

48

Fecha de presentación: noviembre, 2022

Fecha de aceptación: enero, 2023

Fecha de publicación: marzo, 2023

PARTICIPACIÓN

DE LAS PYMES EN LOS PROCESOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR

PARTICIPATION OF SMES IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROCESSES IN GUAYAQUIL, ECUADOR

Leonardo Holguín Ávila¹

E-mail: leonardogus_ha@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5925-4721>

Sedolfo Carrasquero Ferrer¹

E-mail: coordinadorindustrial@uteg.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4725-963X>

Otto Suárez Rodríguez¹

E-mail: docenteinvestigador@uteg.edu.ec

ORCID: <https://ORCID:0000-0002-2515-7026>

¹Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG). Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Holguín Ávila, L., Carrasquero Ferrer, S., & Suárez Rodríguez, O. (2023). Participación de las Pymes en los procesos de responsabilidad social empresarial en Guayaquil, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2), 461-466.

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) es una nueva visión de la gestión estratégica y la ética empresarial de las pymes, por lo que representa un factor determinante a la hora de garantizar su sostenibilidad. El objetivo del estudio fue analizar en qué grado se encuentra la práctica de la RSE en pymes de Guayaquil, Ecuador. Se aplicó una metodología de campo y documental, donde se utilizó como técnica de recolección de datos, la encuesta, y como instrumento, el cuestionario. Se realizó un muestreo intencional en las pymes de Guayaquil, seleccionando 210 pertenecientes a ocho sectores. Los resultados mostraron que el conocimiento y la ejecución de la RSE son mínimos, debido al costo que conlleva y porque no se considera necesaria en el giro de los negocios. Por otro lado, se encontró que la vinculación con la comunidad y las donaciones en situaciones de emergencia fueron los procesos que las pymes consideran de mayor impacto en la gestión social empresarial. Se concluyó que las prácticas de RSE en la muestra seleccionada de pymes aún se halla en fase desarrollo, para fomentar su consolidación es necesario sumar esfuerzos entre el sector público y organizaciones civiles a través del establecimiento de políticas eficientes.

Palabras clave: gestión social empresarial, pymes, responsabilidad social.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is a new vision of the strategic management and business ethics of SMEs, which is why it represents a determining factor when it comes to guaranteeing their sustainability. The objective of the study was to analyze the degree to which the practice of CSR is found in SMEs in Guayaquil, Ecuador. A field and documentary methodology were applied, where the survey was improved as a data collection technique, and the questionnaire as an instrument. An intentional result was carried out in the SMEs of Guayaquil, selecting 210 belonging to eight sectors. The results showed that the knowledge and execution of CSR are minimal, due to the cost involved and because it is not considered necessary in the course of business. On the other hand, it was found that linking with the community and donations in emergency situations were the processes that SMEs considered had the greatest impact on corporate social management. It is concluded that CSR practices in the selected sample of SMEs are still in the development phase, to promote their consolidation it is necessary to join efforts between the public sector and civil organizations through the establishment of efficient policies.

Keywords: corporate social management, SMEs, social responsibility

INTRODUCCIÓN

Los modelos administrativos estratégicos conllevan a incrementar el valor de las compañías, las que llevan a cabo su aplicación y seguimiento contribuyen también al crecimiento del sector en el que se encuentran y como resultado al crecimiento de la economía en general. Estas estrategias dentro del mundo empresarial se consideran prioritarias para lograr permanencia y competitividad en los mercados; para ello se pueden seguir esquemas internacionales o propios de la empresa.

La globalización a nivel mundial ha hecho que las empresas se innoven debido a las nuevas exigencias del mercado, la adaptación a las nuevas tendencias no solo busca garantizar el bienestar de una empresa, más bien busca que la organización sea más responsable de efectos, que su funcionamiento posea sobre trabajadores, accionistas, proveedores, clientes y las partes que intervienen en la organización.

Dentro del contexto de estrategia, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha ganado importancia a escala mundial por aportar gran valor a las empresas. Esto se evidencia anualmente en los procesos de rendición de cuentas, donde no solo se presentan resultados cuantitativos, sino que también se muestran los cualitativos. Este proceso es también denominado balance social.

La RSE una forma de gestión organizacional para la sostenibilidad. Cada vez se le reconoce en mayor medida su papel estratégico para el éxito empresarial a largo plazo (Bermúdez & Mejías, 2018). La RSE busca un equilibrio entre el rendimiento económico, el incremento del bienestar social con la comunidad, la protección del medio ambiente y la buena gobernanza; esta es una nueva visión enfocada hacia los negocios en donde se incluyen las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés (Viteri & Jácome, 2011; Rincón, et. Al., 2017; Su & Chen, 2017; Mendoza, et. Al., 2020). Es un modelo de gobierno innovador, que se puede aplicar en cualquier tipo y tamaño de empresa afectando sus diferentes ámbitos, alcanzando un comportamiento responsable como elemento en la gestión organizacional.

La mayor parte de las investigaciones sobre la RSE ha sido destinada hacia las grandes empresas (Moura, 2011). Los estudios a las pequeñas y mediana empresas han sido pocos. La RSE de las PYMES no puede seguir el mismo análisis y orientación teórica utilizada en estudios de empresas grandes, ya que estas investigaciones tienen en su mayoría un argumento exclusivo con el rendimiento financiero (Rincón, et. Al., 2017). Freire, et, al, (2018) indican que la RSE es vista como un instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de

negocios de la empresa que considera aspectos económicos, sociales y ambientales, así como la relación que la empresa establece con sus grupos de interés, he ahí la importancia que representa los rubros o montos de inversión que se destina para el desarrollo o implementación de la misma.

Las empresas que han invertido en RSE, obtienen mejores resultados en cuanto al rendimiento sobre ventas y una mejor liquidez (Torresano, 2012). Esto demuestra que estas empresas consideran una inversión destinar recursos a mediano y largo plazo para las prácticas de RSE y difusión de las mismas. Los consumidores aprecian los esfuerzos por el cuidado del medio ambiental y social. Sin embargo, en Ecuador las empresas de forma general aún no dan mucha importancia a temas sociales y ambientales, y son únicamente ciertas iniciativas empresariales que deciden de manera voluntaria implementar la filosofía de RSE de manera sostenible.

Villacís, et. Al., (2016) aseguran que en el Ecuador el cumplimiento de la RSE no se hace por exigencia o imposición, sino por voluntad propia, por ética o consciencia individual y empresarial y como una forma de correspondencia de las empresas con la sociedad en la que opera, en la que se desarrolla y para la cual trabaja. Además, la responsabilidad social se relaciona con una mejor predisposición y proactividad frente a los intereses de las diferentes personas o grupos con lo que una organización se vincula, mediante una adecuada gestión de los impactos que generan sus decisiones y actividades, respecto de los intereses y necesidades de las diferentes partes interesadas directa o indirectamente con su misión, desde perspectivas tan diversas como la económica, social, medio ambiental o cultural (Segovia, 2017).

La responsabilidad social corporativa se está convirtiendo en un componente cada vez más necesario para el éxito organizacional. Incluso es un tema que afecta a diferentes ámbitos distintos del empresarial, como las universidades, los gobiernos y la prensa (García, et, al., 2014). Es por ello que la presente investigación tuvo por objetivo analizar en qué grado se encuentra la práctica de la RSE en pymes de Guayaquil, Ecuador.

METODOLOGÍA

Esta investigación siguió un diseño no experimental, con un enfoque tipo descriptivo y transversal. La unidad de análisis del presente estudio estuvo constituida por las pymes de los sectores económicos más relevantes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

La población se conformó por las pymes del sector privado de la ciudad de Guayaquil. Se trabajó con los 8

sectores más importantes en términos de ventas (Tabla 1). Se realizó un muestreo intencional, seleccionando 210 pymes. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, y la entrevista, como instrumento, el cuestionario.

Tabla 1. Número de pymes encuestadas por sector comercial

Sectores	Número de pymes	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	52	24,8
Industrias manufactureras	26	12,4
Construcción	24	11,4
Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas	76	36,2
Transporte y almacenamiento	16	7,6
Actividades de alojamiento y de servicios de comidas	6	2,9
Actividades financieras y de seguros	4	1,9
Enseñanza	6	2,9
Total	210	100

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La competencia de las empresas se rige por patrones que toman como referencia estándares internacionales; por consiguiente, las pymes en Ecuador, son parte de ese esquema, sobre todo en medidas como aplicación de prácticas de RSE. Las estadísticas a nivel de RSE manifiestan que aún se encuentra muy lejos de contar con un perfil internacional en relación a los países desarrollados. Es por ello que es necesario evaluar de manera periódica si las pymes realizan procesos de RSE.

Para la ciudad de Guayaquil, se encontró que el 38% de las pymes encuestadas confirmó conocer y aplicar prácticas de RSE mientras que el 62% restante no aplican estas prácticas en el giro del negocio o en sus planes estratégicos (Tabla 2). Se evidenció que son varios los motivos para la no aplicación de los procesos de RSE en el giro del negocio, el 53% indica que no lo realiza por el costo que esto implica (Tabla 3).

Según Freire, et al. (2018), la RSE es vista como un instrumento de la gestión empresarial con una visión de negocios que consideran aspectos económicos y otros, así como la relación que las empresas establecen con sus grupos de interés, he ahí la importancia que representa los rubros o montos de inversión que se destina para el desarrollo o implementación del RSE, eso explica por qué el costo es un factor que genera complicación a las PYMES para poder aplicarlas.

Tabla 2. Aplicación de la RSE por las pymes de acuerdo al sector

Sectores	¿Su empresa practica RSE?				
	SI	%	No	%	Total
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	14	27%	38	73%	52
Industrias manufactureras	8	31%	18	69%	26
Construcción	7	29%	17	71%	24
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	37	49%	39	51%	76
Transporte y almacenamiento	8	50%	8	50%	16
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	2	33%	4	67%	6
Actividades financieras y de seguros	2	50%	2	50%	4
Enseñanza	1	17%	5	83%	6
Total de Pymes	79	38%	131	62%	210

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Motivos de la no aplicación de la RSE en las pymes

Motivo	%
No están preparados	2
No le interesa	15
No lo cree necesario	28
No sabe lo que es	2
Por el costo	53

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el 28% de los encuestados demostraron que no creen necesaria la aplicación del RSE y el 15% no se encuentra interesado en aplicar estos procedimientos, mientras que un 4% restante indicó que no están preparados y no saben de qué trata la RSE.

En todos los sectores predominó la no práctica de RSE, al momento de la encuesta se constató que la mayor parte de las empresas están conscientes de esta debilidad. También se observó que el sector que más promueve la puesta en práctica de RSE es el de comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, con el 49% de encuestas con respuestas positivas. El 100% de las empresas que sí aplican procesos relacionados a RSE, indican no tener una certificación.

El 50% de las empresas que no ponen en práctica procesos de RSE indica realizar al menos 2 actividades relacionadas a vinculación con la comunidad, donaciones en situaciones de emergencia. Mientras que el 40% realiza al menos 3 actividades relacionadas a vinculación con la comunidad, donaciones en emergencias y actividades caritativas y filantrópicas. El 10% indicó realizar solo una actividad principalmente relacionada a donaciones en emergencia.

En este sentido, Segovia (2017) menciona que la RSE va más allá de las cuestiones netamente relacionadas con la maximización de las utilidades o de los beneficios para los accionistas o dueños de estas, la RSE se relaciona con una mejor predisposición y proactividad frente a los intereses de las diferentes personas o grupos con lo que una organización se vincula, mediante una adecuada gestión de los impactos que generan sus decisiones y actividades, respecto de los intereses y necesidades de las diferentes partes interesadas directa o indirectamente con su misión, desde perspectivas tan diversas como la económica, social, medio ambiental o cultural, lo que da a comprender que no solo se trata de realizar varias prácticas relacionadas a RSE como donaciones, vinculación con la sociedad, actividades caritativas sino que la RSE

implica muchos aspectos que se deben cumplir para llegar a ser realmente empresas socialmente responsables.

Entre los logros más destacados obtenidos por las pymes que aplican RSE se encontraron: la mejora en el ambiente laboral con el 34% de las encuestas, valoración de la imagen y la marca con el 30% y la sostenibilidad del negocio a largo plazo con el 35% (Tabla 4).

Tabla 4. Logros obtenidos por las pymes que aplican RSE

Logro	%
Mejor ambiente laboral	34
Mayor lealtad de los clientes	0,5
Incremento de las ventas	0,5
Valoración de la imagen y de la marca	30
Sostenibilidad del negocio a largo plazo	35

Fuente: Elaboración propia

El mayor logro obtenido por las pymes fue la sostenibilidad del negocio a largo plazo, lo que significa que las pymes están desarrollándose, cubriendo sus necesidades sin afectar o poner en peligro a las futuras generaciones, están intentando tener un equilibrio entre distintos factores que pueden influir en la calidad de vida y la permanencia futura empresarial. A esto agregamos que el rendimiento financiero en las PYMES no ha sido uno de los logros obtenidos ya que éste es considerado un beneficio que se ve reflejado a largo plazo, ya que la aplicación de la RSE día a día es lenta debido a que deben establecer poco a poco mejoras como el ambiente laboral y la valoración de la imagen, lo que permite que el rendimiento se evidencie con el tiempo, es decir, a largo plazo, a diferencia de empresas grandes que ya tienen mayor tiempo en la aplicación de RSE y que son constantes en el cumplimiento de cada una de sus prácticas.

La sostenibilidad en los negocios no solo debería estar vinculada a la conservación ambiental, también es importante considerar la reducción de las brechas de género, la inclusión social, la digitalización y el desarrollo de modelos de trabajo alternativos, aspectos donde las pymes registran grandes avances.

Con respecto a la valoración de la imagen de la empresa, la RSE guarda una relación con la reputación corporativa (Su & Chen, 2017) y la intención de compra (Uzunoglu, et al., 2017), entendida como el juicio de valor que ejecutan los clientes respecto a la compañía y que influye en las ventas de la misma.

Por otro lado, el 61% de las pymes que si aplican procesos de RSE indica si tener incorporada estas actividades

dentro de su modelo de gestión empresarial o plan estratégico. Por el contrario, el 39% reconoce que solo lo realiza como una práctica habitual sin considerar su inclusión en su modelo de gestión

Las razones más importantes que consideran las empresas para aplicar procesos de RSE son por imagen ante la comunidad con el 27% de las respuestas, mejora del ambiente laboral con el 29% y mejora de resultados económicos con el 36% (Tabla 5). En total, el 92% de las encuestas se centra en estas tres respuestas. Por otro lado, la sensibilidad social, las razones éticas y la mejora de relaciones con clientes y proveedores juntas solo llegan al 8% del total.

Tabla 5. Razones de la aplicación de las prácticas de RSE

Razón	%
Por imagen ante la comunidad	27
Por sensibilidad social	1
Razones éticas	3
Mejora del ambiente laboral	29
Mejora de las relaciones con clientes y proveedores	4
Mejora de los resultados económicos	36

Fuente: Elaboración propia

Del total de empresas encuestadas, el 62% no tiene un código de ética y en un caso se mencionó que no lo han trabajado; sin embargo, se genera conciencia en el personal. Por otro lado, el 38% de las Pymes sí lo han implementado (Tabla 6). Los códigos de ética funcionan como un marco de referencia para el comportamiento ético y suponen la elaboración, el consentimiento y la aceptación de las normas que el código contiene por parte de los colaboradores (Schwartz, 2001; Schwartz, 2004)

Según Pérez, et. al, (2015), la eficacia de un código de ética se relaciona estrechamente con el grado de compromiso de las personas con los valores que él contiene. En la medida en que cada persona se decida libre y conscientemente a ser leal y coherente con esas pautas de acción y oriente su conducta hacia ellas, ese código será eficaz.

Se observó que el sector que más promueve el uso de códigos de ética es el de construcción con el 58% de las encuestas con respuesta positiva. Al igual que en el análisis anterior en la mayoría de los sectores predomina las afirmaciones negativas. Los sectores que buscan fomentar la aplicación de códigos de ética son agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, y transporte y almacenamiento, con el 40% y 38% de encuestas a favor, respectivamente.

Tabla 6. Código de ética de las pymes por sector comercial

Sectores	¿Su empresa tiene un código de Ética?				
	SI	%	No	%	Total
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	21	40	31	60	52
Industrias manufactureras	9	35	17	65	26
Construcción	14	58	10	42	24
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	24	32	52	68	76
Transporte y almacenamiento	6	38	10	68	16
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1	17	5	83	6
Actividades financieras y de seguros	2	50	2	50	4
Enseñanza	3	50	3	40	6
Total Pymes	80	38	131	62	210

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial en la muestra de pymes seleccionada aún se halla en fase de desarrollo. La mayor parte de las pymes no acogen su práctica por los costos que conlleva o porque no lo consideran necesario. Para fomentar su consolidación es necesario sumar esfuerzos entre el sector público, organizaciones civiles, el sector privado y a través del establecimiento de políticas eficientes.

El 38% de las Pymes realizan actividades relacionadas a la RSE; sin embargo, no tienen incorporadas estas prácticas en su plan estratégico, por lo que es importante fomentar su implementación.

El rendimiento financiero como beneficio de la RSE se ve reflejado a largo plazo en las pymes, los primeros cambios positivos que genera la aplicación de RSE son la mejora de ambiente laboral, la sostenibilidad del negocio y la valoración de la imagen de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bermudez, Y., Mejías, A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 315-325. <http://scielo.sld.cu/pdf/rrii/v39n3/1815-5936-rrii-39-03-315.pdf>
- Freire, C., Govea, K., y Hurtado, G. (2018). Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Espacios*, 39(19):7-17. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p07.pdf>
- García, Palacios y Espasandín. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Mendoza, D. L., Jaramillo, M. C., y López, D. D. (2020). Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2): 95-106. <https://dx.doi.org/10.31876/rccs.v26i2.32426>.
- Moura, R. (2011). Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes: El caso del distrito v de Huelva - España. *Organizaciones y Sociedades*, 139-152. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400638314008>
- Pérez, L., Garzón, M., Ibarra, A. (2015). Código de ética empresarial para las pymes: marco de referencia para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE). *Espacios*, 36(2):11-21.
- Rincón, Y. A., Caridad, M., y Salazar, C. (2017). Responsabilidad social en universidades de gestión privada en Barranquilla. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(3), 48-62.
- Schwarz, M. S. (2001). The nature of the relationship between Corporate Code of ethics and behaviour. *Journal of Business Ethics*, 32 (3), 247-262.
- Schwarz, M. S. (2004). Effective corporate code of ethics: Perceptions of code users. *Journal of Business Ethics*, 55 (4), 323-343
- Segovia, O. (2017). *Reconceptualización de la responsabilidad social corporativa a partir de los elementos claves de la Teoría Crítica de Max Horkheimer*. (Tesis para optar al grado de Doctor en Derecho y administración de empresas). Universitat de Lleida.
- Su, L., Pan, Y., & Chen, X. (2017). Corporate social responsibility: Findings from the Chinese hospitality industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 240-247. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.013>
- Uzunoglu, E., Turkel, S., & Yaman-Akyar, B. (2017). Engaging consumers through corporate social responsibility messages on social media: An experimental study. *Public Relations Review*, 43(5), 989-997. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.013>
- Torresano, M. (2012). *Estudio de responsabilidad social de empresas del Ecuador*. Fundación Avina. Cooperación alemana al desarrollo. IDE Business School.
- Villacis, Suarez & Guillín. (2016). Análisis de la responsabilidad social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8):452-466. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/295>
- Viteri, J., y Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 4, 92-100.