuestas permiten observar que el 53,19% de las Pymes se encuentran totalmente desacuerdo con animar a los empleados a participar en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG, el 6,38% se pronuncia con un desacuerdo, el 18,44% expresa no encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 3,55% indica estar totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Las Pymes encuestadas en el cantón Milagro presentan un índice mayor en estar totalmente desacuerdo con la participación de los empleados en actividades de voluntariado o en colaboración con la ONG, se debe a que consideran que los empleados posiblemente descuiden las actividades empresariales por presentarse de voluntariado, además consideran que animar a los empleados a participar en actividades sociales no le generan ingresos a la institución.

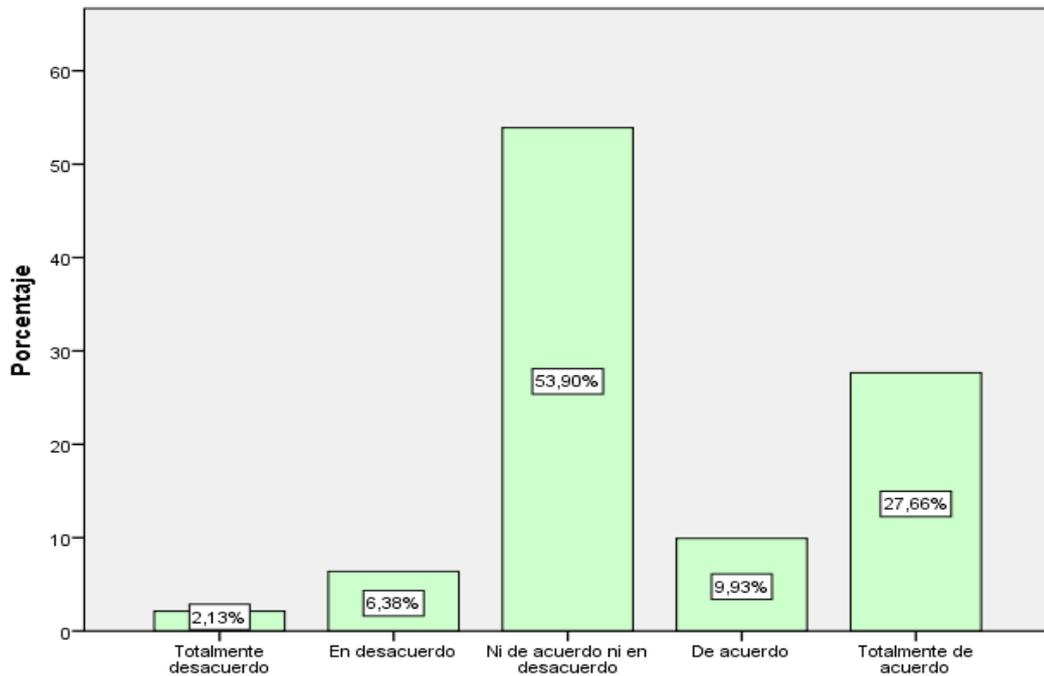
### **16. ¿Los mecanismos de diálogo con los empleados son dinámicos?**

**Tabla 18.- Utilizan mecanismos de dialogo con los empleado**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	3	2,1	2,1	2,1
En desacuerdo	9	6,4	6,4	8,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	53,9	53,9	62,4
De acuerdo	14	9,9	9,9	72,3
Totalmente de acuerdo	39	27,7	27,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 16.- Utilizan mecanismos de dialogo con los empleado**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 2,13% consideran totalmente desacuerdo los mecanismos dinámicos de diálogo con los empleados, mientras el 6,38% se encuentran en desacuerdo, el 53,90% expresan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9,93% afirma estar de acuerdo y el 27,66% indica totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas manifiestan que motivan con mecanismo dinámicos de dialogo a los empleados pero descartan considerarlo una prioridad en la gestión empresarial, las capacitaciones al personal de carácter motivador impulsan a los empleados a laborar sin presión, animándolos a ser leales con la empresa y buscando el bien común entre lo personal y la institución.

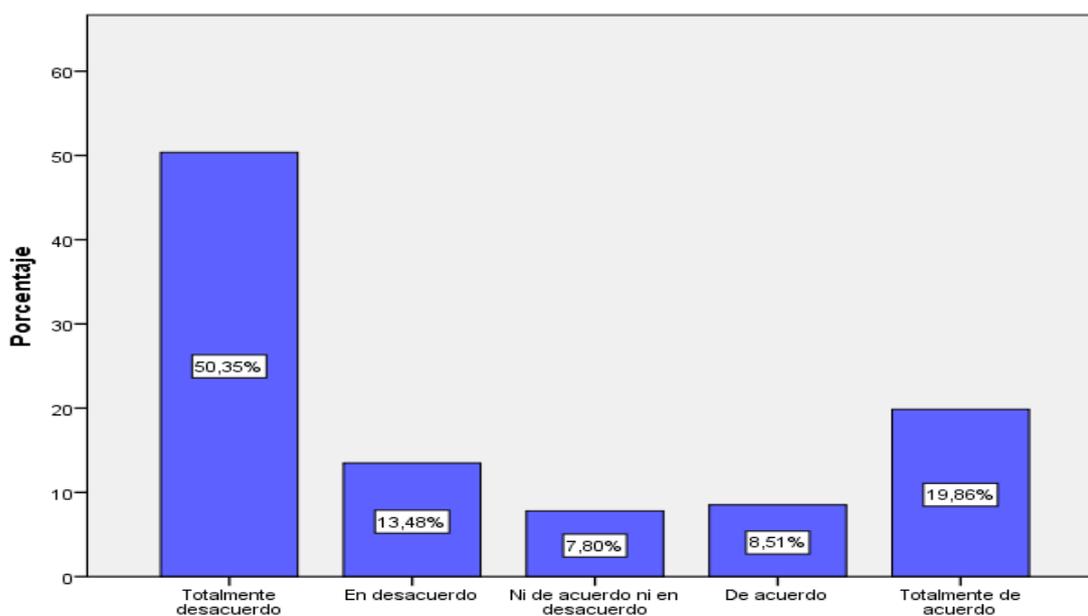
**17. ¿Somos conscientes de la importancia de contar con planes de pensiones para los empleados?**

**Tabla 19.- Importancia de pensiones para los empleados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	71	50,4	50,4	50,4
En desacuerdo	19	13,5	13,5	63,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	7,8	7,8	71,6
De acuerdo	12	8,5	8,5	80,1
Totalmente de acuerdo	28	19,9	19,9	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 17.- Importancia de pensiones para los empleados**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 50,35% de las Pymes encuestadas manifiestan un desconocimiento de la importancia de contar con planes de pensiones para los empleados, el 13,48% expresan estar en desacuerdo, mientras el 7,80% indica ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8,51% expresan estar de acuerdo y el 19,86% indicaron estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes en el cantón Milagro expresaron la falta de conocimiento respecto a la importancia de planes de pensiones para los empleados, consideran que al cumplir con los beneficios estipulados en la ley concluyen con la responsabilidad de sus empleados, los planes de pensiones para los empleados son beneficios debido a que impactan el presente y futuro de los empleados y el estimular a los empleados a ahorrar para la jubilación, a través de planes a disposición en el lugar de trabajo, es una manera de motivar al personal a beneficiarse posteriormente en su vejez.

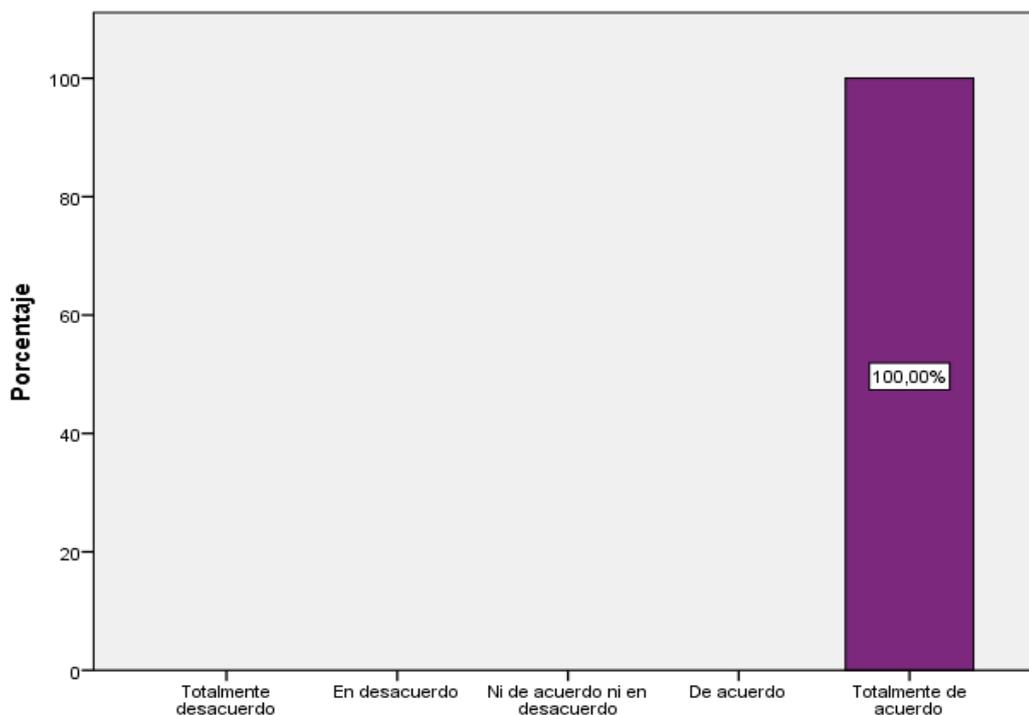
### 18. ¿Nos preocupamos por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a nuestros clientes?

**Tabla 20.- Productos y servicios de calidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 18.- Productos y servicios de calidad**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Los resultados obtenidos manifiestan que ninguna pymes en el cantón Milagro se encuentra en desacuerdo para proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a los clientes, esto quiere decir que el 100% indican estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Todas las empresas tienen como objetivo la máxima satisfacción de sus clientes, otorgando productos y servicios con la mejor calidad que sea posible, las Pymes en el cantón Milagro priorizan la calidad de lo ofertado, con la visión de posesionarse como líderes empresariales, con el transcurso del tiempo los mercados se han tornado competitivos, las empresas generan más productos a corto tiempo y a menor costo, posesionándose en los mercados con una agilidad en ofrecer al cliente lo que requiera.

### 19. ¿Nuestros productos y/o servicios cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad?

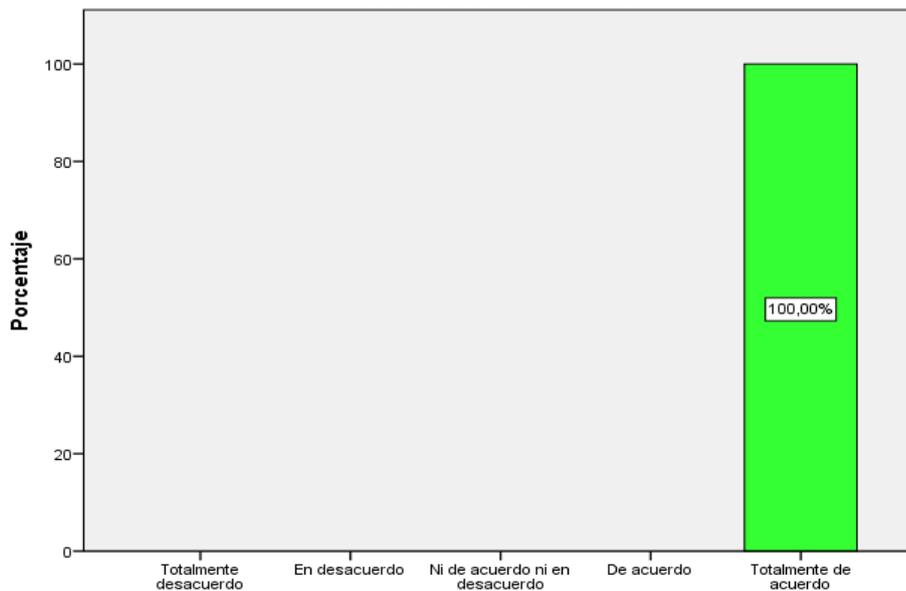
**Tabla 21.- Productos y servicios cumplen con estándares nacionales e internacionales de calidad**

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 19.- Productos y servicios cumplen con estándares nacionales e internacionales de calidad**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Ninguna de las Pymes en el cantón Milagro manifestaron encontrarse en total desacuerdo con ofertar productos y/o servicios cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad, es decir que el 100% indicaron estar totalmente de acuerdo con ofertar productos y servicios los estándares nacionales e internacionales.

### Análisis crítico

Las pymes en el cantón Milagro manifiestan que en el mercado la competencia se rige en ofertar productos de calidad a un excelente precio, siendo una alternativa registrarse con estándares nacionales e internacionales que les permite competir con productos que tengan marcas posesionadas en el mercado y con el tiempo ganar la fidelidad de los consumidores.

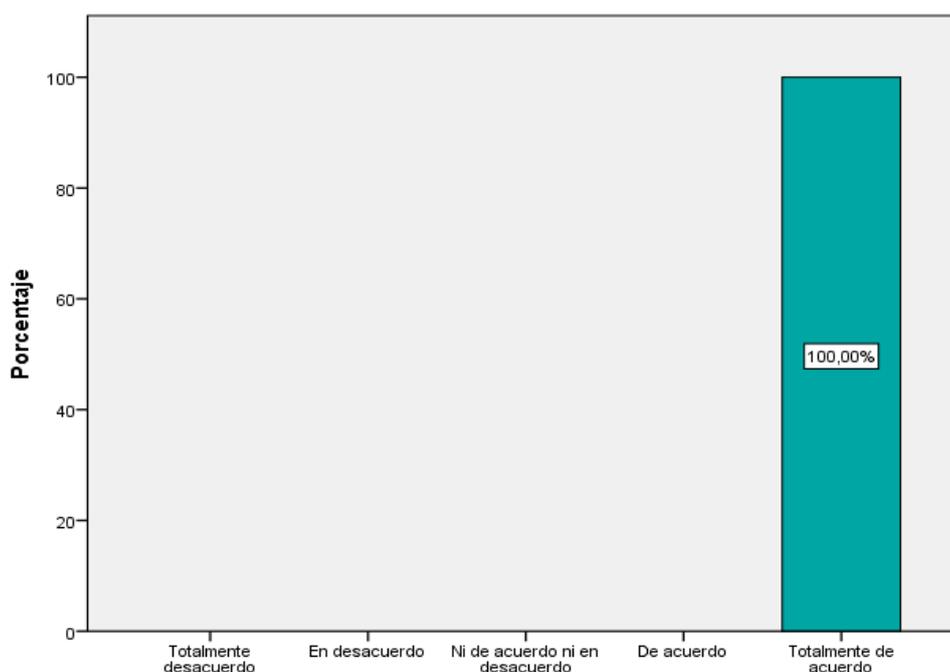
### 20. ¿Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida?

**Tabla 22.- Niveles de precio en relación con la calidad ofrecida**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 20.- Niveles de precio en relación con la calidad ofrecida**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna de las Pymes en el cantón Milagro manifestaron encontrarse en total desacuerdo con mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida, indicando el 100% estar totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas a las Pymes en el cantón Milagro sobre mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida, los empresarios consideran que la fijación de precios es relativa a la calidad que presentan los productos o servicios, la calidad otorgada a su clientela en un producto significa la elección repetitiva del consumidor de aquel bien que sea considerado con alta calidad.

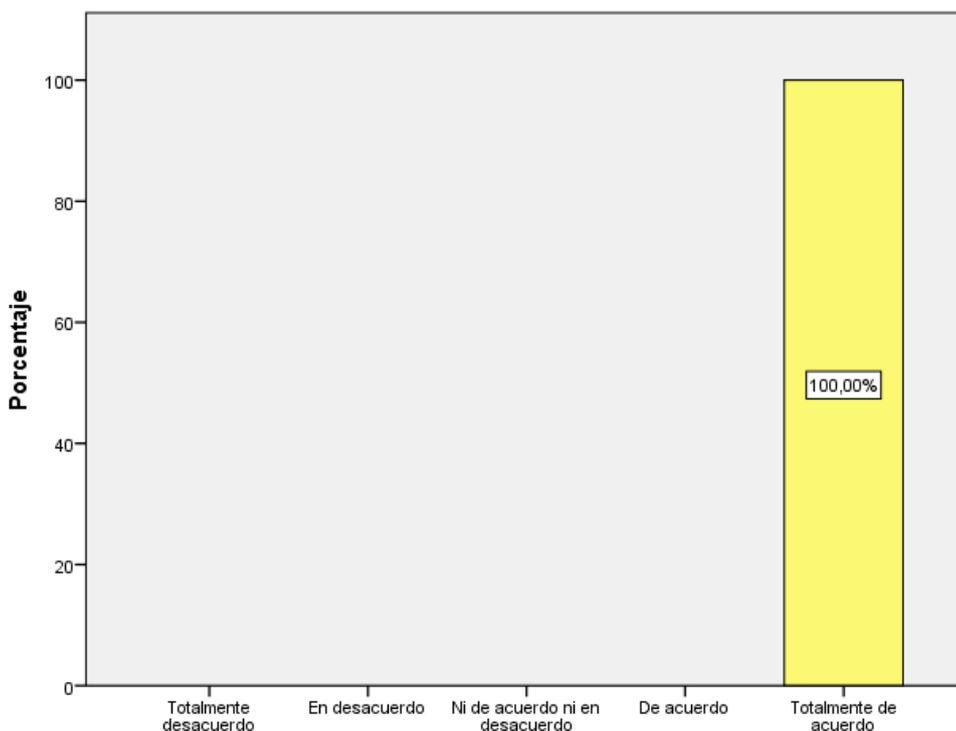
**21. ¿La garantía de nuestros productos y/o servicios es más amplia que la de la media del mercado?**

**Tabla 23.- Garantía de productos y/servicios**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 21.- Garantía de productos y/servicios**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Ninguna de las Pymes en el cantón Milagro se manifiesta en total desacuerdo con que la garantía de los productos y/o servicios es más amplia que la de la media del mercado, y el 100% manifestaron estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes en el cantón Milagro consideran la importancia de agregar políticas de garantía a la producción o servicios ofertados, con la finalidad que los clientes puedan confiar en la calidad, manifestaron que al formular normas de garantía se debe realizar un estudio de mercado para evitar afectar a la empresa o a los consumidores.

### 22. ¿Proporcionamos a los clientes información completa y precisa sobre nuestros productos y/o servicios?

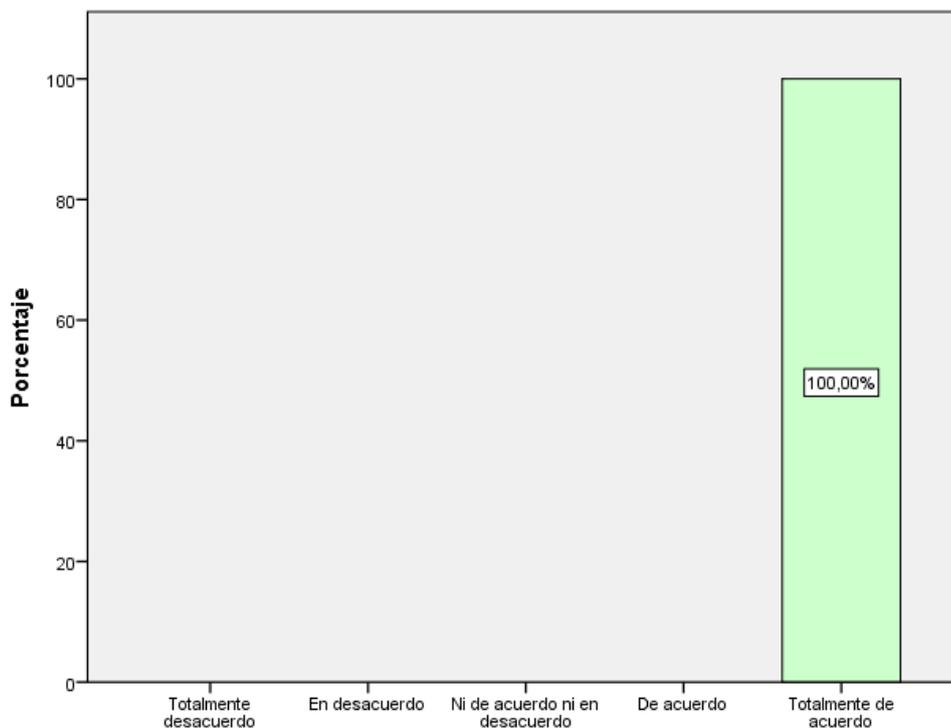
**Tabla 24.- Información completa y precisa a los clientes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 22.- Información completa y precisa a los clientes**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Los resultados obtenidos manifiestan que ninguna pyme en el cantón Milagro se encuentra en desacuerdo en proporcionar a los clientes información completa y precisa sobre los productos y/o servicios, mientras el 100% se encuentra totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes en el cantón Milagro se encuentran conscientes que la información otorgada a los clientes debe manifestarse en forma precisa y oportuna sobre los productos o servicios ofertados, la compra de los productos suele implicar la fijación de los detalles y especificaciones del producto y el procedimiento de solicitar un nuevo pedido de compra que se adoptará en un futuro, si los resultados que esperaba el cliente son satisfactorios.

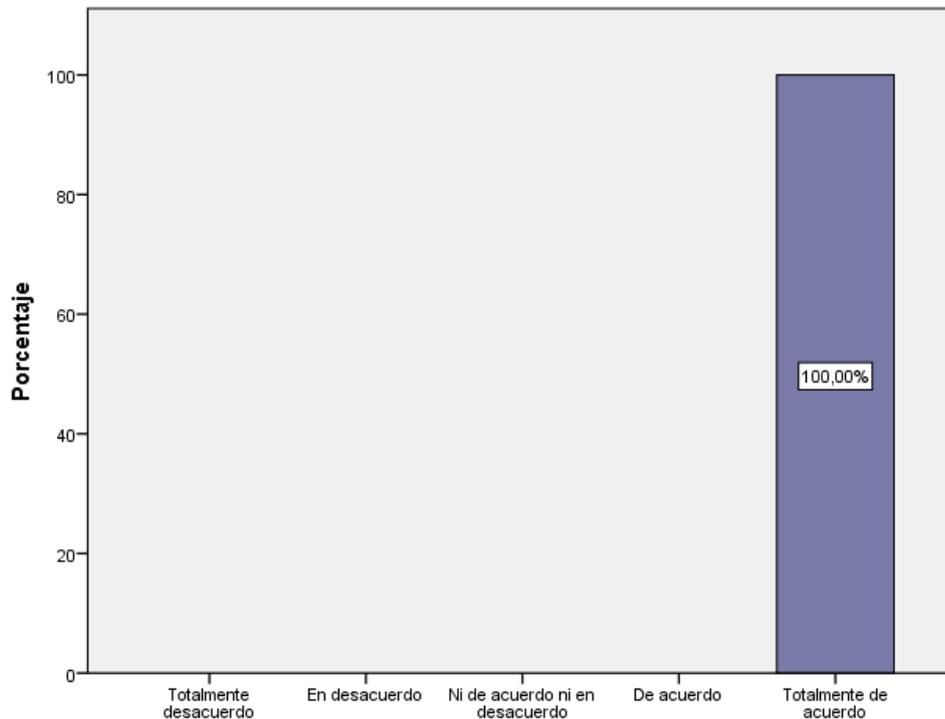
### 23. ¿El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de nuestra gestión?

**Tabla 25.- Respeto a los derechos de los consumidores**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	141	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 23.- Respeto a los derechos de los consumidores**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Los resultados obtenidos manifiestan que ninguna pymes en el cantón Milagro se encuentra en desacuerdo con los derechos de los consumidores son un eje prioritario de la gestión, mientras el 100% se encuentra totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las encuestas realizadas a las Pymes en el cantón Milagro sobre el respeto a los derechos de los consumidores, los empresarios consideran un eje prioritario de la gestión de sus empresas, manifiestan que el cliente siempre tiene la razón, expresan que los derechos de los demandantes es una prioridad, incluyendo salvaguardar la calidad de la producción y que el producto o servicio final llegue en las mejores condiciones a su destino.

### 24. ¿Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores?

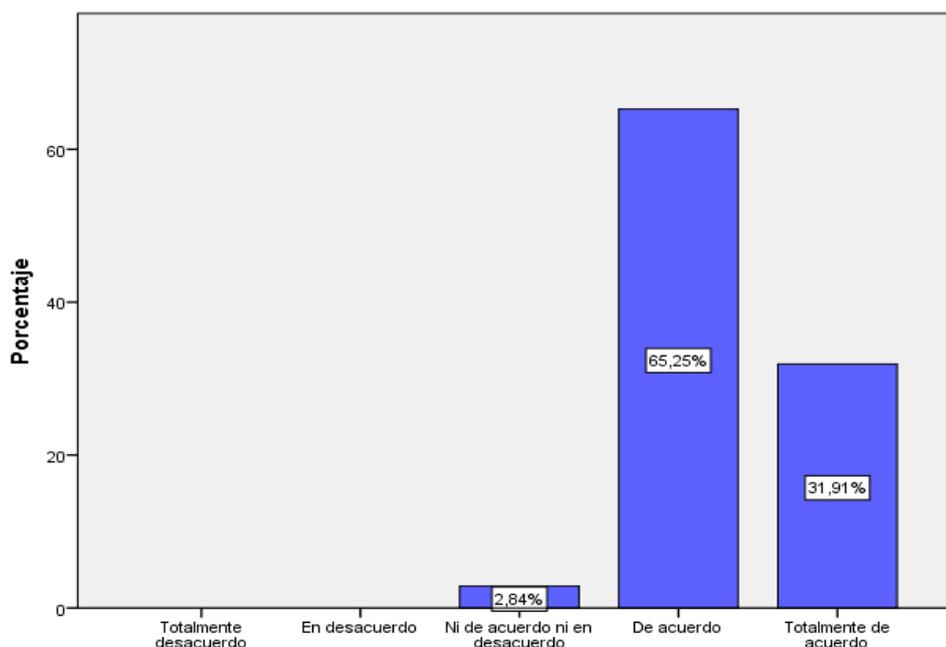
**Tabla 26.- Relaciones con los proveedores**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	2,8	2,8	2,8
De acuerdo	92	65,2	65,2	68,1
Totalmente de acuerdo	45	31,9	31,9	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 24.- Relaciones con los proveedores**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna de las Pymes encuestadas en el cantón Milagro manifestaron estar totalmente desacuerdo en potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con los proveedores, mientras que el 2,84% indican estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 65,25% expresan estar de acuerdo y el 31,91% estar totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Las Pymes en el cantón Milagro expresan que mantener una relación estable con los proveedores es beneficio, las organizaciones deben establecer procesos efectivos para identificar a los potenciales distribuidores de materia prima, para desarrollar proveedores se debe evaluar su capacidad para suministrar los productos requeridos, con el fin de certificar la eficacia y la eficiencia de los procesos de compras.

**25. ¿Somos conscientes de la importancia de incorporar compras responsables (es decir, preferimos proveedores responsables)?**

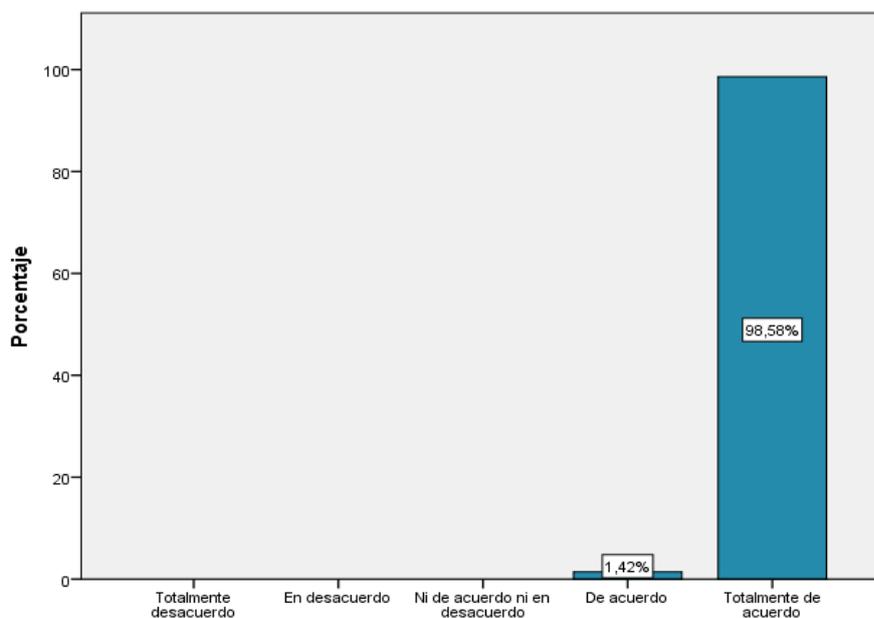
**Tabla 27.- Importancia de incorporar compras responsables**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	2	1,4	1,4	1,4
Totalmente de acuerdo	139	98,6	98,6	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 25.- Importancia de incorporar compras responsables**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

Ninguna de las Pymes encuestadas en el cantón Milagro manifestó estar totalmente desacuerdo con la importancia de incorporar compras responsables es decir, preferir proveedores responsables, tan solo el 1,42% expreso estar de acuerdo y el 98,58% indicaron estar totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Las Pymes del cantón Milagro están de acuerdo con incorporar compras responsables con proveedores comprometidos con su trabajo, para evitar a un futuro inconvenientes que perjudiquen a la empresa y a los proveedores, la selección de proveedores es responsabilidad de la institución, porque si es cierto los pueden reemplazar por desacuerdos pero sustituirlos pueden generar condiciones de riesgos hasta conocer a los nuevos candidatos que podrían proveer los desconocidos suministros y materiales que serán utilizados en los procesos de la producción.

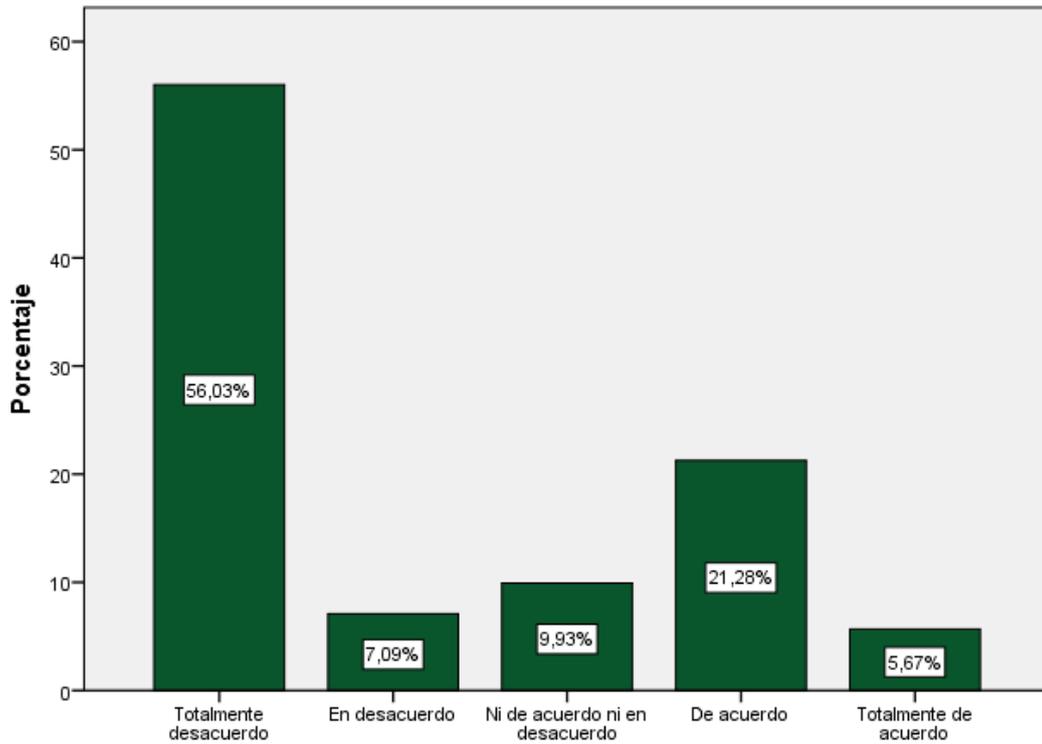
### **26. ¿Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región?**

**Tabla 28.- Relaciones comerciales con empresas de la región**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	79	56,0	56,0	56,0
En desacuerdo	10	7,1	7,1	63,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	9,9	9,9	73,0
De acuerdo	30	21,3	21,3	94,3
Totalmente de acuerdo	8	5,7	5,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 26.- Relaciones comerciales con empresas de la región**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 56,03% de las Pymes encuestas en el cantón Milagro están en desacuerdo con fomentar las relaciones comerciales con empresas de la región, el 7,09% se encuentran en desacuerdo, mientras el 9,93% manifiestan ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21,28% expresaron estar de acuerdo y el 5,67% indicaron estar totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Las Pymes del cantón Milagro manifiestan que consideran de poca importancia el relacionarse con otras empresas del mercado, sin embargo relacionarse con otras empresas ya sea de la misma línea de producción, puede expandir la visión que tienen de la empresa, pueden fusionarse los productos o servicio de una empresa con otra, absorbiendo a más consumidores que pueden interesarse en la nueva combinación de las empresas.

**27. ¿Disponemos de procedimientos eficaces de gestión de reclamos?**

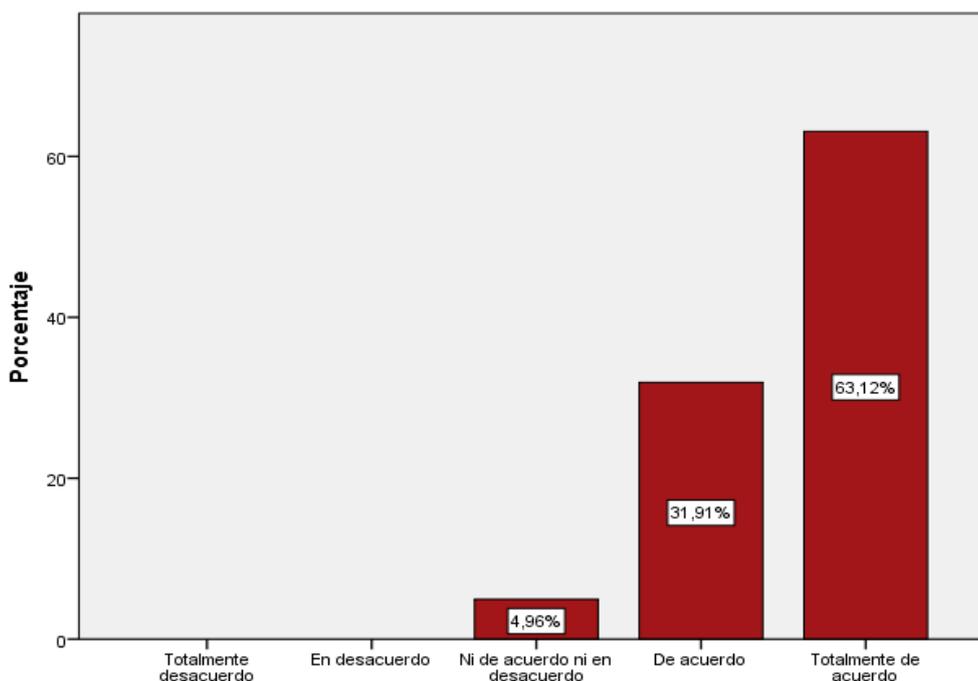
**Tabla 29.- Procedimientos de gestión de reclamos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	5,0	5,0	5,0
De acuerdo	45	31,9	31,9	36,9
Totalmente de acuerdo	89	63,1	63,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 27.- Procedimientos de gestión de reclamos**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna de las Pymes encuestadas manifestó un total desacuerdo en disponer de procedimientos eficaces de gestión de reclamos, mientras el 4,96% expreso ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31,91% manifestó estar de acuerdo y el 63,12% indico estar totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Las Pymes del cantón Milagro consideran que es importante disponer de procedimientos eficaces de gestión de reclamos, conocer las inquietudes que los consumidores tienen de sus productos, para que con las sugerencias aportadas se puedan realizar mejoras continuas de los productos o servicios en el mercado.

**28. ¿Nuestra gestión económica es merecedora de apoyo público regional o nacional?**

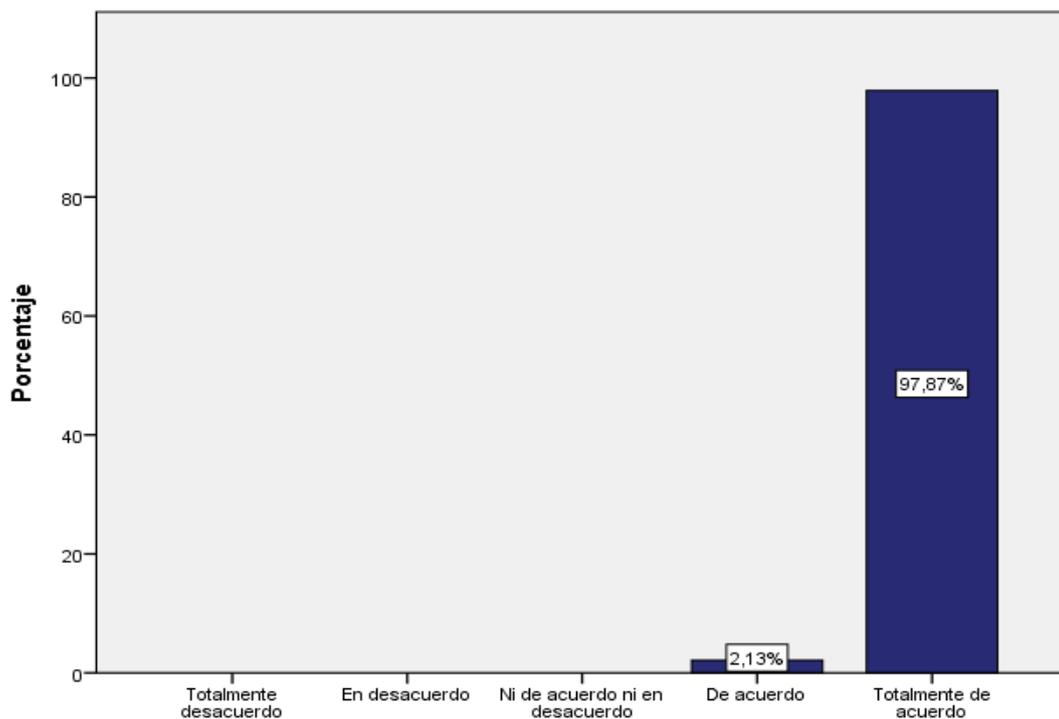
**Tabla 30.- Apoyo público a la gestión económica**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	2,1	2,1	2,1
	Totalmente de acuerdo	138	97,9	97,9	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 28.- Apoyo público a la gestión económica**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna de las Pymes encuestadas manifestó un total desacuerdo en que su gestión económica es merecedora de apoyo público regional o nacional, mientras el 2,13% manifestó estar de acuerdo, el 97,87% expreso estar totalmente de acuerdo.

**Análisis crítico**

Las pymes en el cantón Milagro consideran que su aporte con la sociedad y los productos o servicios que ofrecer merecen el respaldo y aprobación de sus consumidores, declaran que atrás de cada producto elaborado se encuentra mano de obra responsable que tiene como objetivo entregar un producto de calidad a cada consumidor.

## 29. ¿Somos capaces de minimizar nuestro impacto medioambiental?

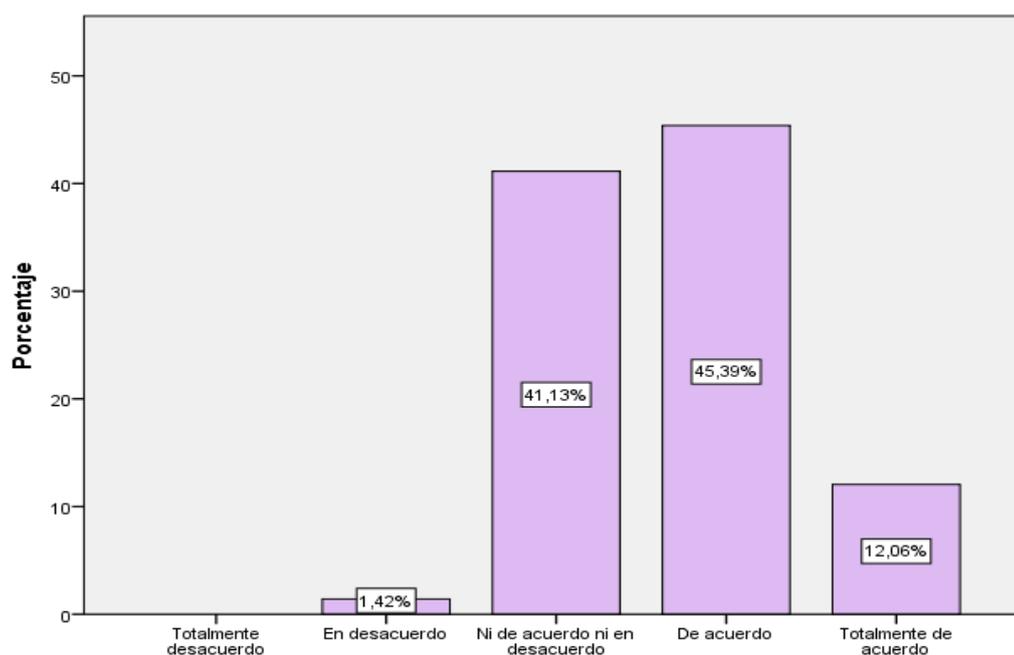
**Tabla 31.- Minimización del impacto ambiental**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	2	1,4	1,4	1,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	41,1	41,1	42,6
De acuerdo	64	45,4	45,4	87,9
Totalmente de acuerdo	17	12,1	12,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 29.- Minimización del impacto ambiental**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

Ninguna de las Pymes encuestadas en el cantón Milagro manifestó un total desacuerdo en minimizar el impacto medioambiental que ocasionan, tan solo el 1,42% se encuentra en desacuerdo, mientras el 41,13% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 45,39% expresaron estar de acuerdo y el 12,06% indican estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados obtenidos manifiestan las Pymes que se encuentran en la capacidad de minimizar el impacto medioambiental, la falta de información consideran que es un factor que les impide fomentar reglamentos internos que permitan contribuir con el

medioambiente, sin embargo las Pymes dedicadas a la producción consideran que su impacto es mínimo, pero pretenden en un futuro aumentar procedimientos que permitan reducir los índices de contaminación.

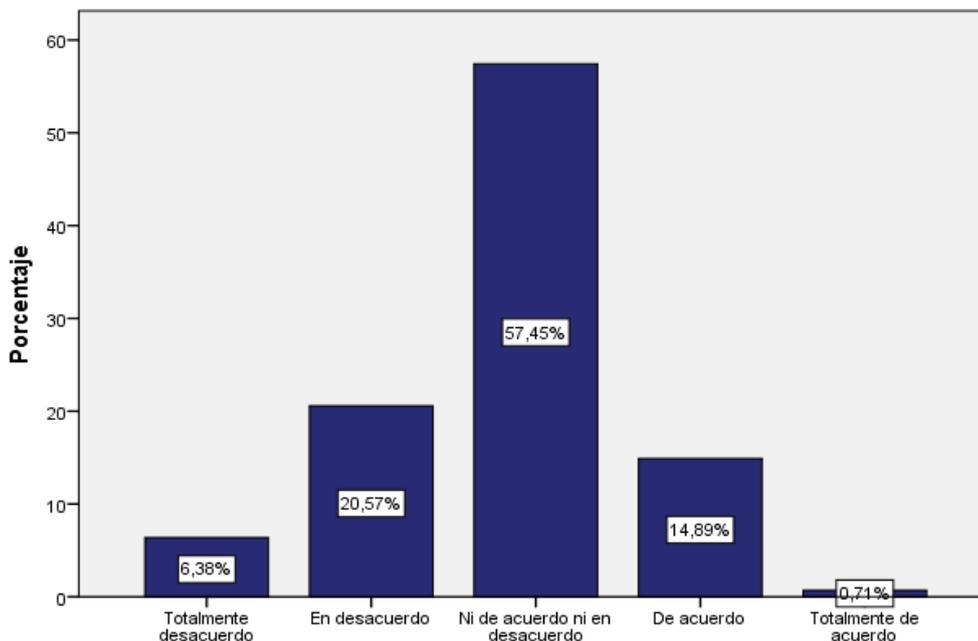
**30. ¿Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental?**

**Tabla 32.- Utilización de productos de bajo impacto ambiental**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	9	6,4	6,4	6,4
En desacuerdo	29	20,6	20,6	27,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	81	57,4	57,4	84,4
De acuerdo	21	14,9	14,9	99,3
Totalmente de acuerdo	1	,7	,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 30.- Utilización de productos de bajo impacto ambiental**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 6,38% manifestaron un total desacuerdo en la utilización de consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental, mientras el 20,57% expreso estar en

desacuerdo, el 57,45% pronuncio estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14,89% indico estar de acuerdo y tan solo el 0,71% manifestó estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes en el cantón Milagro manifestaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo con la utilización de productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental, debido a que eso significaría un incremento en los productos finales para la venta, manifiesta que la sociedad todavía prioriza el ahorro económico en relación con ocasionar un bajo impacto ambiental.

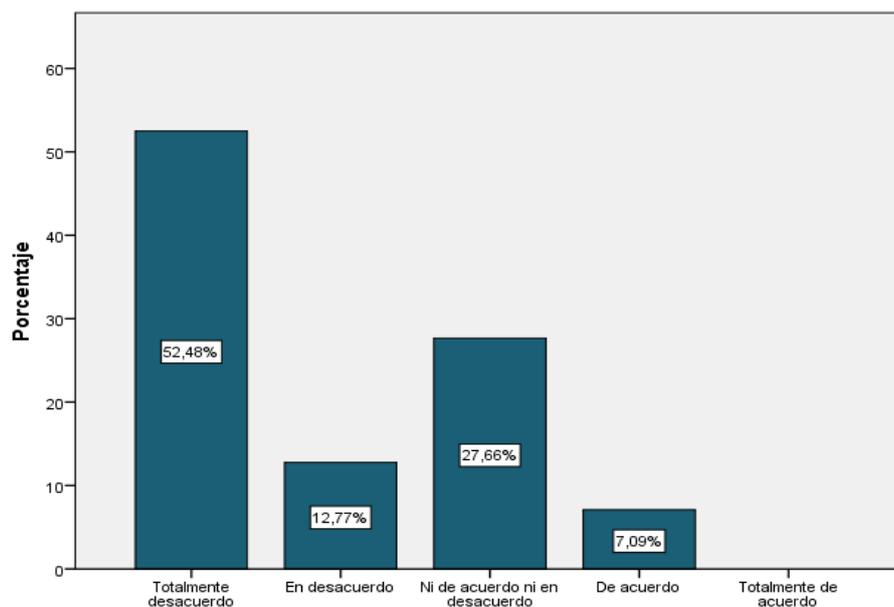
### 31. ¿Consideramos el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia?

**Tabla 33.- El ahorro de energía permite lograr mayores niveles de eficacia**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	74	52,5	52,5	52,5
En desacuerdo	18	12,8	12,8	65,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	27,7	27,7	92,9
De acuerdo	10	7,1	7,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 31.- El ahorro de energía permite lograr mayores niveles de eficacia**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

El 52,48% de las pymes en el cantón Milagro están totalmente desacuerdo con el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia, mientras el 12,77% se manifiesta en desacuerdo, el 27,66% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7,09% expresa estar de acuerdo y ninguna empresa manifestó estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes en el cantón Milagro consideran que el ahorro energético perjudicaría la producción de sus productos o la prestación de sus servicios, sin embargo consideran que podrían realizar una reducción en el consumo de energía pero sin ocasionar tardíos en las producciones. Se debe meditar que usar eficientemente la energía significa aprovecharlas en actividades necesarias y conseguir realizar las actividades empresariales con el mínimo de consumo permisible.

### 32. ¿Valoramos positivamente la introducción de fuentes de energía alternativas?

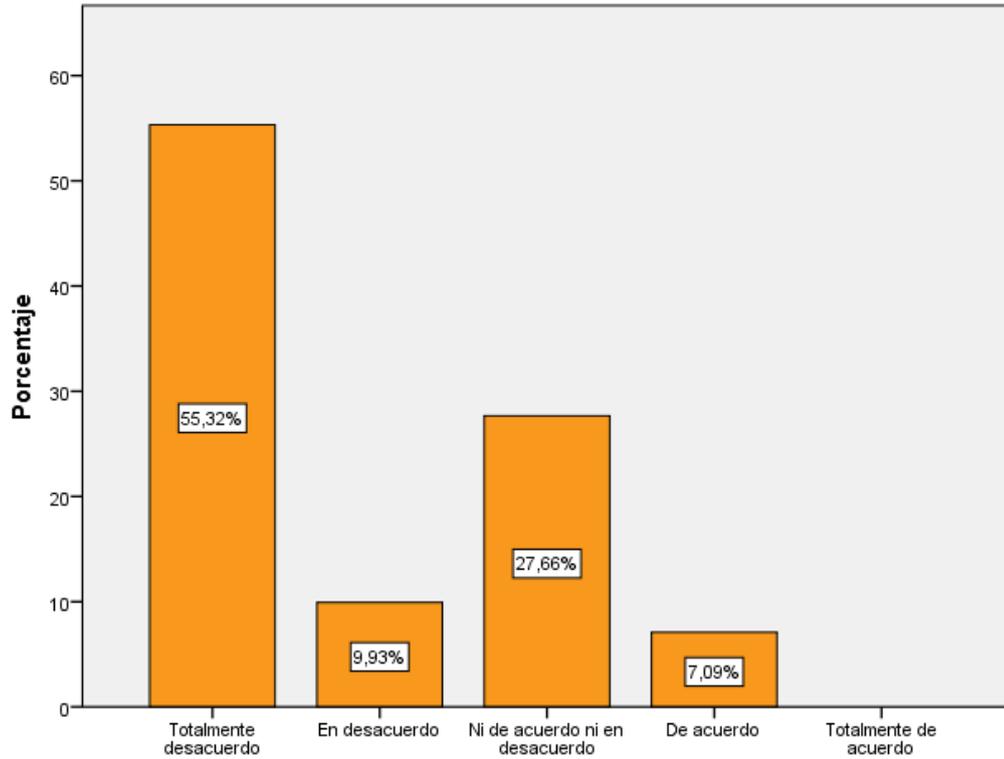
**Tabla 34.- Introducción de fuentes de energía alternativas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	78	55,3	55,3	55,3
En desacuerdo	14	9,9	9,9	65,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	27,7	27,7	92,9
De acuerdo	10	7,1	7,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 32.- Introducción de fuentes de energía alternativas**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 55,32% manifiestan un total desacuerdo en la introducción de fuentes de energía alternativas en la producción de la empresa o prestación de servicios, mientras el 9,93% se encuentra en desacuerdo, el 27,66% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 7,09% manifestaron estar de acuerdo.

**Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las pymes en el cantón Milagro manifestaron que utilizar fuentes de energía alternativas generaría gastos adicionales para la institución, encontrándose por el momento, limitados a la energía que se encuentra disponible en el mercado del cantón Milagro.

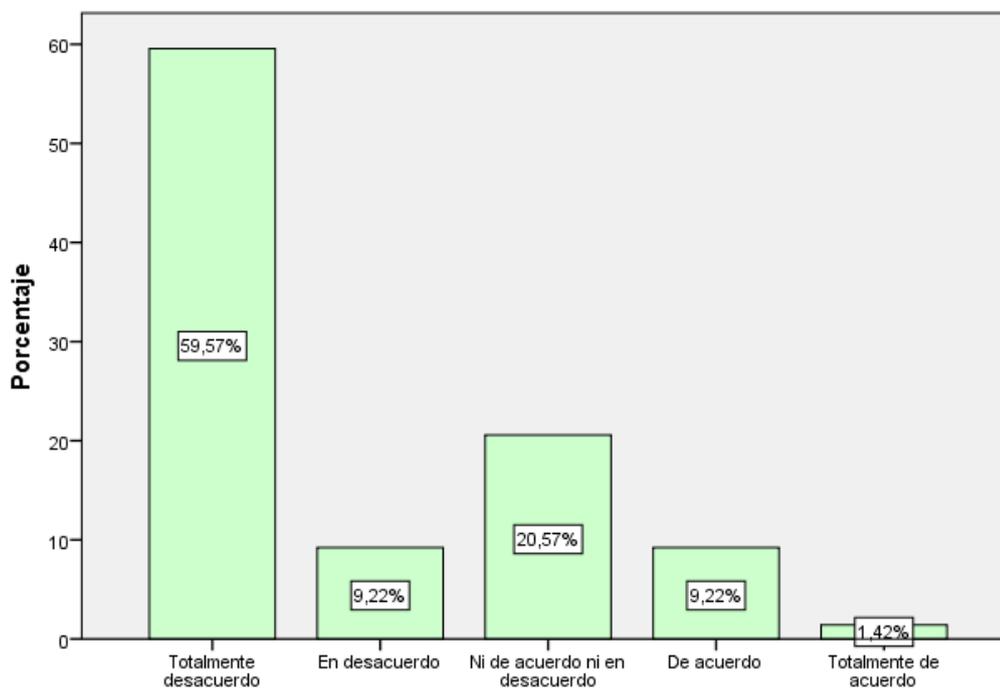
### 33. ¿Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural?

**Tabla 35.- Participación en actividades relacionadas con el medioambiente**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	84	59,6	59,6	59,6
En desacuerdo	13	9,2	9,2	68,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	20,6	20,6	89,4
De acuerdo	13	9,2	9,2	98,6
Totalmente de acuerdo	2	1,4	1,4	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 33.- Participación en actividades relacionadas con el medioambiente**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

#### Lectura interpretativa:

El 59,57% se encuentran totalmente desacuerdo en participar en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural, mientras el 9,22% manifiestan estar en desacuerdo, el 20,57% se expresan ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9,22% consideran estar de acuerdo, y el 1,42% indican totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las pymes del cantón Milagro mencionan total desacuerdo en la participación en actividades relacionadas con la protección y mejora del entorno natural, considerando que las campañas para promover el cuidado medioambiental generarían gastos a la empresa que podrían no recuperarse, además consideran que el personal invertiría tiempo en las campañas y posiblemente descuidando sus áreas de trabajo.

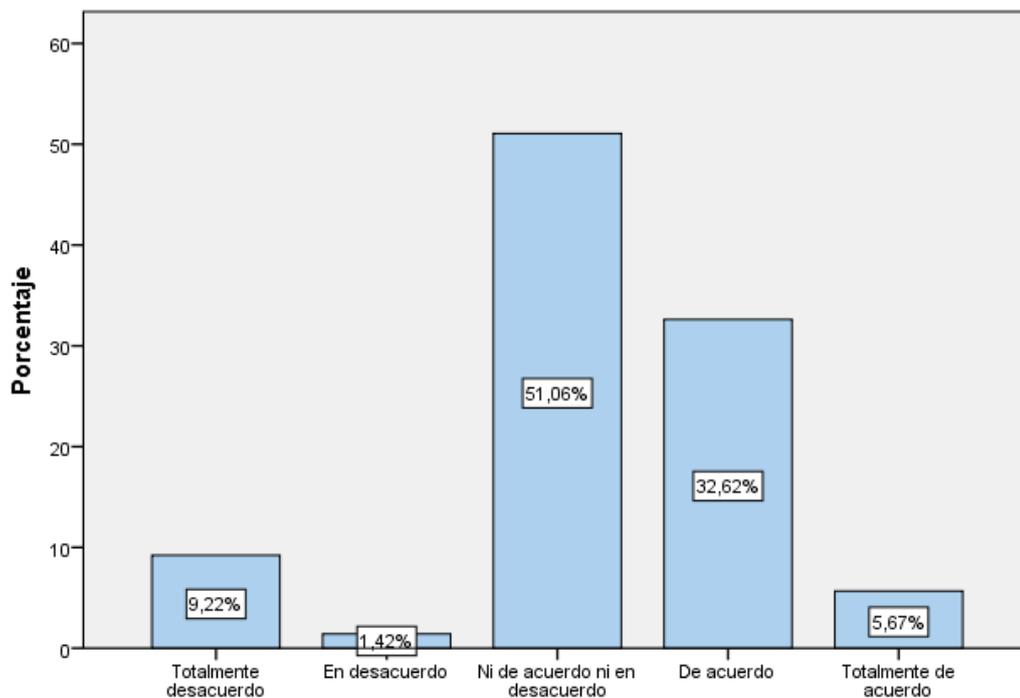
### 34. ¿Somos conscientes de que las empresas deben planificar sus inversiones en reducción del impacto?

**Tabla 36.- Concientización de las empresas en la reducción del impacto ambiental**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	13	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	2	1,4	1,4	10,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	51,1	51,1	61,7
De acuerdo	46	32,6	32,6	94,3
Totalmente de acuerdo	8	5,7	5,7	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 34.- Concientización de las empresas en la reducción del impacto ambiental**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

El 9,22% consideran un total desacuerdo que las empresas deben planificar sus inversiones en reducción del impacto, el 1,4% se manifiestan en desacuerdo, mientras el 51,06% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 32,62% se expresan de acuerdo y el 5,67% se encuentra totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Las Pymes encuestadas en el Cantón Milagro expresan es importante planificar sus inversiones en reducción del impacto medioambiental, pero no están de acuerdo en los gastos que se generaría a la empresa, mencionan que si incrementan una reducción en el impacto medioambiental, los consumidores todavía no se encontrarían en la capacidad de apoyar la campaña, ocasionando que cambien de producto por uno de menor costo sin importar el impacto que éste ocasione a la sociedad.

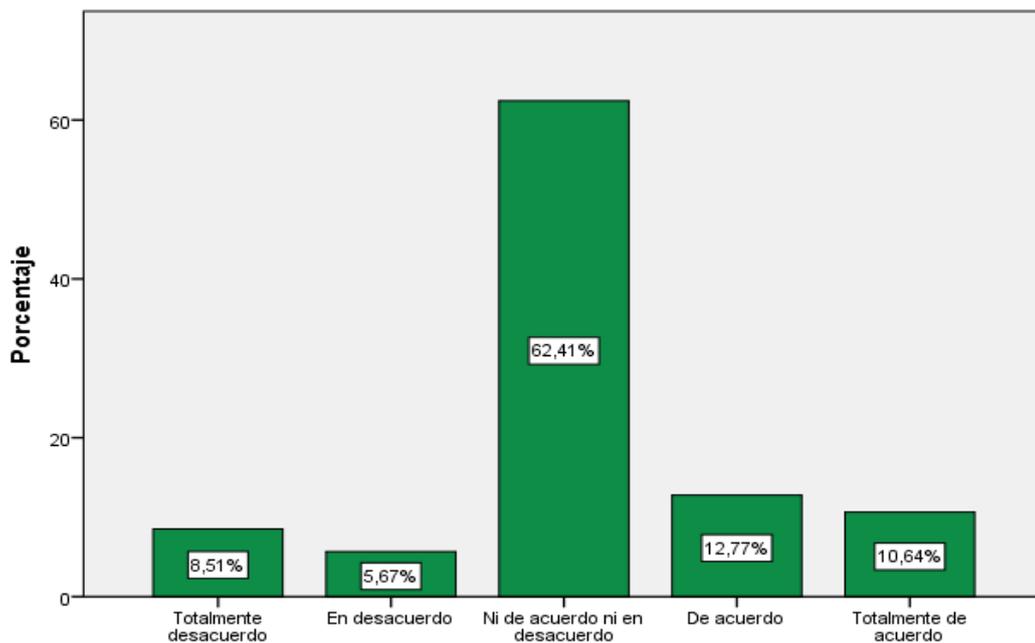
### 35. ¿Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales?

**Tabla 37.- Criterio a favor de la reducción de gases, residuos y reciclaje de materiales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	12	8,5	8,5	8,5
En desacuerdo	8	5,7	5,7	14,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	88	62,4	62,4	76,6
De acuerdo	18	12,8	12,8	89,4
Totalmente de acuerdo	15	10,6	10,6	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 35.- Criterio a favor de la reducción de gases, residuos y reciclaje de materiales**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

#### **Lectura interpretativa:**

El 8,51% se encuentran totalmente desacuerdo en la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales, mientras el 5,67% manifiesta estar en desacuerdo, el 62,41% se expresan ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12,77% indican estar de acuerdo, y el 10,64% están totalmente de acuerdo.

#### **Análisis crítico**

Las Pymes en el Cantón Milagro consideran que es importante la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales, pero en el proceso de la producción les impide realizar una completa reducción de lo mencionada anteriormente, por ello tratan de contribuir con la sociedad de diferentes maneras para compensar la emisión de contaminantes al medio ambiente.

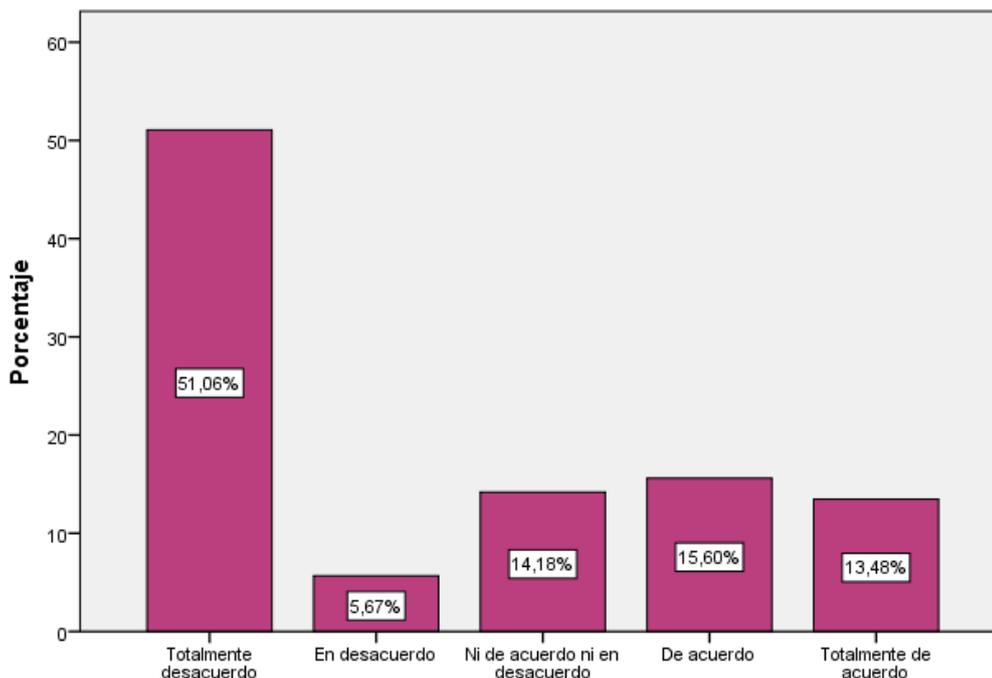
**36. ¿Tenemos una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos?**

**Tabla 38.- Utilización, compra o producción de artículos ecológicos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	72	51,1	51,1	51,1
En desacuerdo	8	5,7	5,7	56,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	14,2	14,2	70,9
De acuerdo	22	15,6	15,6	86,5
Totalmente de acuerdo	19	13,5	13,5	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 36.- Utilización, compra o producción de artículos ecológicos**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El 51,06% manifiesta totalmente desacuerdo para la predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos, el 5,67% indica estar en desacuerdo, el 14,18% se expresa ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15,60% manifiesta estar de acuerdo y el 13,48% indica totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados de las encuestas obtenidos manifiestan el desacuerdo con la utilización compra o producción de artículos ecológicos, debido al incremento que se debe realizar al producto o servicio final, consideran que el aumento del precio reprobarían los consumidores, consideran con el transcurso del tiempo la concientización en la sociedad aumente para ofrecer productos o servicios a sus clientes con una excelente calidad y pensando en el medioambiente.

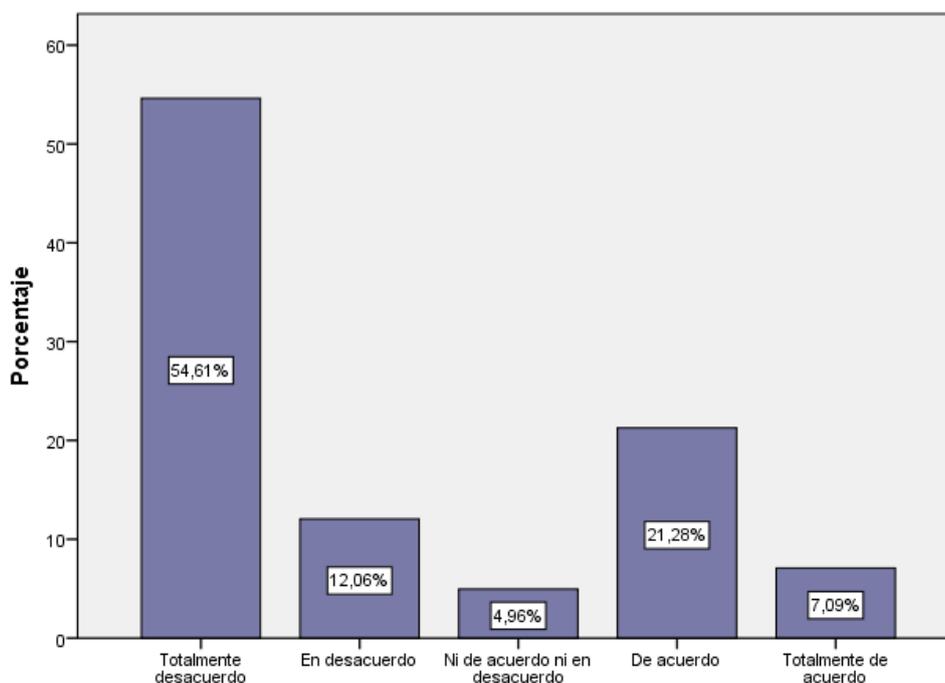
### 37. ¿Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables?

**Tabla 39.- Uso de envases y embalajes reciclables**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	77	54,6	54,6	54,6
En desacuerdo	17	12,1	12,1	66,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	5,0	5,0	71,6
De acuerdo	30	21,3	21,3	92,9
Totalmente de acuerdo	10	7,1	7,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 37.- Uso de envases y embalajes reciclables**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

### Lectura interpretativa:

El 54,61% manifiestan estar totalmente desacuerdo en el uso de envases y embalajes reciclables, mientras el 12,06% consideran estar en desacuerdo, el 4,96% expresaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21,28% indico estar de acuerdo y el 7,09% totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados obtenidos de las encuestas a las Pymes en el Cantón Milagro expresaron que sería de importancia contribuir con el medioambiente con la utilización de envases y embalajes reciclables, pero la cultura de la sociedad aún no se encuentra preparada para asumir retos, como de pagar más por un producto o servicio con la finalidad de contribuir al cuidado y protección ambiental.

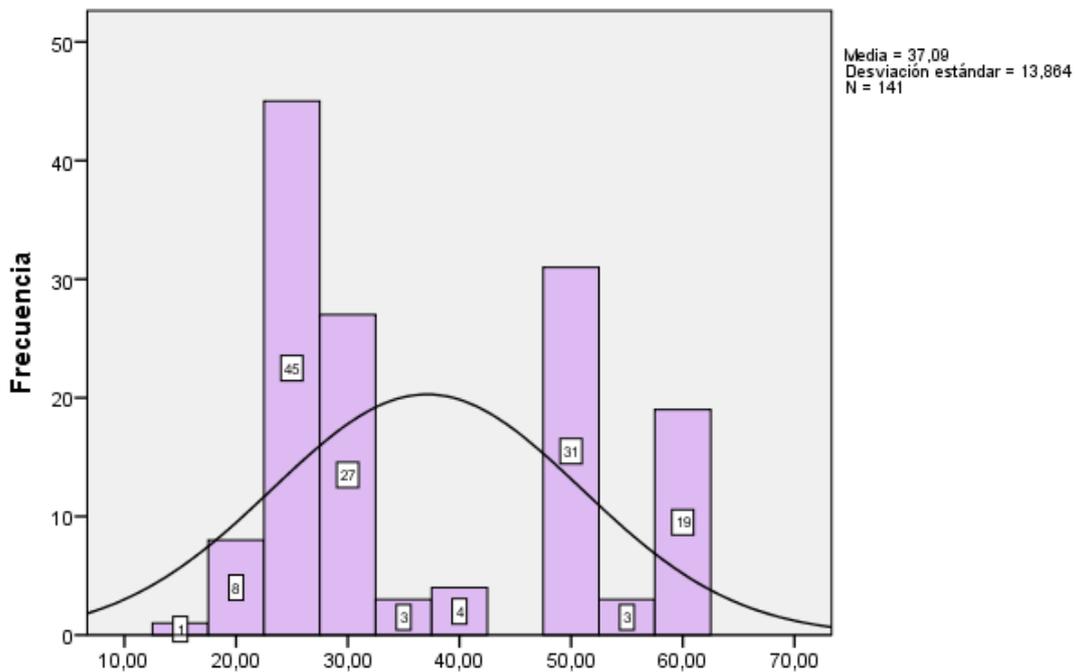
**38. La dimensión social se centra en las prácticas laborales (no discriminación de los empleados), respeto a los derechos humanos y cooperación social (contribución de la empresa a la mejora de la calidad de vida en todas las regiones donde opera).**

**Tabla 40.- Contribución de la empresa a la mejora de la calidad de vida**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 15,00	1	0,7	0,7	0,7
20,00	8	5,7	5,7	6,4
25,00	45	31,9	31,9	38,3
30,00	27	19,1	19,1	57,4
35,00	3	2,1	2,1	59,6
40,00	4	2,8	2,8	62,4
50,00	31	22,0	22,0	84,4
55,00	3	2,1	2,1	86,5
60,00	19	13,5	13,5	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 38.- Dimensión económica y su contribución en la empresa a la mejora de la calidad de vida**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El resultado de las encuestas realizadas a las pymes en el Cantón Milagro sobre la dimensión social considera que se centra en las prácticas laborales respecto a los derechos humanos y cooperación social, considerando la valoración de la pregunta en una escala de uno a cien puntos se obtuvo los siguientes resultados, la pregunta con valoraciones mayores de puntuaciones, 45 pymes manifiestan estar de acuerdo con una estimación de 25 puntos, 31 pymes valoran la pregunta con una puntuación de 50 puntos y 27 Pymes consideran que la pregunta debe tener una valoración de 30 puntos.

**Análisis crítico**

Los resultados generados de las encuestas indican que un mayor número de pymes consideran que la pregunta sobre la dimensión social en las prácticas laborales respecto a los derechos humanos y cooperación social debe tener una valoración con menor impacto en la gestión de una empresa.

**39. La dimensión económica se centra en obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos, la relación de la empresa con sus clientes y proveedores, entre otros.**

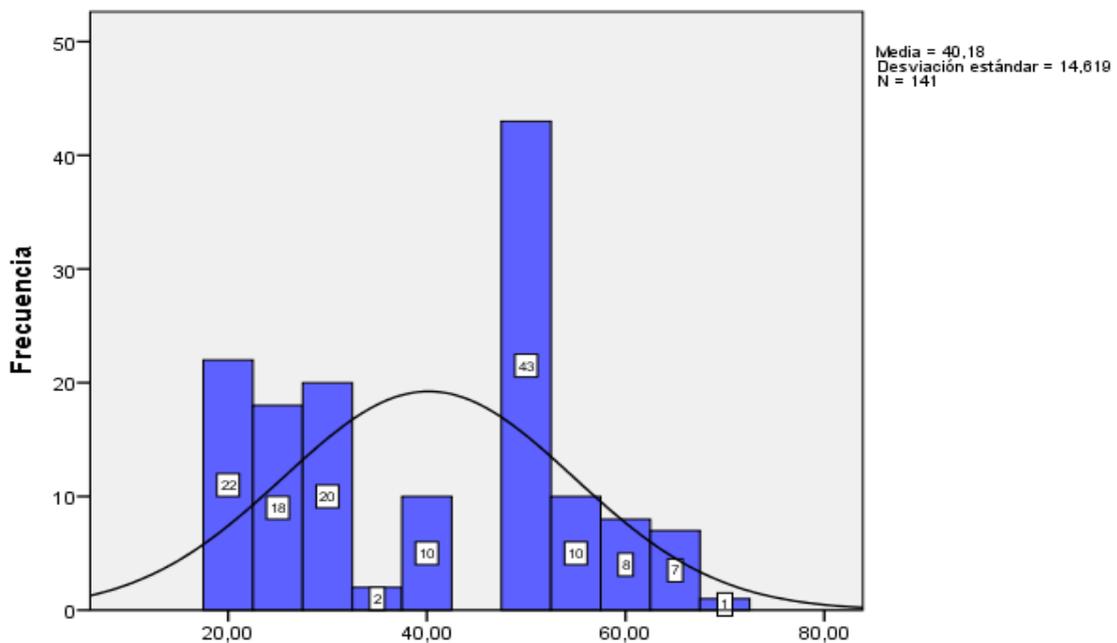
**Tabla 41.- Dimensión económica y la obtención de mayores beneficios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20,00	22	15,6	15,6	15,6
	25,00	18	12,8	12,8	28,4
	30,00	20	14,2	14,2	42,6
	35,00	2	1,4	1,4	44,0
	40,00	10	7,1	7,1	51,1
	50,00	43	30,5	30,5	81,6
	55,00	10	7,1	7,1	88,7
	60,00	8	5,7	5,7	94,3
	65,00	7	5,0	5,0	99,3
	70,00	1	,7	,7	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Gráfico 39.- Dimensión económica y la obtención de mayores beneficios**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

El resultado de las encuestas realizadas a las pymes en el Cantón Milagro sobre la dimensión económica en obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos, la relación de la empresa con sus clientes y proveedores, entre otros, se considera la valoración de la pregunta

en una escala de uno a cien puntos, se obtuvo los siguientes resultados, la pregunta con valoraciones mayores de puntuaciones, 43 pymes manifiestan estar de acuerdo con una estimación de 50 puntos, 22 pymes expresan que la valoración de la pregunta debe ser de 20 puntos y 20 Pymes consideran que la pregunta debe tener una valoración de 30 puntos.

### **Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas a las pymes en el cantón Milagro indican que un mayor número de pymes consideran que la pregunta sobre la dimensión económica en obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos, la relación de la empresa con sus clientes y proveedores, entre otros, debe tener una valoración con mayor impacto en la gestión de una empresa.

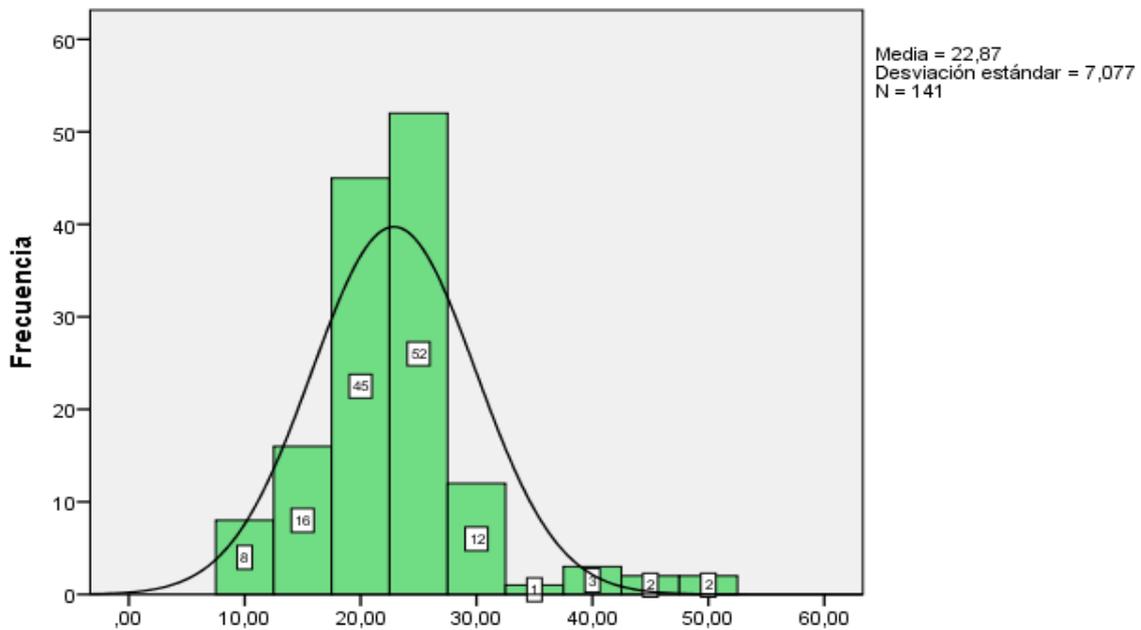
**40. La dimensión medioambiental incluye prácticas como reducción de despilfarro de recursos; tener un código ético de conducta; publicar un informe anual medioambiental y realizar inversiones en Investigación y Desarrollo para hacer un proceso productivo más compatible con el medioambiente.**

**Tabla 42.- Dimensión medioambiental y la reducción de despilfarro de recursos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 10,00	8	5,7	5,7	5,7
15,00	16	11,3	11,3	17,0
20,00	45	31,9	31,9	48,9
25,00	52	36,9	36,9	85,8
30,00	12	8,5	8,5	94,3
35,00	1	,7	,7	95,0
40,00	3	2,1	2,1	97,2
45,00	2	1,4	1,4	98,6
50,00	2	1,4	1,4	100,0
Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 40.- Dimensión medioambiental y la reducción de despilfarro de recursos**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

El resultado de las encuestas realizadas a las pymes en el Cantón Milagro sobre la dimensión medioambiental para reducir el despilfarro de recursos; tener un código ético de conducta; publicar un informe anual medioambiental y realizar inversiones en Investigación y Desarrollo para hacer un proceso productivo más compatible con el medioambiente, se considera la valoración de la pregunta en una escala de uno a cien puntos, y se obtuvo los siguientes resultados, la pregunta con valoraciones mayores de puntuaciones, 52 pymes manifiestan que la valoración de la pregunta debe ser de 25 puntos, 45 pymes consideran que la valoración de la pregunta debe ser de 20 puntos y 16 Pymes consideran que la pregunta debe tener una valoración de 15 puntos.

### **Análisis crítico**

Los resultados generados de las encuestas indican que un menor número de pymes consideran que la pregunta sobre la dimensión medioambiental para reducir el despilfarro de recursos; tener un código ético de conducta; publicar un informe anual medioambiental y realizar inversiones en Investigación y Desarrollo para hacer un proceso productivo más compatible con el medioambiente, debe tener una valoración con menor impacto en la gestión de una empresa.

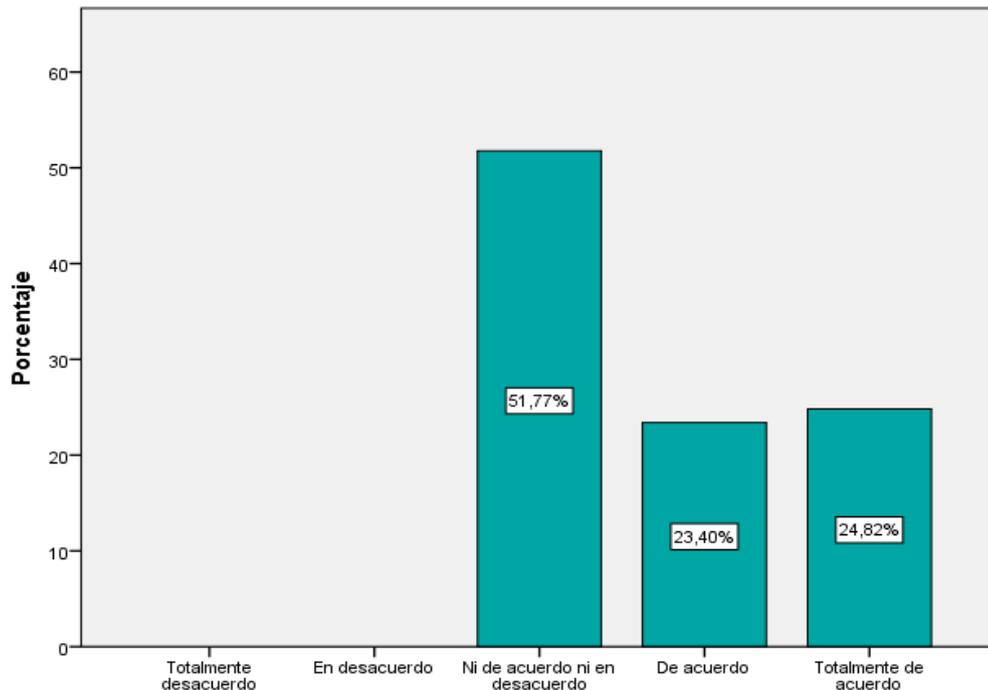
**41. ¿La responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de la empresa?**

**Tabla 43.- La RSE influye en el éxito competitivo de la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	51,8	51,8	51,8
	De acuerdo	33	23,4	23,4	75,2
	Totalmente de acuerdo	35	24,8	24,8	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 41.- La RSE influye en el éxito competitivo de la empresa**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
Elaborado por: Rudy Briones

**Lectura interpretativa:**

Ninguna Pymes en el Cantón Milagro manifiesta un desacuerdo con que la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de la empresa, mientras que el 51,77% expresan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 23,40% indican estar de acuerdo y el 24,82% manifiestan estar totalmente de acuerdo.

### Análisis crítico

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las Pymes en el Cantón Milagro manifiestan estar de acuerdo con que la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de la empresa, debido a que la sociedad aun con el temor de cancelar un mayor precio por su producto o servicio, está consciente en que debe aportar a la brevedad del tiempo con el medioambiente, y una aportación es el consumo de productos y servicios que reflexionen al cuidado del ecosistema. En el mercado ya se encuentran empresas realizando campañas informativas sobre la contribución positiva de los consumidores al momento de escoger consumibles que contribuyan con el medioambiente.

#### 42. ¿La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial?

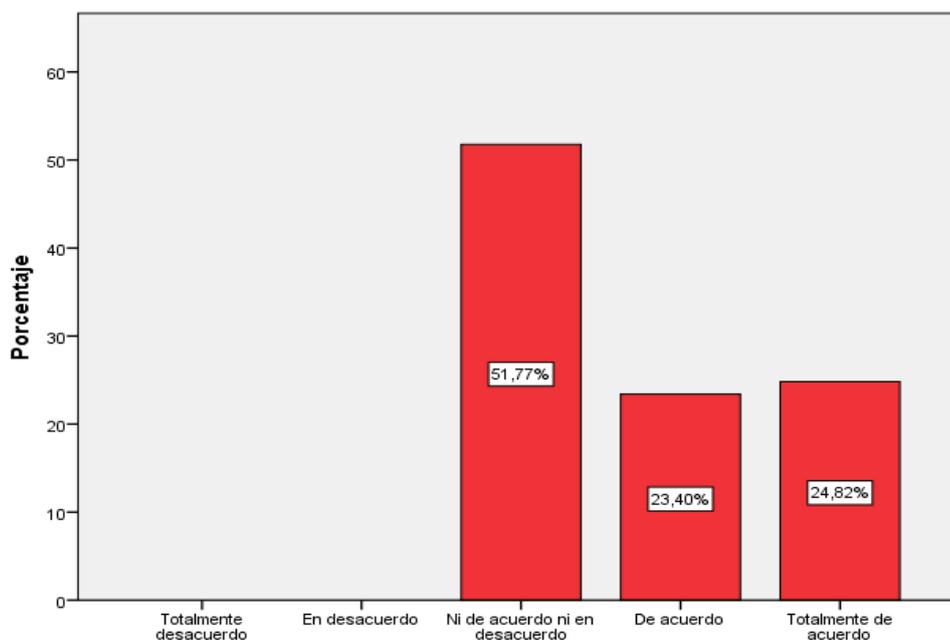
**Tabla 44.- La RSE influye positivamente en el desempeño empresarial**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	51,8	51,8	51,8
	De acuerdo	33	23,4	23,4	75,2
	Totalmente de acuerdo	35	24,8	24,8	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

**Gráfico 42.- La RSE influye positivamente en el desempeño empresarial**



Fuente: Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

Elaborado por: Rudy Briones

### **Lectura interpretativa:**

Ninguna Pymes en el Cantón Milagro manifiesta estar en total desacuerdo con que la responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial, el 51,77% manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 23,40% indican estar de acuerdo, y el 24,82% indican estar totalmente de acuerdo.

### **Análisis crítico**

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las pymes del Cantón Milagro manifestaron estar de acuerdo con que la responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial, la administración confiará en este tópico obteniendo un impacto social. Los estudios realizados en la actualidad, que han intentado relacionar las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño financiero de la empresa, han encontrado resultados favorables y desventajas para las empresas.

## 4.2. ANÁLISIS INFERENCIAL

### PRUEBA DE HIPOTESIS

**H<sub>0</sub>:** La Responsabilidad Social Empresarial No influye en el desempeño de las PYMES del cantón Milagro.

**H<sub>1</sub>:** La Responsabilidad Social Empresarial influye en el desempeño de las PYMES del cantón Milagro, generando una ventaja competitiva.

**Tabla 45.- Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental \* La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial tabulación cruzada**

			La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial			Total
			Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental	Totalmente desacuerdo	Recuento	8	1	0	9
		Recuento esperado	4,7	2,1	2,2	9,0
	En desacuerdo	Recuento	20	5	4	29
		Recuento esperado	15,0	6,8	7,2	29,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	38	17	26	81
		Recuento esperado	41,9	19,0	20,1	81,0
	De acuerdo	Recuento	7	10	4	21
		Recuento esperado	10,9	4,9	5,2	21,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	1	1
		Recuento esperado	,5	,2	,2	1,0
Total	Recuento	73	33	35	141	
	Recuento esperado	73,0	33,0	35,0	141,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

**Tabla 46.- Pruebas de chi-cuadrado**

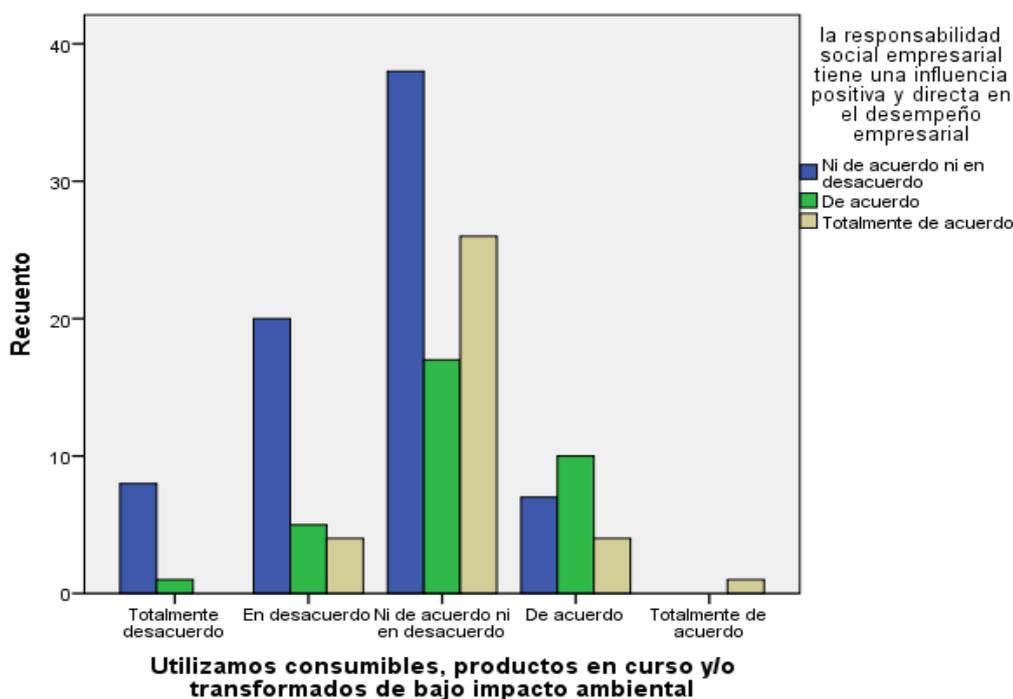
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	21,008 <sup>a</sup>	8	,007
Razón de verosimilitud	21,752	8	,005
Asociación lineal por lineal	10,032	1	,002
N de casos válidos	141		

a. 7 casillas (46,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,23.

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

De acuerdo a la tabla podemos darnos cuenta que el valor de p es 0,007, lo que significa que es menor que alfa, que tiene un valor de 0,05. Por lo tanto como  $p < \alpha$ , podemos concluir que se rechaza  $H_0$ , lo que quiere decir que La responsabilidad social empresarial influye en el desempeño de las Pymes del cantón Milagro generando una ventaja competitiva.

**Grafico 43.- Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental \* La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial tabulación cruzada**



**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

**Tabla 47.- Coeficiente de Correlación de Spearman**

**Correlaciones**

			Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental	La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial
Rho de Spearman	Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 141	,267** ,001 141
	La responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,267** ,001 141	1,000 . 141

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Rudy Briones

El coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor de 0,267; lo que quiere decir que existe una correlación positiva baja entre las dos variables.

Por otro lado, el valor de  $p = 0,001$ , lo que significa que es menor que alfa, que tiene un valor de 0,05. Por lo tanto como  $p < \alpha$ , podemos concluir que se rechaza  $H_0$ , lo que quiere decir que La responsabilidad social empresarial influye en el desempeño de las Pymes del cantón Milagro generando una ventaja competitiva.

### 4.3. PLAN DE ACCIÓN

**Tabla 48.- Plan de acción dirigido a las Pymes del Cantón Milagro**

N°	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Fomentar la formación y desarrollo profesional de los empleados de la empresa.	Realizar capacitaciones, seminarios y talleres dirigidos a la formación de los empleados.	Humano Financiero Tecnológico	Noviembre del 2018	Alta Gerencia / Dpto. de Recursos Humanos.
2	Incentivar a los empleados en la participación con la comunidad.	Realizar actividades de inclusión social y voluntariado.	Humano Financiero	Noviembre del 2018	Alta Gerencia / Dpto. de Recursos Humanos
3	Implementar programas de evaluación de desempeño.	Desarrollar programas, actividades y cuestionarios para medir el desempeño laboral de los colaboradores.	Humano Financiero Tecnológico	Noviembre del 2018	Alta Gerencia / Dpto. de Recursos Humanos
4	Realizar una buena gestión de reclamos.	Crear un área especializada en la gestión y resolución de reclamos.	Humano Financiero Tecnológico	Noviembre del 2018	Dpto. de Recursos Humanos
5	Utilización de materiales y recursos ecológicos.	Realizar compras de materiales ecológicos para la utilización en las	Humano Financiero	Noviembre del 2018	Toda la empresa

		diferentes áreas de la empresa.			
6	Contribuir a la reducción de emisión de gases, residuos y reciclaje de materiales.	Controlar el flujo de materiales reciclables para su reutilización y ahorro de costes.	Humano Financiero Materiales	Noviembre del 2018	Toda la empresa
7	Realizar una correcta distribución de los desechos.	Controlar mediante el uso puntos ecológicos (tachos reciclables) la distribución de los desechos.	Humano Financiero Materiales	Noviembre del 2018	Toda la empresa

**Fuente:** Encuesta realizada a las Pymes del Cantón Milagro  
**Elaborado por:** Rudy Briones

## **CAPÍTULO 5**

### **CONCLUSIONES**

Una vez realizado el estudio acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y la situación de las Pymes se ha podido determinar la importancia de la aplicación de prácticas responsables en la gestión de las empresas de tal manera que el estudio realizado permite concluir:

Las Pymes del Cantón Milagro que se dedican a la producción o comercialización de bienes o servicios, basan su funcionamiento preocupados en la parte legal, para evitar ser sancionados por los entes reguladores, sin considerar que una empresa responsable socialmente también examina y toma decisiones éticas, permitiendo evolucionar a la empresa, posesionarse en el mercado, producir a mayor escala y que la imagen corporativa gane una reputación merecedora de reconocimientos.

Generar una mentalidad socialmente responsable, es un reto que deben considerar las Pymes en el cantón Milagro, como la realización de proyectos sociales destinados a la comunidad, la motivación al personal a participar en actividades sin fines de lucro generan oportunidades de ventajas competitivas, sin embargo existen Pymes que tienen confusión al momento de aplicarlas y consideran que los empleados posiblemente descuiden las actividades empresariales por presentarse de voluntariado.

Las Pymes en el cantón Milagro indican que a los empleados que laboran en las instalaciones son valorados por el esfuerzo realizado para el bien común de la empresa, además mencionan la generación garantías a su seguridad laboral e incentivos para reconocer los méritos como aportaciones laborales, pero los beneficios manifestados ya se encuentran estipulados legalmente, no existen otros incentivos que sean generados netamente por las empresas, como planes de pensiones para los empleados, entre otros.

La capacidad de minimizar el impacto medioambiental consideran las Pymes que son factores manipulables pero que la falta de información influye en el impedimento para crear reglamentos internos que permitan contribuir con el medioambiente, sin embargo las Pymes dedicadas a la producción o prestación de servicios consideran que su impacto es mínimo,

pero pretenden desarrollar procedimientos a un futuro que les permita reducir los índices de contaminación.

Los resultados obtenidos manifiestan que de las 141 Pymes encuestadas, 102 pequeñas empresas constan de un menor número de empleados y reciben ingresos menores anuales, estas empresas consideran que la implementación de campañas y publicidad para reducir el impacto medioambiental, ocasionaría en los consumidores un desacuerdo ocasionando posiblemente que cambien de producto por uno de menor costo sin importar el impacto que éste ocasione a la sociedad o al medioambiente.

Un total de 39 empresas medianas, con mayor número de empleados y que poseen mayores ingresos anuales consideran que la responsabilidad social empresarial beneficia a la empresa como a los consumidores, debido a que en la actualidad el impacto medioambiental es una preocupación mundial, y la susceptibilidad de los consumidores permiten a las empresas desarrollar estrategias de marketing utilizando consumibles, productos transformados de bajo impacto ambiental, la reducción de energía y la utilización de fuentes de energía alternativas.

Mediante el análisis inferencial, se pudo demostrar la relación que existe entre la implementación de la RSE y el desempeño de las PYMES del cantón Milagro, generando esta una ventaja competitiva. Según el análisis realizado en el Programa SPSS Statistics se obtiene un valor de chi cuadrado de 21,008. Donde se puede concluir que dentro del rango 0 – 15,507 el resultado obtenido está fuera de este rango, el cual se denomina zona de rechazo con un valor de 21,008. Con este valor obtenido se rechaza la Hipótesis nula ( $H_0$ ), el cual expone que la RSE no influye en el desempeño de las Pymes del Cantón Milagro, y se acepta la Hipótesis alternativa ( $H_1$ ) que explica que la RSE tiene una influencia positiva y directa en el desempeño de las Pymes del Cantón Milagro, logrando generar una ventaja competitiva.

Para concluir, la aplicación de prácticas responsables en la gestión empresarial de las Pymes permite a los empresarios tener conciencia acerca de las actividades que realizan y las consecuencias que traen al medio donde ejecutan sus operaciones, ya sea que afecte a la sociedad o medioambiente. Los resultados de la investigación efectuada permitirán a nuevas y actuales Pymes tener conocimiento de las ventajas competitivas que obtienen al implementar prácticas socialmente responsables.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Superintendencia de Compañías. (2010). *Resolucion SUPER CIAS PYMES*. Obtenido de Clasificación de las PYMES, de acuerdo a la Normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente: <http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12.%20Resolucion%20SUPER%20CIAS%20PYMES%20-%20SC-INPA-UA-G-10-005.pdf>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*(32), 1-26.
- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de Investigación Social* (24° ed.). Buenos Aires: LUMEN.
- Arcas , N., & Briones, A. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial de las Organizaciones de la Economía Social. Valoración de la misma en las empresas de la Región de Murcia*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/174/17412326007/>
- Argandoña, Antonio. (noviembre de 2006). *Responsabilidad Social de la empresa y Gobierno corporativo*. Obtenido de IESE Business School: <https://www.iese.edu/research/pdfs/op-07-09.pdf>
- Arias, F. (1999). *Google Books*. (E. Episteme, Ed.) Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=88buBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=tipos+de+investigacion+cientifica&ots=0a8CoO4Tt7&sig=Jb4F9--P70HPThyZIXingOVOI7Q#v=onepage&q&f=false>
- Astete, A., & Muñoz, M. (21 de Junio de 2016). *ACADEMIA*. Obtenido de [http://www.academia.edu/26516661/MIs\\_-\\_tipos\\_de\\_investigacion](http://www.academia.edu/26516661/MIs_-_tipos_de_investigacion)
- Bernal, C. (2010). *Repositorio Universidad de Ciencias Comerciales* (Tercera ed.). (O. Palma, Ed.) Pearson Educación. Obtenido de [i/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=245&Itemid=1](http://index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=245&Itemid=1)
- Cajiga, J. (2013). *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Obtenido de Cemefi Centro Mexicano para la Filantropía: [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). Obtenido de [http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta\\_Societaria\\_Junio\\_2017.pdf](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)
- Cancino, C., & Mario, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. (D. Docente, Ed.) Universidad de Chile. Obtenido de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino\\_Morales\\_2008.pdf](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf)
- Cardozo, E., Velazquez, Y., & Rodríguez, C. (Julio de 2012). *10th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology* . Obtenido de Revisión de

la definición de PYME en América Latina:  
[https://www.researchgate.net/publication/260188935\\_Revision\\_de\\_la\\_definicion\\_de\\_PYME\\_en\\_America\\_Latina](https://www.researchgate.net/publication/260188935_Revision_de_la_definicion_de_PYME_en_America_Latina)

Cegarra Sánchez, J. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Díaz de Santos S.A. Obtenido de [https://www.imosver.com/es/ebook/metodologia-de-la-investigacion-cientifica-y-tecnologica\\_E0000650724#](https://www.imosver.com/es/ebook/metodologia-de-la-investigacion-cientifica-y-tecnologica_E0000650724#)

CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (Diciembre de 2015). *Asamblea Nacional*. Obtenido de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Correa, J. (Diciembre de 2007). EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CONCEPTOS DE. *Revista Semestre Económico*, 10(20), 87-102. Obtenido de <http://repository.udem.edu.co:8080/bitstream/handle/11407/975/Evoluci%C3%B3n%20hist%C3%B3rica%20de%20los%20conceptos%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial%20y%20balance%20social.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Correa, M. E. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial* (Vol. 85). United Nations Publications. Obtenido de United Nations Publications:  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/1/S044214\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/1/S044214_es.pdf)

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-13. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.132>

Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación: Fundamentos y Metodología* (Segunda ed.). (M. Núñez, Ed.) México: PEARSON EDUCACIÓN.

DTTL. (2015). *Deloitte Touche Tohmatsu Limited*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ec/Documents/deloitte-analytics/Estudios/RSC.pdf>

Freeman, E., & McVea, J. (s.f.). *Un stakeholder: enfoque a la gestión estratégica*. Obtenido de ResearchGate:  
[https://www.researchgate.net/publication/228320877\\_A\\_Stakeholder\\_Approach\\_to\\_Strategic\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/228320877_A_Stakeholder_Approach_to_Strategic_Management)

Gallardo Vazquez, D. A., & Sánchez Hernández, M. I. (2013). análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*(38), 14-31. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4288199>

García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica* (Segunda ed.). Madrid: ESIC editorial. Obtenido de

[http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/76/recen05.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/76/recen05.pdf)

González, E. (2007). La teoría de los "stakeholders": un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS: revista de filosofía y teología*, II(17), 205-224. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>

Grande, I., & Abascal, E. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC Editorial.

Instituto ETHOS. (2006). *Ciencia y Técnica Administrativa*. Obtenido de Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial 2006: [http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334\\_as\\_indicadores\\_ethos.pdf](http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_indicadores_ethos.pdf)

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. (2005). *Respositorio Universidad Peruana Cayetano Heredia*. Obtenido de Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial : <https://durs.cayetano.edu.pe/images/Biblio/HerramientasRSU/HerramientasGestion/indicadoresrseethos.pdf>

Lima, M., & López, M. (Diciembre de 2012). *CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL*. (S. Loro, & F. CODESPA, Edits.) Obtenido de Alianza para el Desarrollo Iniciativas de Reducción de la Pobreza Eficientes y Sostenibles a Través de una Cooperación Innovadora entre ONG, PERSONAS, Sector Público y Universidades del Ecuador: <http://www.redceres.org/wp-content/uploads/2013/09/Informaci%C3%B3n-Transversal-sobre-la-RSE-Ecuador.pdf>

López, A., Contreras, R., & Molina, R. (Diciembre de 2011). *La Responsabilidad Social como estrategia de competitividad en el sector alimentario*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/205/20521435012.pdf>

Martínez, H. (2010). *Responsabilidad Social y ética empresarial* (Primera ed.). Bogotá: ECOE EDICIONES. Obtenido de <https://edoc.site/r35p0n54b111d4d-50c14l-y-3t1c4-pdf-free.html>

Ministerio del Ambiente y Agua. (2004). *Ministerio del Ambiente y Agua*. Obtenido de LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Momberg, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Como Ventaja Competitiva*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/436.zip>

Murillo, C., Fajardo, H., Serrano, H., & Yance, C. (2015). *Estrategias de la Responsabilidad social corporativa aplicables en la gestión de los administradores de las PYMES de*

- la ciudad de Milagro*. Obtenido de Repositorio Universidad Espíritu Santo: <http://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/51/51>
- OIT. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo*. Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_358292.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_358292.pdf)
- OIT. (2016). *Formalización de las PYME en las cadenas de valor en América Latina: ¿cuál es la función de las empresas multinacionales?* Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_548320.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_548320.pdf)
- OIT. (s.f.). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de Declaración EMN: [https://www.ilo.org/empent/areas/mne-declaration/WCMS\\_577717/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/empent/areas/mne-declaration/WCMS_577717/lang--es/index.htm)
- ORSALC. (2010). *UNESCO*. Obtenido de OBSERVATORIO REGIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: <http://www.unesco.org.ve/documents/ISO%2026000.pdf>
- Pacto Mundial. (14 de abril de 2015). *Pacto Mundial*. Obtenido de Red Española: <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- Pesántez, M. (2013). *Análisis de la Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial y ventaja competitiva aplicada al sector agroindustrial Ecuatoriano*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2556/1/09744.PDF>
- Puerto, D., & Aguilera, A. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002)
- Reinosa, D. (2 de Diciembre de 2013). *Análisis de las Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial adoptadas Por "Mapa, C.A"*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545894006.pdf>
- Salinas, P. (2012). *Repositorio Universidad de Los Andes Mérida*. Obtenido de Facultades de Ingeniería, Medicina, Odontología y Ciencias Forestales y Ambientales: [http://www.academia.edu/download/41286431/metodologia\\_investigacionPARA\\_DEFINIR\\_PARTE\\_DEL\\_CAPITULO\\_3.pdf](http://www.academia.edu/download/41286431/metodologia_investigacionPARA_DEFINIR_PARTE_DEL_CAPITULO_3.pdf)
- Server Izquierdo, R., & Villalonga Grañana, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC - España*(53), 137-161. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/174/17405311/>

- Solís González, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis Económico*, XXIII(53). Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/413/41311449011/>
- Solís, J. (Enero de 2008). *Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41311449011>
- Sotelo, J. (2017). *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MyPES*. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/406961/TJLFSR1de1.pdf?Sequence=1&isallowed=y>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2011). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- WBCSD. (2002). *WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Obtenido de <https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcd-csr-primer.pdf>

## ANEXOS

### FORMATO PARA ENCUESTAS

**Universidad Estatal de Milagro**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales**  
**Carrera de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría**

Estimado empresario, en un intento por definir y validar una escala de medida, para la orientación de las PYMES ecuatorianas a la Responsabilidad Social, le pedimos nos ayude a conocer la percepción que usted tiene sobre la **Responsabilidad Social** en su organización.

**Marque con una X las respuestas a las siguientes preguntas:**

**El número de empleados en su empresa está:**

- Entre 1 a 9 trabajadores  
 Entre 10 a 49 trabajadores  
 Entre 50 a 199 trabajadores  
 Más de 200 trabajadores

**Los ingresos de su empresa son:**

- Menores a \$ 100.000  
 Entre \$ 100.001 y \$ 1.000.000  
 Entre \$ 1.000.001 y \$ 5.000.000  
 Superiores a \$ 5.000.001

Responda este cuestionario de manera sincera, evaluando cada pregunta en una escala del 1 al 5, siendo (1) totalmente en desacuerdo (☹), (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo, y (5) totalmente de acuerdo (☺). MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN.

V01	Estamos a favor de la contratación de personas en riesgo de exclusión social	☹	1	2	3	4	5	☺
V02	Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial	☹	1	2	3	4	5	☺
V03	Nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de los empleados	☹	1	2	3	4	5	☺
V04	Pagamos salarios por encima de la media del sector	☹	1	2	3	4	5	☺
V05	El salario de los empleados está relacionado con las competencias y su rendimientos	☹	1	2	3	4	5	☺
V06	Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales	☹	1	2	3	4	5	☺
V07	Estamos comprometidos con la creación de empleo (aceptación de becarios, creación de nuevos puestos...	☹	1	2	3	4	5	☺
V08	Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados	☹	1	2	3	4	5	☺
V09	Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal	☹	1	2	3	4	5	☺
V10	Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa	☹	1	2	3	4	5	☺
V11	Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados	☹	1	2	3	4	5	☺
V12	Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad	☹	1	2	3	4	5	☺
V13	Animamos a los empleados a participar en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG	☹	1	2	3	4	5	☺
V14	Los mecanismos de diálogo con los empleados son dinámicos	☹	1	2	3	4	5	☺
V15	Somos conscientes de la importancia de contar con planes de pensiones para los empleados	☹	1	2	3	4	5	☺
V16	Nos preocupamos por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a nuestros clientes	☹	1	2	3	4	5	☺
V17	Nuestros productos y/o servicios cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad	☹	1	2	3	4	5	☺

V18	Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida	⊗	1	2	3	4	5	☺
V19	La garantía de nuestros productos y/o servicios es más amplia que la de la media del mercado	⊗	1	2	3	4	5	☺
V20	Proporcionamos a los clientes información completa y precisa sobre nuestros productos y/o servicios	⊗	1	2	3	4	5	☺
V21	El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de nuestra gestión	⊗	1	2	3	4	5	☺
V22	Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores	⊗	1	2	3	4	5	☺
V23	Somos conscientes de la importancia de incorporar compras responsables (es decir, preferimos proveedores responsables)	⊗	1	2	3	4	5	☺
V24	Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región	⊗	1	2	3	4	5	☺
V25	Disponemos de procedimientos eficaces de gestión de reclamos	⊗	1	2	3	4	5	☺
V26	Nuestra gestión económica es merecedora de apoyo público regional o nacional	⊗	1	2	3	4	5	☺
V27	Somos capaces de minimizar nuestro impacto medioambiental	⊗	1	2	3	4	5	☺
V28	Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental	⊗	1	2	3	4	5	☺
V29	Consideramos el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia	⊗	1	2	3	4	5	☺
V30	Valoramos positivamente la introducción de fuentes de energía alternativas	⊗	1	2	3	4	5	☺
V31	Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural	⊗	1	2	3	4	5	☺
A32	Somos conscientes de que las empresas deben planificar sus inversiones en reducción del impacto	⊗	1	2	3	4	5	☺
A33	Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales	⊗	1	2	3	4	5	☺
A34	Tenemos una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos	⊗	1	2	3	4	5	☺
A35	Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables	⊗	1	2	3	4	5	☺

Distribuya, de acuerdo a la importancia que tiene para Usted, un total de 100 puntos entre las tres dimensiones bloques teóricos de análisis: dimensión económica, social y medioambiental que determinan la orientación del empresario a la Responsabilidad Social.

<b>Dimensión 1: Social de la RSE.</b> La dimensión social se centra en las prácticas laborales (no discriminación de los empleados), respeto a los derechos humanos y cooperación social (contribución de la empresa a la mejora de la calidad de vida en todas las regiones donde opera).	
<b>Dimensión 2: Económica de la RSE.</b> La dimensión económica se centra en obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos, la relación de la empresa con sus clientes y proveedores, entre otros	
<b>Dimensión 3: Medioambiental de la RSE.</b> La dimensión medioambiental incluye prácticas como reducción de despilfarro de recursos; tener un código ético de conducta; publicar un informe anual medioambiental y realizar inversiones en Investigación y Desarrollo para hacer un proceso productivo más compatible con el medioambiente.	
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

La responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de la empresa	⊗	1	2	3	4	5	☺
la responsabilidad social empresarial tiene una influencia positiva y directa en el desempeño empresarial	⊗	1	2	3	4	5	☺

## Aplicación de Encuestas



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: VERSION PARA URKUND 3.0.docx (D42737215)  
Submitted: 10/18/2018 6:03:00 PM  
Submitted By: vviterim@unemi.edu.ec  
Significance: 4 %

### Sources included in the report:

jesus\_tesis\_complu.pdf (D40630057)  
50% BORRADOR.docx (D20986270)  
Capitulo No 1 (Observaciones 2).docx (D18378954)  
TRABAJO TITULACION\_Molina-Mawyin 26 agosto 2018.docx (D40984348)  
<https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801>  
<http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>  
<http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/PyMEs.pdf>

### Instances where selected sources appear:



## REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

### FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**CARRERA:** INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA

**Línea de investigación:** INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL

**TEMA:** ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO.

**ACOMPAÑANTE:** VITERI MIRANDA VICTOR MANUEL

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BRIONES GONZALEZ RUDY ALEXANDRA	0927576967	INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	2018-20-08	Inicio: 11:00 a.m.	Fin: 13:00 p.m.	2	REVISIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN Y SELECCIÓN DEL TEMA A DESARROLLAR.
2	2018-06-09	Inicio: 10:30 a.m.	Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DE LA INTRODUCCIÓN COM PARTE DE LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.
3	2018-13-09	Inicio: 10:30 a.m.	Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DEL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS COMO PARTE DE LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.
4	2018-27-09	Inicio: 10:30 a.m.	Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DEL MARCO TEORICO COMO PARTE DE LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.
5	2018-04-10	Inicio: 10:30 a.m.	Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
6	2018-09-10	Inicio: 10:30 a.m.	Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DEL DESARROLLO Y CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

VITERI MIRANDA VICTOR MANUEL  
PROFESOR(A)

ORTEGA HARO XAVIER FERNANDO  
DIRECTOR(A)

BRIONES GONZALEZ RUDY ALEXANDRA  
ESTUDIANTE

## EVIDENCIA DE TUTORÍAS

