

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:

8

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. CITATION Pue12 \l 12298 (Puerto & Aguilera , 2012) Mencionan que “

0: Capitulo No 1 (Observaciones 2).docx

96%

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 CITATION Arc09 \l 12298 (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”. CITATION Sot17 \l 12298 (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 CITATION Rei13 \l 12298 (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 CITATION Gal131 \l 12298 (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 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 el 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 el 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 CITATION Pes13 \l 12298 (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 CITATION Cor04 \p 15 \l 12298 (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 CITATION Cor07 \p 94 \l 12298 (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 CITATION Arg06 \l 12298 (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 CITATION Mar10 \l 12298 (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 CITATION Mar10 \l 12298 (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 CITATION Gon07 \l 12298 (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 skateholders 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 CITATION Gar12 \l 12298 (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 skateholders 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 CITATION Agu12 \l 12298 (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 CITATION Caj13 \l 12298 (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.

0: <http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>

58%

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 CITATION Mom06 \l 12298 (Momberg, 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 contribuir 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 CITATION Ser05 \l 12298 (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 CITATION Can08 \l 12298 (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 CITATION Solg08 \l 12298 (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 CITATION ORS10 \l 12298 (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 CITATION Pac15 \l 12298 (

0: 50% BORRADOR.docx

76%

Pacto Mundial, 2015).

Derechos humanos Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

Principio 2: No ser cómplice en la violación a los derechos humanos. Ambiente Laboral

Principio 3: Libertad de asociación y negociación colectiva. Principio 4: Apoyar la eliminación de trabajos forzosos y obligatorios. Principio 5: Eliminar el trabajo infantil. Principio 6: Eliminar la discriminación de empleo. Medio ambiente Principio 7: Las empresas deberán mantener una perspectiva preventiva de manera de impedir la degradación del medio ambiente.

Principio 8: Fomentar iniciativas de cuidado medioambiental. Principio 9: la empresa debe

0: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801>

67%

fomentar el desarrollo de tecnologías amigable con el medioambiente.

Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Figura 1: Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas CITATION Pac15 \n \t \l 12298 (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:

0: <http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/PyMEs.pdf>

81%

valores, transparencia y gobernanza, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad

CITATION Ins05 \p 11 \n \t \l 12298 (2005, pág. 11). La estructura de los indicadores se basa en tres aspectos: Indicadores de profundidad, binarios y cuantitativos CITATION Ins06 \l 12298 (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 CITATION Ofi15 \p 2 \l 12298 (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 CITATION Sol08 \l 12298 (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 CITATION Lóp11 \l 12298 (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 CITATION DTT15 \l 12298 (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 CITATION Mur15 \l 12298 (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” CITATION WBC02 \p 3 \n \t \l 12298 (2002, pág. 3). Dahlsrud CITATION Dah08 \n \t \l 12298 (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. CITATION Dah08 \p 1-13 \n \y \t \l 12298 (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 CITATION Car12 \l 12298 (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

Variables	Pequeña empresa	Mediana empresa
Número de trabajadores	De 10 - 49	De 50 -199
Valor bruto de ventas anuales	100.001 – 1.000.000	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 CITATION Sup10 \n \t \l 12298 (2010)
Elaborado por: Rudy Briones

Stakeholders o grupos de interés

Freeman & McVea definen a los stakeholders "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. CITATION Fre \l 12298 (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 CITATION Lim12 \l 12298 (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.-

0: jesus_tesis_complu.pdf

100%

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

CITATION CON15 \n \t \l 12298 (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

CITATION CON15 \l 12298 (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: “

0: TRABAJO TITULACION_Molina-Mawyin 26 agosto 2018.docx

100%

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”

CITATION Min04 \p 1 \n \l 12298 (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” CITATION Sup11 \p 3 \n \l 12298 (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 CITATION Ari99 \l 12298 (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 CITATION Sal12 \l 12298 (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. CITATION Ber10 \l 12298 (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 CITATION Ast16 \l 12298 (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 Tamaño PYMES Contribuyentes Pequeñas 150 Medianas 70 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.

$n = \frac{224(0,5 \times 0,5)}{(224-1)0,05^2 + (0,5 \times 0,5)(1,95)^2} = \frac{56}{0,1466 + 0,25} = \frac{56}{0,1491} = 141,19$ 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 CITATION Del11 \ 12298 (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 CITATION Del11 \ 12298 (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 CITATION Sal12 \ 12298 (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 CITATION Ceg11 \ 12298 (Cegarra Sánchez, 2011). Método empírico: Se basa en la observación de los hechos para comprobar o verificar el objeto o fenómeno de estudio CITATION And95 \ 12298 (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 CITATION Ber10 \ 12298 (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 CITATION Ber10 \ 12298 (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 CITATION Gra05 \ 12298 (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 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 en las encuestas manifiestan que de las 102 Pymes con menor número de empleados y que reciben ingresos menores anuales 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.

Pero de 39 Pymes 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 puede determinar que 68 de 141 Pymes encuestadas opinan que la aplicación de prácticas de RSE influye positivamente en el desempeño de la empresa permitiéndole gozar de ventajas competitivas, mientras que el resto de las Pymes no figuran estar ni de acuerdo ni en desacuerdo por la aplicación de RSE en la gestión empresarial, esto es debido a la falta de información acerca de las prácticas de RSE y los beneficios que conlleva su implementación.

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.

20

Derechos humanos Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos. Principio 2: No ser cómplice en la violación a los derechos humanos. Ambiente Laboral Principio 3: Libertad de asociación y negociación colectiva. Principio 4: Apoyar la eliminación de trabajos forzosos y obligatorios. Principio 5: Eliminar el trabajo infantil. Principio 6: Eliminar la discriminación de empleo. Medio ambiente Principio 7: Las empresas deberán mantener una perspectiva preventiva de manera de impedir la degradación del medio ambiente. Principio 8: Fomentar iniciativas de cuidado medioambiental. Principio 9: la empresa debe

0: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801>

67%

fomentar el desarrollo de tecnologías amigable con el medioambiente.

Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

[Metadata removed]

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: jesus_tesis_complu.pdf

6 100%

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

6: jesus_tesis_complu.pdf 100%

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”;

Instances from: 50% BORRADOR.docx

3 76%

Pacto Mundial, 2015).

Derechos humanos Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

3: 50% BORRADOR.docx 76%

pacto mundial Tipo Principio Descripción Derechos Humanos
Principio 1 "Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos

Instances from: Capitulo No 1 (Observaciones 2).docx

1

96%

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”.

1: Capitulo No 1 (Observaciones 2).docx

96%

la Responsabilidad Social Empresarial actúa como medio 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.

Instances from: TRABAJO TITULACION_Molina-Mawyin 26 agosto 2018.docx

7 100%

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”

7: TRABAJO TITULACION_Molina-Mawyin 26 agosto 2018.docx
100%

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”.

-

Instances from: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801>

4 67%

fomentar el desarrollo de tecnologías amigable con el medioambiente.

Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción.

4: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801> 67%

fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. d) Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción

8 67%

fomentar el desarrollo de tecnologías amigable con el medioambiente.

Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción.

8: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8801> 67%

fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. d) Anticorrupción Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción

Instances from: <http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>

2 58%

Dimensión social: implica la aportación de los directivos y colaboradores en el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo

2: <http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>
58%

dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo

Instances from: <http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/PyMEs.pdf>

5 81%

valores, transparencia y gobernanza, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad

5: <http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/PyMEs.pdf> 81%

valores, transparencia y gestión; público interno; medio ambiente; suministradores; consumidores y clientes; comunidad, gobierno y sociedad)