



Facultad de Ciencias Empresariales y Economía

Ciencias Empresariales

Diagnóstico sobre el conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas
empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito

Informe de Investigación

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para la
obtención del título de Ingeniera Comercial con énfasis en Marketing

Autor

Carla Sofía Gabela Orbe

Profesor guía

Marcelo Salazar

Julio 2015

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en éste ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Carla Sofía Gabela Orbe

CI No: 1722166970

DEDICATORIA

Realizar este trabajo ha significado para mí, un verdadero desafío en todos los sentidos, sin embargo después de concluir sólo me quedan palabras de agradecimiento a Dios porque de Él he recibido todo, para empezar la vida, y la oportunidad de estudiar.

Mi familia ha sido mi respaldo, me queda agradecer a mis padres por transmitirme la fe católica y por el amor tan grande que han tenido conmigo, por su sacrificio, por acompañarme durante esta tarea. Quiero agradecer a Pedro, mi novio por ser un gran apoyo para mí en todo este tiempo.

Dedico este trabajo a mi abuelita Rosita, quien se encuentra en el cielo, fue una bendición ser su nieta.

ÍNDICE

	Pág.
Resumen	7
Palabras claves	7
Abstract	8
Key words	8
1. Introducción	9
1.1. Problema	9
1.2. Objetivo general.....	10
1.2.1. Objetivos específicos	10
1.3. Hipótesis	10
1.4. Preguntas de investigación.....	11
1.5. Justificación	11
1.6. Alcance y limitaciones.....	12
2. Marco referencial	13
2.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial.....	13
2.2. Responsabilidad Social Empresarial y sus elementos	15
2.2.1. Grupos de interés o stakeholders.....	16
2.3. Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador.....	17
2.4. Pequeña y Mediana Empresa (PYME)	18
2.4.1. Las PYME en el mundo y Latinoamérica.....	19
2.4.2. Las PYME en el Ecuador.....	20

3. Metodología.....	21
3.1. Población.....	22
3.2. Muestra	22
3.2.1. Cálculo de la muestra.....	25
3.2.1.1. Desarrollo de la fórmula	25
3.3. Muestreo	26
3.4. Instrumentos.....	27
4. Hallazgos	29
4.1. Análisis de datos	29
4.1.1. Pregunta 1.	29
4.1.2. Pregunta 2.	30
4.1.3. Pregunta 3.	31
4.1.4. Pregunta 4.	31
4.1.5. Pregunta 5.	32
4.1.6. Pregunta 6.	34
4.2. Lineamientos de Marketing Interno para las medianas empresas ubicadas en el parque industrial norte de la ciudad de Quito	36
5. Conclusiones.....	38
6. Recomendaciones.....	40
7. Bibliografía.....	43
8. Anexos.....	53
8.1. Anexo 1.....	53
8.2. Anexo 2.....	54
8.3. Anexo 3.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Fórmulas para el cálculo de la muestra en estudios descriptivos	23
Tabla 2. Asunciones y significado de la nomenclatura	23
Tabla 3. Relación entre el nivel de confianza y el valor de Z	24
Tabla 4. Relación entre el nivel de precisión absoluta y el valor de d	24
Tabla 5. Clasificación de compañías según la Superintendencia de Compañías del Ecuador .	27

RESUMEN

Paul Hohnen, director estratégico de *Global Reporting Initiative* (GRI), mencionó “uno de los mayores retos de la humanidad para este siglo será asegurar un desarrollo sostenible, justo y equilibrado” (Hohnen, 2007: pág. vii). ¿Qué responsabilidad tiene cada uno como individuo y como parte de un colectivo más allá del cumplimiento de las leyes?

El presente estudio centró su atención en la responsabilidad correspondiente a las empresas, llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El objetivo fue analizar la percepción y la aplicación de la RSE en las medianas empresas del parque industrial norte de Quito. La investigación fue de tipo descriptivo; se utilizó cuestionarios y entrevistas a los gerentes.

El estudio mostró que el 47,24% de las empresas parcialmente cuenta con un sistema de prácticas de RSE. A partir de los resultados se identificó, la necesidad de fortalecer la integración de prácticas de RSE en la búsqueda de mejoría de ser competitivos.

Palabras clave:

Sostenibilidad

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Pyme

Partes interesadas

Sistema de gestión

ABSTRACT

Paul Hohnen, strategic director of the Global Reporting Initiative (GRI), mentioned that “one of humankind’s greatest challenges this century will be to ensure sustainable, just and balanced development” (Hohnen, 2007: pág. vii). What responsibility does a person have, as an individual and as part of a collective beyond the compliance with the law?

From this perspective, companies’ obligation is called Corporate Social Responsibility (CSR). The main objective was to analyze managers’ perception about CSR and its implementation in Quito’s medium-sized enterprises, located in the industrial park on the north side of the city. This type of study was a descriptive investigation; the information was gathered through questionnaires and interviews with the managers.

The research showed that the 47,24% of respondents said that CSR guidelines were partially implemented within their companies. Furthermore, it was possible to identify the need to reinforce the implementation of CSR guidelines through the pursuit of competitiveness.

Key words:

Sustainability

Corporate Social Responsibility (CSR)

Medium-sized enterprises

Stakeholders

Management system

INTRODUCCIÓN

1.1. Problema

Desde la teoría y visión de Joseph Alois Shumpeter, destacado economista austriaco del siglo 20, el emprendimiento “estimula la innovación, introduce nueva competencia, contribuye a la productividad nacional y la creación de empleo” (Joseph Shumpeter cit. por ESPAE-ESPOL, 2014: pág. 13).

Un estudio del Banco Mundial, determinó que la falta de innovación es una de las razones por las cuales los emprendimientos de América Latina y el Caribe crecen de forma lenta, lo que obstaculiza su crecimiento e incluso su supervivencia (Lederman, et al., 2014: pág. 20). Específicamente, el contexto ecuatoriano en los últimos años presentó algunas de las siguientes complicaciones para los emprendimientos: Poca apertura para acceder a créditos, la inestabilidad política en las relaciones internacionales es considerada un impedimento para atraer inversión extranjera, limitada capacidad productiva, el 30,4% afirmó que sus proveedores de materia prima se encuentran en el extranjero (Universidad Andina Simón Bolívar, 2013: pág. 36).

Frente a las debilidades y amenazas que se mencionaron, la solución debía ubicarse en el modelo de gestión que los emprendimientos y las pymes aplicaban. Un modelo de gestión que les permitiera crear valor mejorando su productividad y competitividad. La Responsabilidad Social Empresarial, es un modelo de gestión que consiste en desarrollar procesos que se caractericen por la optimización y la eficiencia con el fin de asumir el compromiso que tienen las organizaciones con todos los grupos de interés que son parte del entorno directo en el que operan.

La *Creación de Valor Compartido* es un modelo de gestión vinculado a la última era de la RSE, se basa en “crear valor a través de políticas y prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde operan”. (Porter & Kramer, 2011: pág. 33-49).

Para las PYME es necesaria la disponibilidad de información sobre RSE para entrar en contacto con ésta. Sin embargo, en el Ecuador, se reconoció la necesidad de profundizar la investigación sobre este tema (Torresano, 2012: pág. 16-63) y contribuir a la disponibilidad de información significativa, generando datos que permitan tomar decisiones.

Por este motivo, el estudio se centró en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito. De acuerdo a su tamaño, este tipo de organizaciones se encuentran en una fase en la cual logran consolidarse y presentan un gran potencial de crecimiento.

1.2. Objetivo general

Diagnosticar el conocimiento de la RSE en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito.

1.2.1. Objetivos específicos

- Establecer el grado de conocimiento de RSE en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito.
- Identificar las áreas de RSE que han recibido mayor atención en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito.
- Determinar las áreas que han sido normalizadas en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito.
- Establecer los lineamientos de marketing interno para las medianas empresas ubicadas en el parque industrial norte de la ciudad de Quito.

1.3. Hipótesis

En las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito existe desconocimiento de la RSE.

1.4. Preguntas de investigación

- ¿Qué herramientas serán utilizadas para la recolección de información?
- ¿Cuál será el aporte del presente estudio?

- ¿Por qué es necesario implementar prácticas de Responsabilidad Social en las medianas empresas del parque industrial norte de Quito?
- ¿Cuál es el nivel de aplicación de normativas relacionadas a la RSE en las medianas empresas del parque industrial norte de Quito?

1.5. Justificación

Desde que la atención se centró en el papel social que desempeñan las compañías hasta nuestros días, ha existido el conflicto histórico entre los beneficios que perciben las empresas y el progreso social causado por las mismas. La RSE es considerada el paradigma que puede reconciliar dicho conflicto, el cual propone ofrecer productos y servicios cuya producción haya tomado todas las precauciones posibles para salvaguardar el entorno, respetando los derechos y la dignidad de las personas responsables de llevarlos al mercado (Visser, 2011: pág. 22), más allá del cumplimiento de las leyes pertinentes.

La Responsabilidad Social Empresarial como un modelo o filosofía de gestión empresarial es un tema de estudio y de análisis fundamental para quienes comienzan o ya tienen experiencia en la dirección de empresas. Por tanto, la realidad de la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas del parque industrial norte de la ciudad de Quito merece ser estudiada, en base a los siguientes argumentos:

La investigación desde el punto de vista teórico, a través de la revisión bibliográfica efectuada permitió contrastar la forma en la que la RSE, como modelo de gestión empresarial, se presenta en la realidad de las medianas empresas. En relación a la poca investigación existente y la carencia de datos puntuales relacionados a esta temática, se espera que los resultados del estudio puedan ser complemento teórico de futuras investigaciones.

De igual forma, a nivel práctico, los resultados obtenidos están orientados a mejorar los procedimientos relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas. Se espera generar reflexión sobre la decisión de aplicar RSE, y si es necesario lograr cambios en las mismas que contribuyan a mejorar las relaciones con los grupos de interés.

Por último, a nivel metodológico, el diseño del cuestionario y las técnicas de análisis de datos utilizadas, servirán como guía y apoyo para futuras investigaciones en el área objeto de estudio.

1.6. Alcance y limitaciones

Serán objeto de medición a través de una encuesta las empresas medianas del parque industrial norte de la ciudad de Quito, abarcando únicamente aquellas que físicamente operan en los siguientes barrios: El Condado, Carcelén, Carcelén Alto, Carcelén Industrial, Ponciano Alto y Ponciano Bajo, sin importar la actividad económica que desempeñen.

El proyecto se elaboró entre los meses de Septiembre 2013 y Julio 2015, bajo los postulados teóricos de Archie B. Carroll (2014), Michael E. Porter y Mark R. Kramer (2011), ISO (2010), entre otros.

MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial

Para entender las raíces de esta visión, se hará una revisión ordenada de los planteamientos vinculados a la RSE y sus autores, quienes sentaron las bases para desarrollar lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Empresarial.

Partiendo del siglo XVIII, en el cual la Ilustración, movimiento intelectual de la época, propuso que el hombre aspira a ser feliz, tiene derechos naturales (vida, libertad y propiedad) y necesita poseer una cierta riqueza que pueda acumular y utilizar sin las trabas de la religión y de la ley humana para gozar de la buena vida y ser dichoso (Shepard Bancroft Clough cit. Por Silva & Mata de Grossi, 2005: pág. 71). Sin embargo, en 1776, la propuesta del británico Adam Smith, uno de los más destacados filósofos y economistas de aquel período, en su obra “Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” (Adam Smith Institute, 2013), debate con la realidad ideológica de la Ilustración, contrastando las condiciones injustas de la esclavitud y el descontrol en la acumulación de capital, con su concepción de dignidad humana, así como el reconocimiento del respeto, trato justo y la necesidad de regulaciones, como condiciones necesarias para que el trabajo edifique al ser humano.

El siglo XX representa un momento importante para lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Empresarial, ya que en este período nace propiamente el término y los primeros estudios sobre este tema.

Durante los años 30 y 40, existió mayor preocupación por la responsabilidad social, es así que se dan notables aportes teóricos, por nombrar algunos títulos, *The Functions of the Executive* (1938) de Chester Barnard, *Social Control of Business* (1939) de John Maurice Clark y

Measurement of the Social Performance of Business (1940) de Theodore Kreps (Carroll, 2008: pág. 24).

La década de los 50's, identificada por el interés de los académicos y estudiosos en definir la RSE, fue considerada la etapa en que expresamente emerge y se afianza el tema, con la contribución de Howard Rothman Bowen, nombrado 'padre de la Responsabilidad Social Corporativa', (Carroll, 1999: pág. 270), a través de su obra "Social Responsibilities of the Businessman", recoce la influencia de las compañías y como su accionar repercute en la vida de los ciudadanos. Define la Responsabilidad Social como la obligación para los hombres de negocios de observar las normas, tomar decisiones o seguir esas líneas de acción que son esperadas para cumplir los objetivos y valores de nuestra sociedad (Bowen, 1953: pág. 6). De igual forma, Clarence C. Walton afirma que la RS debe tener el carácter de voluntaria, y no interpretarse como una restricción (Carroll, 2008: pág. 27).

En la década de los 70's, Milton Friedman desempeñó un papel importante en el campo económico al escribir el artículo "*The social responsibility of business is to increase its profits*" incluido en *The New York Times Magazine*. En el cual menciona que la única responsabilidad que tienen las empresas es maximizar sus beneficios como el deber que tienen con los accionistas. Según Friedman, las actividades derivadas de filantropía o acción social implican el uso ineficiente de los recursos y una falta a los intereses de los propietarios o accionistas por parte de los directivos (Milton Friedman citado por Argandoña, 2006: pág. 6).

Desde las décadas finales del siglo XIX, el tema de preocupación general, llamado cambio climático "atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables" (ONU, 1994). Resultados del análisis de la huella ecológica en los países, publicados en 2006, arrojan como una de sus principales conclusiones, "la humanidad ha excedido sus límites ecológicos en un 39%, lo que significa que a ese ritmo de agotamiento, se necesitará 1,39 planetas Tierra para garantizar que las futuras generaciones estén en la situación que estamos nosotros ahora" (Venetoulis, et al., 2006: pág. 2).

Desde el año 2000, se intensificó el conocimiento de la RSE, además del énfasis en los temas como: la teoría de los grupos de interés, la ética de negocios, el desarrollo sustentable y la ciudadanía corporativa (Carnegie, 2009: pág. 189).

En 2005, Philip Kotler y Nancy Lee publican su libro, *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, en el cual demuestran como la RSC establece una nueva manera de hacer negocios, combinando el éxito y la creación de valor con una actitud proactiva y de respeto hacia los grupos de interés (Carroll, 2008: pág. 39-40). Además, en 2011, Michael E. Porter y Mark R. Kramer escriben para la revista Harvard Business Review, el artículo titulado *La creación de valor compartido*, en el cual presentan la expansión de la concepción de RSE, que:

“Se enfoca en expandir las conexiones entre el progreso económico y el de la sociedad, definido como las políticas y prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera” (Porter & Kramer, 2011: pág. 33-49).

Para finalizar, los esfuerzos de la Unión Europea han promovido e impulsado la RSE desde finales del siglo XX hasta nuestros días; mediante la aprobación de la Declaración Final del Consejo Europeo, en Lisboa, donde se planteó como objetivo estratégico para el año 2010, “convertirse en una economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera más sostenible con más y mejores empleos y mayor cohesión social” (Parlamento Europeo, 2000). Adjuntamente, la publicación del Libro Verde, con el título “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” como una primera propuesta de políticas gubernamentales que promueven el enfoque empresarial en el desarrollo sostenible e instrumentos de evaluación (Vélez, 2011: pág. 69).

Al concluir esta revisión de gran alcance sobre los orígenes de la historia de la RSE y su evolución a través del tiempo, es notable que cada suceso y acontecimiento han derivado en lo que hoy significa la RSE.

2.2. Responsabilidad Social Empresarial y sus elementos

Como se menciona en la introducción al estudio, es importante mirar la reponsabilidad social empresarial desde la perspectiva de modelo de gestión porque funciona de manera transversal en la organización y sus áreas. Se basa en el desarrollo de procesos caracterizados por la optimización y la eficiencia con la finalidad de asumir el compromiso con todos los grupos de interés que son parte del entorno directo en el que las organizaciones operan. La última Norma Internacional ISO 26000, sobre Responsabilidad Social define a la misma:

“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la practica en sus relaciones” (ISO, 2010: pág. 4).

Frente a estas dos definiciones, podemos destacar tres conceptos que son clave en el entendimiento de la RSE. Para empezar, se ha hablado varias veces de *desarrollo sostenible o sostenibilidad*, como la relación entre la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes frente a las posibilidades de las generaciones futuras de atender sus propias necesidades, la realidad ha demostrado que la humanidad está sobrepasando la capacidad que tiene el planeta de sostenernos (SustainAbility, 2010).

La *triple línea de resultados o three bottom line* es un tema vinculado a la sostenibilidad, como el balance entre progreso economico, progreso social, y protección ambiental. El mencionado balance puede conducir a ventaja competitiva y nuevas oportunidades, debido a la gran influencia que tienen las compañías en los mercados. El autor del libro *Cannibals with forks*, título que hace mención a este concepto, manifiesta que para lograr desarrollo sostenible desde la posición de las organizaciones se debe trabajar en siete areas: mercados, valores, transparencia, ciclo de vida de la tecnología, asociaciones, tiempo y gobierno corporativo (Elkington, 1998: pág. 61-373).

2.2.1. Grupos de interés o stakeholders

Sin importar el tamaño de la empresa, todas buscan ser rentables en el tiempo y para alcanzarlo, por tanto, la aplicación de prácticas de RSE no es sólo inherente a las grandes empresas, multinacionales o transnacionales, necesitan mantener relaciones satisfactorias con sus grupos de interés o *stakeholders*, concepto clave desarrollado en la teoría de la RSE.

A lo largo de los años se ha intentado definir a los *stakeholders* o *grupos de interés*, su teoría se recopiló al detalle en 1984, en la obra, *Strategic Managment: A Stakeholder Approach* de Edward Freeman. Desde el año 1963, el Stanford Research Institute los definió como “aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir” (Freeman, 2010: pág. 33) hasta la definición que presenta la Norma ISO 26000 como “individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización”.

La clave está en que las organizaciones de cualquier índole puedan identificar cuales son aquellos grupos específicos que se ven afectados por su actividad de acuerdo al giro del negocio. Sin embargo, se debe considerar la ampliación de la perspectiva de *individuos o grupos* para que siempre se incluya al entorno ambiental en los grupos de interés porque es la empresa quien debe prevenir los impactos, enmendar los daños y promover la producción sostenible de productos y servicios.

Forética, es una red global de organizaciones y profesionales conedores del desarrollo de la RSE. Para el presente estudio, se contemplarán las dimensiones de gestión que la SGE21: 2008, norma para la evaluación de la gestión ética y socialmente responsable propone, la misma fue elaborada por Forética con la finalidad de que las empresas que la implementen puedan certificarse.

Para facilitar su implementación se pensó en trabajar en nueve áreas de gestión, las mismas que se han considerado como los grupos de interés recomendables para este estudio. Son las siguientes: Alta dirección, clientes, proveedores, personas que integran la organización, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia, administraciones públicas (FORÉTICA, 2008).

2.3. La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador

En Latinoamérica, es visible la falta de políticas acordes a la RSE en las empresas en relación a sus colaboradores. La realidad de pobreza, evidenciada en estudios realizados por la FAO, OIT y CEPAL, período 2010-2012. En la publicación, *Políticas de Mercado de Trabajo y Pobreza Rural*, estas entidades analizan e identifican a la informalidad de los empleos, el incumplimiento del salario mínimo, como los principales problemas en el ámbito laboral (OIT; FAO; CEPAL, 2013).

Localmente, en los últimos cinco años, ha venido creciendo el interés por la Responsabilidad Social en el Ecuador. Así lo demuestra la MBA Mónica Torresano, quien en el 2012, publica un estudio exhaustivo sobre como se vive la responsabilidad social en el país. Participaron 743 empresas y se realizaron 258 entrevistas entre participantes de entidades gubernamentales y organizaciones de la Sociedad Civil, se encuentra que las empresas han desarrollado temas relacionados con Responsabilidad Social, como políticas de formación en la organización y en la cadena de valor. (Torresano, 2012: pág. 16-63).

En la práctica, se puede mencionar a la empresa Ecuasal, participante activa en el área de RSE. Fundada en 1961, ha recibido el nombramiento de *Important Bird Area (IBA)* por la fundación Bird Life International, siendo el único IBA (*Important Bird Area*) de Sudamérica por su labor de conservación y valoración de ecosistemas. Debido al uso y protección de piscinas en las cuales obtienen la sal, como hábitat de más de 130 especies de aves. Ultimamente, están analizando la posibilidad de transmitir y comunicar al consumidor que mediante la compra de sus productos estarán apoyando a la conservación del medio ambiente (Revista Verde, 2013: pág. 8-11).

En el año 2010, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito expide la Ordenanza N° 333 Metropolitana de Responsabilidad Social con la finalidad de propiciar la sostenibilidad de la sociedad a través de la integración de Responsabilidad Social como modelo de gestión en todas las organizaciones, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, que desarrollan actividades en el Distrito Metropolitano de Quito.

La Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, como órgano rector sobre la materia, se encarga de planificar, implementar y controlar todas las actividades necesarias para

la permanente aplicación de la Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano (Agencia Metropolitana de Promoción Económica CONQUITO, 2013).

2.4. Pequeña y Mediana Empresa (PYME)

PYME es el acrónimo de Pequeña y Mediana Empresa. Es una categoría de clasificación de las empresas que reúne a todas aquellas que presentan un determinado nivel de producción, volumen de ventas, cantidad de trabajadores, capital social, nivel de activos, etc. Entre otros parámetros o criterios de calificación establecidos según el país. Por lo general, son aquellas empresas que se encuentran en las primeras fases de crecimiento, y con ciertos límites ocupacionales y financieros. Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal (Maldonado, et al., 2011: pág. 14-21).

Siendo emprendedores y propensos al riesgo, no emiten valores negociables, no cuentan con un equipo gerencial completo para dirigir la empresa, se enfrentan a costes de mercado elevados, las relaciones con los accionistas son menos formales, y los esquemas de compensación son altamente flexibles (Ang, 1991: pág. 1-13).

Para dar vista a los antecedentes de este tipo de organización, se debe justamente analizar los fundamentos de la empresa, la cual procede del latín *prehendere* que significa emprender algo. Según la Real Academia Española, empresa significa “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (Real Academia Española, 2001: pág. 603).

A lo largo de la historia de la humanidad, ha existido la necesidad del ser humano de organizarse para alcanzar un fin, dando lugar al trabajo organizado y dirigido.

Para un mejor entendimiento de la historia de las empresas, se clasifica en seis etapas, 1. Artesanal, 2. Transición del artesanado a la industrialización, 3. Desarrollo industrial, 4. Gigantismo industrial, 5. Moderna, 6. Globalización (Chiavenato, 2001: pág. 4-6).

2.4.1. Las PYME en el mundo y Latinoamérica

Posterior a un período de crisis ocurre la fase de recuperación económica. Debido a su funcionamiento local, la importancia para una recuperación ante fluctuaciones económicas recae sobre las PYME. Ángel Ron, presidente del Banco Popular Español, afirmó: “Las pequeñas y medianas empresas son una de las claves en la recuperación económica, ya que tienen personal capaz de impulsar el desarrollo de las clases medias de los países” (Santa Rita, 2013).

Para concluir, la participación en forma conjunta de emprendedores e instituciones de gobierno relacionadas a las PYME aportarán experiencia, políticas, capacitaciones y regulaciones, para encarar los desafíos y fortalecer sus debilidades. Un error común en la legislación es suponer que se puede dar el mismo tratamiento a las pequeñas y medianas empresas que a las de mayor tamaño, ignorando las características de cada una (Corcuera, et al., 2010).

2.4.2. Las PYME en el Ecuador

Para el Ecuador y para el resto de países, las PYME representan una parte clave de su realidad económica, por la generación de empleo, competencia, productividad e ingresos, convirtiéndose en un factor de medición para determinar el crecimiento de la economía del país.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un estudio longitudinal de la iniciativa empresarial mejor reconocido a nivel internacional. Los resultados del estudio del año 2012, muestran a través de cifras la trascendencia que tiene para un país y su economía el surgimiento de empresas nuevas y pequeñas. Considera al emprendimiento como “un proceso que comprende diferentes fases, desde la intención de iniciar un negocio, a apenas estar iniciándolo, a la ejecución de las empresas nuevas o ya establecidas, e incluso la interrupción de un negocio” (ESPAE-ESPOL, 2013). Con una tasa del 26,61%, presenta al Ecuador como poseedor de la tasa de actividad emprendedora más alta de América Latina (ESPAE-ESPOL, 2013).

METODOLOGÍA

“La metodología es un conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal” (Real Academia Española, 2001: pág. 1016). Por lo tanto, la metodología es la ciencia que busca dirigir las etapas o pasos relacionados al proceso de investigación hacia el alcance de los resultados, es uno de los elementos principales de la investigación científica.

Las características, el enfoque y los objetivos que corresponden a este estudio permitieron determinarlo como una investigación del tipo descriptivo, no experimental. Se aplica para interpretar, describir y analizar cómo se conduce o funciona la realidad presente de la naturaleza, los fenómenos o áreas de interés (empresas medianas) para obtener conclusiones dominantes (Tamayo, 2004: pág. 46). El diseño de investigación descriptivo presenta los siguientes métodos de estudio: Encuestas, datos secundarios que se analizan de manera cuantitativa en contraste con la cualitativa, grupos, datos de observación, etc. (Malhotra, et al., 2004: pág.76-80).

Los elementos que componen el diseño de investigación descriptivo, incluyen la metodología de recolección de datos. La recolección de los mismos fue directa al tratarse de datos tipo primario; la metodología utilizada fue en campo mediante encuestas a los gerentes y directivos de las empresas que participaron. Diseño de campo, llamado de esta forma, por que los datos del tipo primarios son recogidos directamente de la realidad, es decir el investigador conoce las condiciones verdaderas en las cuales se obtuvieron y puede controlar la calidad de los mismos (Tamayo, 2004: pág. 110).

Adicionalmente, cabe mencionar que fue un estudio transversal simple, esto quiere decir que se obtuvo la información una sola vez de la muestra de encuestados de la población objetivo.

El estudio transversal también llamado diseño de investigación de encuesta por muestreo es el diseño descriptivo más utilizado en investigaciones de mercado (Malhotra, et al., 2004: pág. 80).

De esta manera, se buscaba entender que tan relacionadas y familiarizadas están con la RSE las empresas medianas, el nivel de aplicación de políticas relacionadas a la RSE, reconocer la intención y la motivación que tienen las mismas para implementar este modelo en su gestión.

3.1. Población

El cantón Quito o Distrito Metropolitano de Quito, subdivisión geográfica de la provincia de Pichincha, está compuesto por 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales y suburbanas. Según la Superintendencia de Compañías, hasta el mes de diciembre del año 2013, en este cantón se registraron 1.018 medianas empresas activas. El número total de medianas empresas de la franja industrial localizada en las parroquias urbanas de la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito era 345 (Superintendencia de Compañías del Ecuador, 2013).

3.2. Muestra

Para el estudio, la variable objetivo eran las medianas empresas ubicadas en las parroquias urbanas de la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito. El instrumento de recolección de información aplicado a los gerentes y directivos de las mismas fue la encuesta. A continuación, se enumera las parroquias urbanas de la zona norte que fueron consideradas para tomar la muestra: El Condado, Carcelén, Carcelén Alto, Carcelén Industrial, Ponciano Alto y Ponciano Bajo.

El tamaño de la muestra fue determinado identificando primero la población objetivo, como infinita o finita y a su vez, calificar la variable de interés como cualitativa o cuantitativa. El cálculo que se aplicó dependía de estas condiciones (Tamayo, 2004: pág. 176-314). De acuerdo a lo mencionado anteriormente, a continuación en las tablas 1. y 2. Se muestran las cuatro opciones para el cálculo y la nomenclatura correspondiente:

Tabla 1.

Fórmulas para el cálculo de la muestra en estudios descriptivos

Tipo de población / Tipo de variable	Fórmula
Población infinita y variable de interés cuantitativa	$n = (Z^2 \cdot S^2) / d^2$
Población infinita y variable de interés cualitativa	$n = (Z^2 \cdot p \cdot q) / d^2$
Población finita y variable de interés cuantitativa	$n = (N \cdot Z^2 \cdot S^2) / [(d^2 \cdot (N-1)) + (Z^2 \cdot S^2)]$
Población finita y variable de interés cualitativa	$n = (N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q) / [(d^2 \cdot (N-1)) + (Z^2 \cdot p \cdot q)]$

Nota. Fuente: Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11(1-2), pág. 5.

Tabla 2.

Asunciones y significado de la nomenclatura

Símbolo	Significado
n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
Z	Valor de Z crítico, llamado también nivel de confianza.
S^2	Varianza de la población en estudio.
D	Nivel de precisión absoluta. Se obtiene del cuadrado de la desviación estándar.
P	Proporción de individuos que eligen un determinado valor de la variable (p.t)
Q	Proporción de individuos que no eligen el valor anterior (1-p)
p · q	Varianza muestral (si no se conoce valores de p y q, se toma p=q= 0,5)

Nota. Fuente: Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11(1-2), pág. 5.

Tabla 3.

Relación entre el nivel de confianza y el valor de Z

Nivel de confianza	Valor Z
90%	1,65
95%	1,96
95.5%	2,00
99%	2,58
99.7%	3

Nota. Fuente: Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico. Diseño y Aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A. pág. 46.

Tabla 4.

Relación entre el nivel de precisión absoluta y el valor de d

Nivel de Confianza	Valor d
90	0.1
95	0.05
99	0.001

Nota. Fuente: Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revista Salud en Tabasco*, 11(1-2), pág. 5.

3.2.1. Cálculo de la muestra

La condición de tamaño *mediano* que califica al tipo de empresas que iban a ser estudiadas y que separa a éstas de las pequeñas, micro y grandes empresas, es considerada una característica de clase cualitativa. Por la simple razón, de ser una condición que no se presenta en forma numérica, no puede ser factor de operaciones aritméticas, sólo permite la clasificación de cierto orden natural, diferencia de grado o nivel.

En referencia al tipo de población, se puede entender que las medianas empresas de la zona norte de Quito estaban presentes en gran cantidad pero tienen un límite por lo tanto son una población estadísticamente finita. Sentadas estas bases, primero, variable de estudio cualitativo y segundo, población finita; correspondía aplicar la siguiente fórmula:

- Población *finita* y variable de estudio *cualitativo*: Asunciones, significado de la nomenclatura y valores predeterminados (Ver tabla 1., tabla 2. Y tabla 3.).

$$n = (K^2 \times N \times p \times q) / [(N-1) \times E^2 + (K^2 \times p \times q)] \quad (1)$$

3.2.1.1. Desarrollo de la fórmula

- $n = (K^2 \times N \times p \times q) / [(N-1) \times E^2 + (K^2 \times p \times q)] \quad (2)$

- **Numerador** = $(K^2 \times N \times p \times q) \quad (3)$

- **K**= 1,96; **N**= 345; **p*q**= 0,25
- **Numerador** = $((1,96)^2 \times 345 \times 0,25)$
- **Numerador** = 331,338

- **Denominador** = $[(N-1) \times E^2 + (K^2 \times p \times q)] \quad (4)$

- **K**= 1,96; **N**= 345; **p*q**= 0,25 ; **E**= 0,06
- **Denominador** = $[(345-1) \times (0,06)^2 + ((1,96)^2 \times 0,25)]$

- **Denominador** = 2,1988
- **n**= 331,338 / 2,1988
- **n** = 150,69

(5)

3.3. Muestreo

Estadísticamente, la muestra es una parte seleccionada de la población que será útil para concluir o inferir una o varias particularidades del conjunto en su totalidad. La muestra como una parte representativa de la población objeto (empresas medianas), es seleccionada a través del llamado muestreo.

Proceso de selección de las unidades representativas a partir de las cuales se obtendrán los datos que permitirán extraer inferencias acerca de la población sobre la cual se investiga. Para este estudio, se utilizó el tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, esto quiere decir que cada miembro de la población tenía la misma probabilidad de ser seleccionado para la investigación (Tamayo, 2004: pág. 177).

El tipo de muestreo aplicado fue *no probabilístico por juicio*, significa que el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, bajo un conocimiento previo de la población que se investiga para poder determinar cuales son las unidades representativas. En este caso, una vez obtenida la muestra se seleccionaron las empresas por un parámetro fijado por la Superintendencia de Compañías, el mismo que distingue a las medianas empresas del resto por el valor bruto de ventas anuales, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5.

Clasificación de las compañías según la Superintendencia de Compañías del Ecuador

Variab les ^a	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa
Personal Ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	≥ 200
Valor Bruto de Ventas Anuales ^b (US\$)	≤ US\$ 100.000	Desde US\$ 100.001 hasta US\$ 1'000.000	Desde US\$ 1'000.001 hasta US\$ 5'000.000	> US\$ 5'000.000
Monto de Activos	Hasta US\$ 100.00	Desde US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	Desde US\$ 750.001 hasta US\$ 3'999.999	> US\$ 4'000.000

Nota. Fuente: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR. (2010). Resolución SC-INPA-UA-G-10-005 publicada en el Registro Oficial No. 335 del 07 de Diciembre de 2010. Ecuador: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

^a Prevalecerá el valor bruto de las ventas anuales sobre el criterio de personal ocupado.

^b Margen comercial para las empresas comerciales.

3.4. Instrumentos

Para recolectar la información necesaria de las medianas empresas, dos métodos o técnicas fueron utilizados. La técnica más conocida y que se empleó para este estudio fue el cuestionario o encuesta. Se entiende por un conjunto formal de preguntas que se presentan en modo de entrevista para obtener información de los encuestados. Su principal objetivo es ser un instrumento de medición, es decir que traduzca los objetivos y las necesidades de información del estudio en cuestión en un conjunto de preguntas minuciosamente diseñadas para que los encuestados puedan responder y arrojar los datos requeridos (Malhotra, et al., 2004: pág. 6-7).

En este caso, el cuestionario elaborado se aplicó a una muestra representativa de las medianas empresas, específicamente a los gerentes y directivos de las mismas debido a las decisiones que están a su cargo. Mediante preguntas puntuales que proporcionarían información confiable acerca del conocimiento que tenían sobre Responsabilidad Social, las empresas entrevistadas. Para profundizar sobre este tema, se entrevistó a algunos gerentes de las empresas

seleccionadas como parte de la muestra. Gracias a estas técnicas se logró obtener la información que permitió alcanzar conclusiones significativas y recomendaciones que aporten.

HALLAZGOS

4.1. Análisis de datos

En orden a organizar, interpretar y analizar la información recogida; primero, se ordenará en forma ascendente las encuestas, asignando a cada una un número, se utilizará la tabulación de resultados empleando métodos estadísticos como: distribuciones de frecuencia, porcentajes y mediante tablas se mostrará con claridad los resultados obtenidos en la investigación, con el fin de confrontar la teoría con los mismos y determinar las falencias más claras en cuanto a la aplicación de RSE en las empresas encuestadas. De esta forma, las conclusiones consiguientes se ajustarán a las necesidades de las medianas empresas.

4.1.1. *Pregunta 1. ¿Conoce Ud. la definición de Responsabilidad Social Empresarial?*

El 84,25% de las empresas encuestadas señalan tener una idea del significado de RSE, mientras que el 15,75% asegura no haber escuchado el término o no tener conocimiento de que se trata, ver anexo 3.

Los encuestados, quienes son colaboradores de las empresas parte de la muestra, manifestaron que pueden dar una definición subjetiva o informal, mas no una descripción certero del significado de Responsabilidad Social Empresarial.

Los resultados obtenidos deducen la posición de las organizaciones frente a este modelo de gestión. La imposibilidad de proveer una definición acertada o al menos captar la idea central sobre RSE por parte de los encuestados, manifiesta claramente un desconocimiento de los aspectos a los que hace referencia dicho concepto. El poco interés que tienen las empresas en actualizar el enfoque de la organización a los modelos de gestión vigentes, a las necesidades del mercado y de la sociedad, traduce que la aceptación y aplicación de la RSE es vista como una serie de dificultades económicas, de personal, de tiempo, etc., las cuales necesitarían la asignación y el sacrificio de recursos para poder desarrollar esta visión.

Siendo innegable el esfuerzo que implica la adaptación de la Responsabilidad Social Empresarial, es importante resaltar que este modelo de gestión apunta a la sostenibilidad y rentabilidad de las empresas, y sin ésta, la cadena de negocio en todos sus niveles organizacionales, operativo, del conocimiento, administrativo y estratégico (Laudon & Laudon, 2004: pág. 38-40), hasta la relación existente entre el cliente/consumidor y la organización, se verá afectada en el corto, mediano y largo plazo.

4.1.2. Pregunta 2. Según su criterio, ¿Cuál es la importancia que tienen las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en una empresa?

Obteniendo los porcentajes más altos, las empresas encuestadas consideran las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en un 61,42%, muy importante y en un 29,92% importante, puesto que este concepto se está difundiendo cada vez más, ver anexo 3.

El convencimiento de los encuestados respecto a la relevancia de la Responsabilidad Social Empresarial, parte de la conciencia y nivel de importancia que ha adquirido la responsabilidad individual hacia la sociedad en los últimos años, ya que según manifiestan, al parecer, en algunos niveles de la sociedad se están replanteando los valores, esperando que las organizaciones demuestren su esfuerzo por cuidar el medio ambiente, respetar los derechos humanos, su compromiso con la transparencia, atiendan sus exigencias como consumidores, y sepan responder a la expectativa que tienen de recibir más que artículos de dispendio, es decir productos cuyo consumo no signifique el perjuicio para otros o el entorno en general.

Sin embargo, existe un 3,15% de empresas que ven a la RSE como un tema pasajero o del momento, que no amerita la atención actual. Debido al desconocimiento o falta de interés en el tema, la filosofía de dichas organizaciones se cierra a la creencia de implementar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial que mantenga la rentabilidad de una empresa. Consideran que el gasto, como ellos lo ven, no justifica los supuestos beneficios consecuencia de la RSE, además del poco impacto y accionar en referencia a contribuir con el medio ambiente. Estiman que este tipo de modelos sólo pueden ser desarrollados en empresas transnacionales o multinacionales.

4.1.3. Pregunta 3. *¿Su empresa cuenta con un sistema de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?*

Los resultados de la pregunta muestran cercanía entre las opciones determinantes del *Sí* y del *No*, con un 25,20% y un 27,56% respectivamente, mientras que el mayor porcentaje de 47,24%, representan a las empresas que parcialmente cuentan con un sistema de prácticas de RSE, esto quiere decir, que aproximadamente la mitad de compañías encuestadas, de alguna manera, han implementado por lo menos una política relacionada a la RSE, ver anexo 3.

Sin embargo, la mayoría de empresas que cuentan parcialmente con prácticas de RSE, manifestaban que se veían obligados a normalizar y sistematizar ciertos temas por exigencia de entidades sobre todo de orden municipal y gubernamental. Por ejemplo, reconocieron que en los últimos años, se había puesto mayor énfasis en materia laboral, derecho del trabajador, seguridad y salud ocupacional, etc.

Adicionalmente, vale la pena subrayar la confusión, casi general, en identificar a los programas de voluntariado social o las acciones caritativas como Responsabilidad Social Empresarial, ignorando que lo mencionado es sólo una parte de este modelo, dan lugar a interpretaciones y cuestionamientos sobre el conocimiento que los mismos colaboradores tienen sobre las políticas que regulan sus actividades o la temática a la cual se suscriben las mismas.

Dadas las circunstancias, se puede inferir que el éxito y la viabilidad de la RSE, depende de la fuerza con la que esta iniciativa sea difundida y aplicada internamente en la organización. En profundidad debe existir coherencia entre lo que se desea promover y la manera de conducirse como organización, de lo contrario es imposible ver los beneficios y las ventajas consecuencia de aplicar la RSE.

4.1.4. Pregunta 4. *¿Cuáles son los motivos por los que su empresa adoptó o piensa adoptar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?*

Se reagrupó las posibles opciones en cinco categorías, y frente a los mismos, se obtuvieron los siguientes resultados, ver anexo 3. La seguridad y salud laboral han sido los motivos por los cuales un 26,35% de empresas encuestadas han adoptado o piensan adoptar prácticas de RSE,

claramente considerados la prioridad, por la dirección de empresas, a la hora de establecer políticas. Detrás de este tema, se encuentran argumentos manifestados como, primero, la cuestión impositiva u obligatoria por exigencias de cumplimiento estatal o municipal, que se mencionó en el apartado anterior.

Segundo, es una manera de asegurar la productividad y el rendimiento de los colaboradores por la obvia necesidad que tienen trabajadores y colaboradores de contar con estabilidad tanto en el ambiente laboral como en la permanencia del puesto que desempeñan.

Por el contrario, la investigación revela sólo un 9,58% de interés en la gestión empresa-familia versus un total del 90,42% entre los demás motivos por los cuales se implementaría un sistema que mejore la calidad del proceder de la empresa para quienes la conforman y a quienes sirve. Salta a la luz la falta de atención sobre la conciliación entre la vida familiar – laboral, ya que de igual manera este tema tiene relación directa con el desempeño de los trabajadores y colaboradores. La calidad del trabajo, desde el punto de vista emocional, está directamente relacionada con la calidad de vida de los trabajadores en sus familias.

En cuanto a las demás categorías, la gestión del medioambiente es un motivo para implementar un sistema de prácticas de RSE importante después de la seguridad y salud laboral, con un 17,66% de las repuestas. Analizando esta postura, se identificó durante el dialogo con los encuestados, que inmediatamente vinculan la RSE con materia ambiental y que la única manera de contribuir con el entorno ambiental es a través de reforestación, no obstante es necesario aclarar que va más allá de esta acción, porque en la mayoría de casos las empresas no están conscientes de las consecuencias de sus actividades a nivel ambiental o no exigen que las redes comerciales o de negocios controlen sus acciones para así mantener un rastro de impacto positivo.

4.1.5. Pregunta 5. Si su empresa aun no accede a las prácticas formales de RSE ¿Puede indicar la razón más importante por la que no se han implementado?

Es válido conocer las razones por las cuales las empresas deciden no acceder a las prácticas formales de RSE, ver anexo 3. Para empezar, existe un 25,45% de empresas encuestadas que presentan como principal motivo el desconocimiento de los procesos necesarios para implementar prácticas de RSE. Dicha posición se sustenta en que la investigación y la

búsqueda de actualizaciones de tipo intelectual y de conocimiento en la dirección de empresas no representan una prioridad para las empresas medianas y pequeñas.

Si el hábito de investigar no es relevante cuando se es un negocio pequeño o mediano, existe el riesgo de mantener una manera empírica o improvisada de dirigir la organización, que para empezar es una manera normal de proceder, mas no cuando ya se tiene algún tiempo en el mercado. Si la capacidad productiva comienza a incrementarse por la creciente demanda o hay que adaptarse a cambios en el entorno, es importante salir de la visión a corto plazo o mantener el negocio para sobrevivir y por este motivo se habla de la costumbre de investigar y tratar de actualizarse continuamente.

Por otro lado, un mínimo del 3,64% de empresas no accede a la implementación de la RSE, en su parecer porque el costo de implementar el modelo no justifica los beneficios que se esperan, lo consideran un gasto y no lo miran como una inversión que generará ganancias en todos los niveles, como por ejemplo innovación, ahorro en costos, diferenciación de marca, pensamiento de largo plazo, compromiso con el cliente y compromiso de los empleados. (Carroll & Buchholtz, 2014: pág. 48). La cifra obtenida demuestra que la variable costo no es predominante a la hora en que las medianas empresas toman decisiones sobre gestión, como se pensaba o se suponía al considerar su capacidad y tamaño productivo.

El segundo motivo en peso con mayor porcentaje, es reconocerse como pequeña empresa, con un 20,00% porque según sostienen, no poseen una posición significativa en el mercado, sus mayores objetivos obedecen a mantenerse en la competencia mas no a invertir tiempo en investigación y aplicación de nuevos reglamentos internos; es una realidad, la disputa entre los motivos por los cuales las empresas se resisten a optar por la RSE, tales como no incurrir en costos adicionales de supervisión y control, falta de mecanismos de promoción y ayuda, falta de leyes que regularicen las acciones que el modelo promueve, entre otros.

Sin embargo, también es una realidad la urgencia de cambios organizacionales, que se pueden evidenciar cuando se presentan fallas, como: indiferencia de las exigencias de los consumidores, explotación de empleados, pensamiento de corto plazo, falta de proyección y planificación, evasión de impuestos y otras responsabilidades por medio de doble contabilidad, contaminación y más.

4.1.6. Pregunta 6. ¿Cuál de los siguientes temas tienen normativas en su empresa?

La última pregunta del cuestionario fue planteada con la finalidad de identificar específicamente que materias están reguladas o normadas formalmente, ver anexo 3. Por tal motivo, se presenta la considerable cantidad de alternativas ampliamente puntualizadas. Son dieciséis opciones directamente suscritas al modelo de Responsabilidad Social Empresarial, relacionadas casi en su totalidad con cada una de las dimensiones contenidas en el mismo.

De este modo, el número total de respuestas, es decir el 100%, se distribuye en dieciséis opciones, aclaración que justifica niveles de respuesta tan reducidos en cada una de las categorías. Para este caso, se esperaba que la persona que responde la pregunta, tenga conocimiento de las políticas y normas que están vigentes y que se aplican en la empresa a la cual representan, y que escoja aquella o aquellas posibilidades que más se relacionen a su realidad como organización.

Entre los resultados más relevantes, salta a la vista, obviamente, la opción que presenta la mayor frecuencia de respuestas. *Seguridad y salud laboral*, como la materia que:

“Se ocupa de la vigilancia e intervención sobre las condiciones de trabajo y la salud de los trabajadores. De hecho, los principales objetivos de la salud laboral son identificar y eliminar o modificar los factores relacionados con el trabajo que presenten un efecto perjudicial para la salud del trabajador, así como aquellos factores con un efecto beneficioso sobre la salud y el bienestar del trabajador” (Ruiz, et al., 2007: pág. 43).

La misma que presenta el 9,43% de las respuestas, porque los encuestados reconocen inmediatamente el término debido a las obligaciones que las empresas tienen en relación a la regulación gubernamental. Identificando esta opción con los derechos de los trabajadores que según manifiestan los encuestados es un tema en el cual hay mayor atención últimamente.

La segunda opción que más respuestas obtuvo es *descripción del puesto de trabajo*, con el 7,63% de las respuestas, que consiste en registrar formalmente de manera detallada las los requisitos del puesto, responsabilidades, tareas, características del entorno, dependencias jerárquicas y funcionales; parámetros de evaluación del desempeño, y competencias del ocupante en unidades operacionales e identificables que delimiten el alcance del cargo que

tiene cada colaborador y así por ejemplo, evitar la duplicidad de funciones entre otros obstáculos para ser eficientes. Una práctica como ésta, compromete a la organización a mantener actualizada y a disposición la descripción del puesto de trabajo.

En relación a esta opción, los encuestados indicaron que es más que necesario definir el cargo, no lo ven como una imposición que deben cumplir, por los claros beneficios tanto para la empresa como para el colaborador.

Sería valioso identificar, por otro lado, las opciones que representan la menor cantidad de respuestas. Para empezar, la opción *gestión de la diversidad* con el 0,77%, y la opción de *accesibilidad* con el 1,29% de las respuestas respectivamente. Dada esta lectura y lo que se manifestó durante la entrevista y aplicación de esta pregunta, es posible determinar que el desconocimiento y la percepción de no correspondencia entre el costo y el beneficio de ejecutar las mencionadas prácticas, son los principales motivos de la baja reincidencia de respuestas.

Accesibilidad específicamente física se refiere a todas aquellas facilidades de entrada, llegada, paso o acercamiento de un individuo que presente o no las condiciones necesarias para hacerlo por ejemplo, rampas para personas con discapacidad, lugares de estacionamiento. En cuanto a la gestión de la diversidad dentro de una organización, la misma se entiende como todas aquellas acciones que realiza la empresa para la promoción y apoyo a las diferencias, y a los grupos de minorías que, por lo general, son vulnerables a la no atención de sus necesidades, como mujeres, personas con discapacidad, afrodescendientes, descendientes de otras razas, practicantes de religiones y creencias contrarias, etc. Frente a la opción de gestión de la diversidad, los encuestados indicaban que la organización sólo puede tener injerencia hasta cierto punto, que mayor peso tienen los valores y la personalidad que han desarrollado los individuos que son parte de la empresa a lo que pueda aportar la organización.

En referencia al bajo nivel de respuesta para la accesibilidad, la mayoría indicaba que esto se justifica en la baja concurrencia de personas con discapacidad hacia empresas que se dedican a la transformación industrial por los riesgos que esta actividad implica. Esta percepción tiene como consecuencia no ver la necesidad de invertir.

4.2. Lineamientos de Marketing Interno para las medianas empresas ubicadas en el parque industrial norte de la ciudad de Quito

A partir de los resultados obtenidos, entonces, es importante dar lineamientos de RSE utilizando para el efecto *Marketing Interno o Endomarketing*, que es un modelo de comunicación interna que promociona todos los valores de la empresa, su identidad, su imagen, aceptación en el mercado. Con la finalidad de complementar la presente investigación, se ha considerado un conjunto de estrategias y acciones de marketing válido para facilitar la difusión del modelo de Responsabilidad Social Empresarial desde el interior de la organización hacia el entorno inmediato.

La Dra. María Cristina Bohnenberger, sostiene que la literatura relacionada al *Endomarketing* coincide en calificarlo como una perspectiva de gestión conjunta entre el marketing interno y el externo para buscar la satisfacción del cliente externo, es decir es una filosofía de gestión que tiene por objetivo una actuación eficaz en el ambiente externo de la organización, por medio de un ambiente interno de trabajo adecuado que respete las necesidades y los deseos de los empleados (Regalado, 2011: pág. 18).

Entre los hallazgos de la investigación realizada por la Dra. María Cristina Bohnenberger, se observó mejores grados de compromiso organizacional en aquellas empresas que perciben al empleado como cliente interno como base del marketing interno (Bohnenberger, 2005: pág. 232).

El objetivo del *Marketing Interno* es que todos los trabajadores se identifiquen con los productos y servicios que se ofrecen al mercado, que sean parte de la filosofía de la empresa, conozcan las políticas internas en cuanto a la gestión de clientes, gestión de los empleados, el cuidado del medio ambiente y el impacto de la actividad de la empresa en la sociedad. La comunicación interna es una de las variables más importantes en el proceso del Marketing Interno, mejorando la transparencia y el involucramiento de los colaboradores en el desarrollo de toda estrategia; manejando el mismo idioma y empujando las actividades hacia un logro exitoso.

Dentro de las actividades del *Marketing Interno* es preciso hacer lo siguiente como secuencia a la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial que se aplicará:

- Revisar y promulgar la Misión y Visión de la empresa, seleccionando para el efecto el canal de comunicación más idóneo.
- Revisar, elaborar y comunicar las políticas internas de la empresa incluyendo el código de conducta y el código de ética.
- Elaborar o actualizar la política de gestión de personal, que incluya los capítulos de Motivación, Capacitación y Promoción interna dentro de la empresa.
- Elaborar o actualizar la política de gestión de clientes, proveedores y socializarla.
- Hacer el trabajo de campo para ir completando los temas de RSE como gestión del medio ambiente, el impacto a la sociedad y actualización a las políticas descritas anteriormente.
- Participar a los trabajadores de cualquier modificación en las estrategias, políticas y decisiones relacionadas al entorno interno y externo, así mismo normar esta práctica.
- Realizar mesas de trabajo en las cuales se incluyan a los colaboradores del área en caso de existir alguna situación negativa con los productos o servicios que la organización oferta.
- Desarrollar un plan de seguimiento post venta eficaz en el sentido de mantener la fidelidad de los clientes en el cual los colaboradores sean los responsables.
- Definir estrategias de marketing interno con la finalidad de difundir, en todos los niveles de la organización, el modelo de Responsabilidad Social y de esta manera comprometer a todos los colaboradores como parte importante de la cadena para entregar valor interna y externamente.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha podido recoger experiencias y percepciones en cuanto a la vivencia o no del modelo de Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas. Se hace posible alcanzar el objetivo principal del presente estudio, generar conclusiones de valor acerca del tema. Las mismas que se describen a continuación.

De acuerdo a lo que mostraron las empresas participantes en el estudio, el 84,25% tiene un conocimiento impreciso sobre RSE, la misma es una cifra importante en cuanto a lo que se esperaba considerando el tamaño y la situación de las empresas de la ciudad. La proporción de empresas que ya tiene una base aunque sea parcial del tema demuestra que no está lejos para las mismas alcanzar un conocimiento pleno del tema y así su aplicación. Sin embargo, el desconocimiento es también uno de los principales motivos por el cual no se han aplicado prácticas de RSE.

El 47,24% de las empresas cuenta parcialmente con un sistema de prácticas de RSE, es decir que con conocimiento o sin él, las organizaciones están aplicando políticas susceptibles de medición y por lo tanto de evaluación con el fin de que la organización reconozca los beneficios reales de aquellas prácticas relacionadas a la RSE.

Durante las entrevistas y la aplicación del cuestionario se pudo identificar que la motivación de fondo en la aplicación general de la RSE es el cumplimiento de las exigencias gubernamentales locales y estatales. Sin embargo, esta manera de ver la RSE es incorrecta en cuanto a que el modelo persigue partir de una decisión voluntaria y consciente de quienes dirigen la organización. El cumplimiento de las leyes no asegura relaciones entre la empresa y sus grupos de interés que produzcan beneficios, porque hay aspectos que no son cubiertos o son ignorados por las leyes.

Específicamente, la seguridad y salud laboral es el tema al que mayor prioridad se le ha otorgado debido al énfasis que las políticas y la legislación pública hace en este aspecto,

adicionalmente porque en general los colaboradores son más conscientes de sus derechos en las relaciones laborales y tienen más mecanismos a su disposición para hacerlos cumplir. Cuenta con el 26,35%, la frecuencia de respuestas más alta, como el motivo por el cual se adoptó o se piensa adoptar prácticas de RSE y es el tema que tiene normativas en el porcentaje más alto del total de empresas, con el 9,43%.

La Responsabilidad Social Empresarial reúne todos los elementos para ser un modelo de gestión de válido para la realidad que enfrentan las empresas. Porque hace posible solucionar el enfrentamiento persistente entre los propios intereses económicos con los intereses sociales y ambientales. A través del desarrollo de estrategias transversales a todos los grupos de interés que logran beneficiar simultáneamente a la empresa y su entorno. Entre los beneficios que muestra la aplicación de prácticas de RSE en una empresa, se encuentran: mejora el nivel de compromiso y productividad de colaboradores, mayor fidelidad en proveedores y consumidores, interviene positivamente en el vínculo con la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Se hace notorio la falta de investigación y actualización que tienen los emprendimientos y quienes dirigen las empresas sin importar su tamaño. Se recomienda desarrollar la práctica de buscar información en temas relacionados a la administración de empresas más aún con la accesibilidad a la información que existe. Constantemente en ese campo van surgiendo nuevos modelos estratégicos, métodos de reducción de costos, manejo más eficiente de recursos, herramientas de evaluación, ideas para mejorar la planificación, normativa y legislación vigente, normativa internacional ISO26000 en RSE, experiencias en la aplicación de RSE, etc.
- Frente a la dificultad que tienen las medianas empresas y los negocios que están comenzando para acceder o costear servicios de consultoría y asesoramiento se recomienda la creación de organismos producto de la asociación de empresas, proyectos del gobierno o proyectos de cooperación mixta (sector público con el sector privado) con el fin de asistir a las pyme en el proceso de capacitación e implementación de la RSE como modelo de negocio. De este modo sus actividades y servicios serían auspiciados por la mencionada alianza con miras a lograr intereses comunes, avances importantes en el nivel de competitividad, productividad de las empresas locales y generando valor para las mismas.

Por ejemplo, en España, se encuentra *Forética* como una asociación o red de empresas y profesionales con el propósito de difundir la RSE y la cultura de la gestión ética a través del desarrollo de los siguientes ejes: gestión del conocimiento, apoyo a la gestión, comunicación y la oferta de herramientas útiles para desarrollar modelos de negocios competitivos y sostenibles.

- Realizar compras verdes o contratación sostenible permitirá a las organizaciones continuar con sus esfuerzos de implementar una cultura organizacional, social, económica y ambientalmente responsable. Exigiendo a los proveedores el cumplimiento de la legislación,

respecto al impacto ambiental, se mejorará la calidad de los suministros y servicios adquiridos, agregando valor a la cadena de suministro hacia el producto terminado.

- Recoger percepciones y experiencias de los grupos de interés a través de la aplicación de cuestionarios sencillos, y así evaluar en que debe mejorar o que le hace falta a la organización, revisar manuales existentes y elaborar una guía propia de prácticas sobre la RSE, para auto establecerse pautas con miras al desarrollo de una empresa sostenible.
- Diseñar un plan de gestión medioambiental, el cual contemple de manera clara y factible los objetivos respecto a la reducción del impacto ambiental negativo que la actividad de la empresa genere, comprometiendo a empleados, clientes, proveedores, como cooperadores del cumplimiento y la conservación de las estrategias concretas. Se logrará en cada pauta una correcta administración con el fin de evitar, reducir y subsanar los impactos ambientales negativos producidos por sus actividades y/o servicios ofertados.
- Contactar y establecer relaciones con la gente que pertenece a la localidad donde funciona la empresa para conocer qué tipo de impactos tienen las actividades de la organización en la comunidad. De esta manera, si es el caso, establecer medidas para corregir fallas, proponer relaciones comerciales que beneficien a ambas partes; por ejemplo, programas de inserción laboral para discapacitados de la localidad, programas de voluntariado en la comunidad, eventos que acerquen a la comunidad con la organización.
- Generar grupos de dialogo comprendidos por empleados de los distintos niveles organizacionales (directivo, estratégico, administrativo y operativo) con la finalidad de recoger información y determinar el grado de conciliación de la vida-persona-familia-empresa. La finalidad es motivar el equilibrio en la dinámica empresa-familia y así desarrollar actividades que integren a las familias de los empleados.
- Planificar de acuerdo a la disponibilidad de los recursos, la implementación de espacios que faciliten el acceso y la movilidad de personas con capacidades especiales en las

organizaciones, sobre todo en aquellas donde la concurrencia de personas discapacitadas sea alta.

- Utilizar como instrumento de diagnóstico el cuestionario generado para esta investigación, con el fin de que sea válido para futuras investigaciones.

- Dentro del marco de las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y de su aplicabilidad, se recomienda que las medianas empresas realicen anualmente una autoevaluación en cada una de sus dimensiones para cuantificar los resultados de las acciones efectuadas hacia el mejoramiento de la gestión y su entorno, por ejemplo se sugiere utilizar el Cuestionario de Autoevaluación, parte de la Guía de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES elaborado por la Asociación de Empresarios Cristianos con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo y del FOMIN (ADEC, 2009). Se destaca porque es de fácil comprensión, utiliza una escala de puntuación sencilla y presenta indicadores para cada uno de los ejes de aplicación de la Responsabilidad Social para las PYME, ver anexo 3.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Metropolitana de Promoción Económica CONQUITO. (s/n de Diciembre de 2013). *Emprendimiento Conquito, Responsabilidad Social*. Recuperado el 26 de Febrero de 2015, de sitio Web de CONQUITO: <http://emprendimiento.conquito.org.ec/responsabilidad-social/>

Ang, J. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *The Journal of Small Business Finance*, I(1), 1-13.

Argandoña, A. (s/n de Noviembre de 2006). *Milton Friedman (1912-2006): IESE Business School - Universidad de Navarra*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2013, de sitio Web IESE Business School - Universidad de Navarra: <http://www.iese.edu/research/pdfs/op-07-09.pdf>

Asociación de Empresarios Cristianos ADEC. (2009). *Guía de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial para Pymes*. Asunción: Proyectarse.

BBC. (2013). James Watt (1736 - 1819): BBC History. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web de BBC: http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/watt_james.shtml

Bohnenberger, M. C. (2005). *Marketing interno: La actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.

Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. En H. R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman* (pág. 6). New York: Harper & Row.

Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha (CAPEIPI). (2001). *Informe sobre la Evolución y Situación Actual de la Pequeña Industria*. Quito: CAPEIPI.

Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha (CAPEIPI). (2011). Informativos: CAPEIPI. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web CAPEIPI: <http://capeipi.org.ec/opinemos/informativos#.Up6codLuI4C>

Carnegie, A. (2009). The Autobiography of Andrew Carnegie and The Gospel of Wealth. En A. Carnegie, The Autobiography of Andrew Carnegie and The Gospel of Wealth (pág. 189). Estados Unidos de Norte América: Digireads.com Publishing.

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 270.

Carroll, A. B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. En O. U. Press, The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility (págs. 24-27). New York: Oxford University Press Inc.

Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K. (2014). *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. Stamford: Cengage Learning.

Caux Round Table. (2013). History of the Caux Round Table: Caux Round Table. Recuperado el 25 de Noviembre de 2013, de sitio Web Caux Round Table: http://www.cauxroundtable.org/view_file.cfm?fileid=189

Cavagnaro, J. (2012). El reto de ser eficientes. *AméricaEconomía*(80), 36-37.

Chiavenato, I. (2001). Administración: Proceso Administrativo. En I. Chiavenato, Fundamentos de la administración (págs. 4-6). Bogotá: McGraw-Hill.

ComunicaRSE . (28 de Octubre de 2013). La RSE como factor competitivo y reputacional: ComunicaRSE. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de sitio Web ComunicaRSE: http://comunicarseweb.com.ar/?La_RSE_como_factor_competitivo_y_reputacional&page=ampliada&id=11501&s=&_page=buscar

ComunicaRSE. (22 de Noviembre de 2013). Colombia Cafetera Sostenible involucra a 800 familias en la producción sustentable del café: ComunicaRSE. Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de sitio Web ComunicaRSE: http://comunicarseweb.com.ar/?Colombia_Cafetera_Sostenible_involucra_a_800_familias_en

[_la_produccion_sustentable_del_cafe&page=ampliada&id=11665&s=&_page=america_latina](#)

ComunicaRSE. (22 de Noviembre de 2013). *Inversores presionan a Pepsico a controlar su cadena de suministro de azúcar: ComunicaRSE*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web ComunicaRSE: http://comunicarseweb.com.ar/?Inversores_presionan_a_Pepsico_a_controlar_su_cadena_de_suministro_de_azucar&page=ampliada&id=11651&s=&_page=destacadas

ComunicaRSE. (26 de Noviembre de 2013). *La responsabilidad de las empresas ante el Cambio Climático: ComunicaRSE*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web ComunicaRSE:http://comunicarseweb.com.ar/?La_responsabilidad_de_las_empresas_ante_el_Cambio_Climatico&page=ampliada&id=11676&s=&_page=destacadas

Comunidad Andina de Naciones. (9-10 de Diciembre de 2008). *Decisión 702: Sistema Andino de Estadística de la PYME: Documentos Oficiales, Comunidad Andina de Naciones*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2013, de sitio Web Comunidad Andina de Naciones: <http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx#>

Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social. (2013). *Sobre la Cumbre Mundial de Responsabilidad Social, Quito 2013*. Recuperado el 01 de Julio de 2013, de sitio Web de Cumbre Mundial de Responsabilidad Social, Quito 2013: <http://www.responsabilidadsocialquito.ec/cmrs2013/index.php?page=about>

Consumers International. (s/n de s/n de 2010). *Consumers International: 50 años del movimiento global de consumidores*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de sitio Web Consumers International: <http://es.consumersinternational.org/media/33269/ci50booklet-spanish.pdf>

Corcuera, G., Carrasco, R., & Cárdenas, C. (Noviembre de 2010). *Marcos legales para el fomento a la MIPYME en América Latina*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2013, de sitio Web FUNDES: <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/2136344480.pdf>

Cornejo, D. (11 de Junio de 2013). *Especial Microglobales: chicas de mundo: AméricaEconomía*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2013, de sitio Web Revista

AméricaEconomía: <http://www.americaeconomia.com/revista/especial-microglobales-chicas-de-mundo>

Davis, K. (s/n de Primavera de 1960). Can Business Afford Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*(2), 70.

Díaz de Rada, V. (2009). Análisis de datos de encuestas: Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS. En V. Díaz de Rada, Análisis de datos de encuestas: Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS (pág. 40). Barcelona: Editorial UOC.

Discapnet. (8 de Octubre de 2013). Libro Blanco de la Comisión de las Comunidades Europeas: Discapnet. Recuperado el 27 de Noviembre de 2013, de sitio Web Discapnet: <http://www.discalpnet.es/SiteCollectionDocuments/Discalpnet/Documentos/DocTecnica/0184.doc>

Ekos Negocios. (2013). FODA. *Revista Ekos*, 36.

El Comercio. (4 de Agosto de 2011). Quito genera más ingresos en el país. *El Comercio*, pág. 7.

El Comercio. (13 de Noviembre de 2013). Ecuador identifica siete posibles riesgos por el cambio climático. *El Comercio*, pág. 17.

El Universo C.A. (23 de Octubre de 2002). Exportación incipiente en pequeñas y medianas industrias de Ecuador. *El Universo*.

Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Michigan: New Society Publishers.

ESPAE-ESPOL. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2012*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL-SENEFELDER.

ESPAE-ESPOL. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2013*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL-SENEFELDER.

Fernández, R. (2005). *ADMINISTRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Madrid: International Thomson Editores.

FORÉTICA. (2008). SGE 21: 2008 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. Madrid: FORÉTICA.

Frederick, W. C. (2006). Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility. En W. C. Frederick, Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility (pág. s/n). Indianapolis: Dog Ear Publishing.

Freeman, E. (2010). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Cambridge: Cambridge University Press.

Global Reporting Initiative. (s/n de s/n de 2013). Introducción: Global Reporting Initiative. Recuperado el 27 de Noviembre de 2013, de sitio Web Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>

González, M. T., & Pérez de Vargas Luque, A. (2005). Estadística aplicada: Una visión instrumental. En M. T. González, & A. Pérez de Vargas Luque, Estadística aplicada: Una visión instrumental (pág. 12). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Hohnen, P. (2007). Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business. Winnipeg, Manitoba: IISD.

ISO. (2010). Norma Internacional ISO 26000: Guía de responsabilidad social. Ginebra: Secretaría Central de ISO.

Jones, T. M. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. California Management Review, 59-67.

Krugman, P. (19 de Octubre de 2008). ¿Quién era Milton Friedman?: EL PAÍS, S.L. Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de sitio Web EL PAÍS, S.L.: http://elpais.com/diario/2008/10/19/negocio/1224422070_850215.html

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital. México: Pearson Educación.

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación-Resumen. Washington, DC.: Banco Mundial.

Maldonado, F., Zavala, J. C., & Zavala, V. (2011). Ekos Pymes 2011: Revista EKOS NEGOCIOS. Recuperado el 3 de Septiembre de 2013, de sitio Web Revista EKOS NEGOCIOS:<http://www.ekosnegocios.com/negocios/especiales/documentos/pymes.pdf>

Malhotra, N. (et al.) (2004). Investigación de mercados. México: Pearson Educación.

Molina, S. (19 de Mayo de 2013). Mayo del 68, un hito generacional: C.A. El Universo. Recuperado el 27 de Noviembre de 2013, de sitio Web periódico El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/05/18/nota/935331/mayo-68-hito-generacional>

Montenegro, A. (2006). Historia del Antiguo Continente. En A. Montenegro, El Siglo XX (págs. 248-279). Bogotá: Norma S.A.

OIT; FAO; CEPAL. (2013). Políticas de Mercado de Trabajo y Pobreza Rural: Notas sobre trabajo rural. Organización Interancional del Trabajo.

ONU. (1994). Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Nueva York: ONU.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2013). History: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Recuperado el 27 de Noviembre de 2013, de sitio Web Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD): <http://www.oecd.org/about/history/>

Organización de las Naciones Unidas. (s/n de s/n de 2012). Historia de las Naciones Unidas. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/aboutun/history/index.shtml>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s/n de s/n de 2013). Declaración referente a las metas y objetivos de la Organización Internacional del Trabajo: Organización Internacional del Trabajo (OIT). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Organización Mundial del Trabajo: http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/1944/44B09_10_span.pdf

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s/n de s/n de 2013). Orígenes e historia: Organización Internacional del Trabajo (OIT). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Organización Internacional del Trabajo (OIT): <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/history/lang--es/index.htm>

Parlamento Europeo. (23-24 de Marzo de 2000). Consejo Europeo Lisboa 23 y 24 de marzo 2000: Conclusiones de la Presidencia: Parlamento Europeo. Recuperado el 29 de Noviembre de 2013, de sitio Web Parlamento Europeo: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm#top

Pax World Management LLC. (s/n de s/n de 2013). Overview: Pax World Management LLC. Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Pax World Management LLC.: <http://www.paxworld.com/advisors/about/overview>

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (Enero-Febrero de 2011). La Creación de Valor Compartido. Harvard Business Review, 89(1), 33-49.

Pronaca. (2013). Filosofía: Pronaca. Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Pronaca: <http://www.pronaca.com/site/principal.jsp?arb=975>

RAE: Real Academia Española. (2001). Diccionario de la Lengua Española. España: Editorial Espasa Calpe, S.A., 603-1016.

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., Gerónimo, M., (2011). Endomárketing: Estrategias de relación con el cliente interno. Lima: Universidad ESAN.

Revista Verde. (8 de Abril de 2013). Ecuasal: Pionera en valoración de ecosistemas. (I. Manzano, Ed.) Revista Verde(26), 8-11.

Revista Verde. (8 de Abril de 2013). Siembra de árboles y reforestación. (I. Manzano, Ed.) Revista Verde(26), 3.

Rodarte, G. (8 de Agosto de 2013). ¿Cuál es el futuro de las Pymes?: CNN Expansión. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de sitio Web de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2013/08/07/cual-es-el-futuro-de-las-pymes>

Rodríguez Moguel, E. A. (2005). Metodología de la Investigación. En E. A. Rodríguez Moguel, La Investigación (págs. 19-28). México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Ross, S. M. (2007). Introducción a la Estadística. En S. M. Ross, Introducción a la Estadística (págs. 3-296). Barcelona: Editorial Reverté S.A.

Ruiz, C., García, A. M., Delclós, J., & Benavides, F. G. (2007). Salud laboral: conceptos y técnicas para la prevención de riesgos laborales (pág. 43). Barcelona: Elsevier España.

Santa Rita, I. (10 de Octubre de 2013). Pymes, clave para recuperación económica: CNN Expansión Cable News Network. Turner Broadcasting System, Inc. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/10/10/pymes-clave-en-impulso-de-clase-media>

Seldon, A., & Pennance, F. (1980). Diccionario de Economía. Barcelona: Oikos-Tau S.A.

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2010a). ¿Qué es el SRI?: Servicio de Rentas Internas (SRI). Recuperado el 30 de 11 de 2013, de sitio Web del Servicio de Rentas Internas (SRI):<http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=B88967C992E935348971BF4785FAFEBB.sriint>

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2010b). PYMES: Servicio de Rentas Internas (SRI). Recuperado el 5 de Septiembre de 2013, de sitio Web del Servicio de Rentas Internas (SRI): <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>

Superintendencia de Compañías. (2010). Resolución SC-INPA-UA-G-10-005 publicada en el Registro Oficial No. 335 del 07 de Diciembre de 2010. Quito: Superintendencia de Compañías.

Superintendencia de Compañías del Ecuador. (2010). Institución: Superintendencia de Compañías del Ecuador. Recuperado el 2 de Diciembre de 2013, de sitio Web de Superintendencia de Compañías del Ecuador: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR. (2013). Portal de Información, Sector Societario, Número de compañías por tipo, actividad, región, estado legal e

intendencia. Recuperado el 29 de Octubre de 2013, de sitio web de Superintendencia de Compañías: <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi>

SustainAbility. (2010). SustainAbility: Can our society endure? Recuperado en Diciembre de 2014, de sitio Web de SustainAbility: <http://www.sustainability.com/sustainability>

Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica. México: Editorial Limusa, S.A.

Time, Inc. . (s/n de Marzo de 1946). Survey. (s/n, Ed.) Fortune, XXXIII(3), 197-198.

Torresano, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador . Quito: Noción Imprenta.

Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (4 de Abril de 2013). Sobre la UICN: Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de sitio Web de Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza: <http://www.iucn.org/es/sobre/>

Universidad Andina Simón Bolívar, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2012 y el Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). FODA. Revista Ekos, 36.

Uquillas, C. A. (2008). El modelo económico industrial en el Ecuador: Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web Eumed.net: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

Vélez, A. M. (Enero-Junio de 2011). Un recorrido hacia la Responsabilidad Social Corporativa. Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 66-69.

Venetoulis, J., Talberth, J., Gaudet, C., Tupper, K., Chazan, D., & Cutil, C. (- de Marzo de 2006). ECOLOGICAL FOOTPRINT OF NATIONS 2005 UPDATE: Redefining Progress. Recuperado el 08 de Octubre de 2013, de sitio web de Redefining Progress: <http://www.rprogress.org/publications/2006/Footprint%20of%20Nations%202005.pdf>

Visser, W. (2011). The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business (pág. 22). Londres: John Wiley & Sons.

Viúdez, J. (10 de Noviembre de 2013). La cumbre de Varsovia busca atar un nuevo pacto sobre el clima en 2015: EL PAÍS. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de sitio Web EL PAÍS: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/11/10/actualidad/1384116927_553999.html

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada (Página 1.)



PREGUNTAS PARA EMPRESARIOS-RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE)

1. ¿Conoce Ud. La definición de RSE?

Si No

2. ¿Según su criterio cuál es la importancia que tiene las prácticas de RSE en una empresa?

Muy importante Importante Poco importante

3. ¿Su empresa cuenta con sistema de prácticas de RSE

Si Parcialmente No

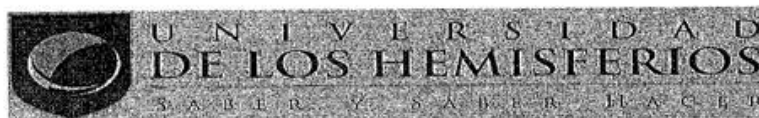
4. ¿Cuáles son los motivos por los que su empresa adoptó o piensa adoptar prácticas de RSE? Seleccione una o varias

- Respetar los derechos humanos
- Gestión de clientes.
- Gestión empresa-familia
- Seguridad y salud laboral
- Seguimiento del clima laboral
- Gestión del medio ambiente

5. ¿Si su empresa aun no accede a las prácticas formales de RSE puede indicar la razón más importante por la que no se ha implementado? Seleccione una o varias.

- Resistencia interna al cambio
- Débil cultura organizacional
- Desconocimiento de los procesos necesarios
- Pequeña empresa
- No existe relación costo-beneficio

Anexo 2. Modelo de encuesta aplicada (Página 2.)



6. ¿Cuál de los siguientes temas tienen **NORMATIVAS** en su empresa?

Encierre en un círculo el (los) número (s) seleccionado (s)

1. Derechos humanos
2. Gestión de la diversidad
3. Igualdad de oportunidades y no discriminación
4. Conciliación de la vida-persona-familia-empresa
5. Seguridad y salud laboral
6. Descripción del puesto de trabajo
7. Formación (capacitación) y fomento de empleabilidad
8. Seguimiento del clima laboral
9. Reestructuración responsable cuando amerita cambios en la estructura
10. Canal de resolución de conflictos
11. Principios de calidad en productos y servicios
12. Buenas prácticas de relaciones comerciales
13. Seguridad del producto y servicio para los clientes
14. Accesibilidad (facilidades de estacionamiento, rampas para discapacitados)
15. Publicidad responsable
16. Evaluación y seguimiento de impactos al medio ambiente y a la sociedad
17. Transparencia con el entorno
18. Acción social
19. Prevención de la contaminación y el cambio climático
20. Identificación de actividades e impactos
21. Programa de gestión ambiental
22. Plan de riesgos
23. Comunicación ambiental

EMPRESA..... Responsable

Anexo 3. Tabulación de encuestas

Resultados Pregunta 1.

1. ¿Conoce Ud. la definición de RSE?

Sí	No
84,25%	15,75%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Resultados Pregunta 2.

2. Según su criterio, ¿Cuál es la importancia que tienen las prácticas de RSE en una empresa?

Muy importante	Importante	No conoce	Poco importante
61,42%	29,92%	5,51%	3,15%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Resultados Pregunta 3.

3. ¿Su empresa cuenta con un sistema de prácticas de RSE?

Parcialmente	No	Sí
47,24%	27,56%	25,20%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Resultado Pregunta 4.

4. ¿Cuáles son los motivos por los que su empresa adoptó o piensa adoptar prácticas de RSE?, seleccione una o varias:

Seguridad y salud laboral	Gestión del medio ambiente	Respetar los derechos humanos	Seguimiento del clima laboral
26,35%	17,66%	15,57%	13,77%
Gestión de clientes	Gestión empresa-familia	Ninguna de las anteriores	
12,28%	9,58%	4,79%	

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Resultado Pregunta 5.

5. Si su empresa aún no accede a las prácticas formales de RSE, ¿Puede indicar la razón más importante por la que no se han implementado? seleccione una o varias:

Ninguna de las anteriores	Desconocimiento de los procesos	Pequeña empresa
31,52%	25,45%	20,00%
Débil cultura organizacional	Resistencia interna al cambio	No existe relación costo-beneficio
11,52%	7,88%	3,64%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Resultado Pregunta 6.

6. ¿Cuál de los siguientes temas tienen normativas en su empresa? Encierre en un círculo el (los) número (s) seleccionado (s):

Seguridad y salud laboral	Descripción del puesto de trabajo	Principios de calidad en productos y servicios	Seguridad del producto y servicio para los clientes
9,43%	7,63%	6,78%	6,78%
Plan de riesgos	Formación (capacitación y fomento de empleabilidad)	Seguimiento del clima laboral	Buenas prácticas de relaciones comerciales
6,17%	5,23%	5,06%	4,97%
Derechos humanos	Igualdad de oportunidades y no discriminación	Transparencia con el entorno	Programa de gestión ambiental
4,89%	4,72%	3,95%	3,86%
Prevención de la contaminación y el cambio climático	Evaluación y seguimiento de impactos al medio ambiente y a la sociedad	Conciliación de la vida-persona-familia-empresa	Publicidad responsable
3,77%	3,69%	3,34%	3,34%
Canal de resolución de conflictos	Acción social	Comunicación ambiental	Identificación de actividades e impactos
3,26%	2,92%	2,92%	2,57%

Reestructuración responsable cuando amerita cambios en la estructura	Accesibilidad (facilidades de estacionamiento y/o rampas para discapacitados)	Gestión de la diversidad	Ninguna de las anteriores
2,57%	1,29%	0,77%	0,09%

Nota. Fuente: Elaboración propia.