



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL POR PARTE DE LAS PYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas.

Autores:

Chaluisa Guaman Erika Rocío

Chimbo Muñoz Erika Lourdes

Tutor:

Mg. Arias Figueroa Roberto Carlos

LATACUNGA – ECUADOR

Marzo-2022

DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Nosotros, **Chaluisa Guaman Erika Rocio** con C.I. 050436110-6 y **Chimbo Muñoz Erika Lourdes** con C.I. 060571027-6, declaramos ser autoras (a) del presente Proyecto de Investigación: **“PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL POR PARTE DE LAS PYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Mg. Arias Figueroa Roberto Carlo tutor del presente trabajo, y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



.....
Chaluisa Guaman Erika Rocio
C.I: 050436110-6



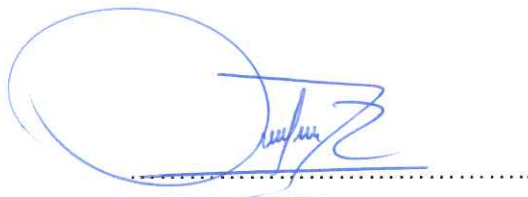
.....
Chimbo Muñoz Erika Lourdes
C.I. 060571027-6

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL POR PARTE DE LAS PYMES DEL SECTORMANUFACTURERO DEL CANTON LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI” de Chimbo Muñoz Erika Lourdes, Erika Rocio Chaluisa Guaman, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Proyecto de Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, marzo, 2022



Mg Arias Figueroa Roberto Carlos

Tutor del Provento de Investigación

Cédula de identidad: 0502123730

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Proyecto de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Chimbo Muñoz Erika Lourdes, Erika Rocio Chaluisa Guaman, con el título de Proyecto de investigación “PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL POR PARTE DE LAS PYMES DEL SECTORMANUFACTURERO DEL CANTON LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, marzo, 2022

Para constancia firman:



Lector 1 (Presidente)
Nombre: Dr. Santamaría Guido
CC: 0501848820



Lector 2
Nombre: Dra. Guaigua Jenny
CC: 1803661579



Lector 3
Nombre: Dr. Navas Walter
CC: 0501475057

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios, por haberme concedido la vida, por acompañarme en cada paso que doy, cada instante de las horas de clases y lograr mi objetivo Universitario, por darme esa fuerza y sabiduría para poder cumplir todos mis objetivos.

A mis padres, por ese esfuerzo tan grande que han realizado por darme lo necesario, por ese apoyo incondicional de mi madre, por sus buenos consejos que me han llevado por un buen camino, si sin apoyo, hubiera sido imposible lograr esta meta, toda esa confianza que depositaron en mí se ven reflejados cada día.

A mis docentes, amigos y compañeros de clases con quienes he compartido muchos momentos de alegría y tristeza al largo de mi carrera universitaria, gracias por la paciencia, la confianza y el apoyo que depositaron en mí.

Erika Rocio Chaluisa Guaman

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por regalarme la vida y permitir que mis sueños se hagan realidad por concederme fortaleza y sabiduría en momentos de necesidad. A mi esposo Cristian Lozano por brindarme su confianza y amor en todo momento, por ser el pilar fundamental que guía mi vida y sobre todo por ser la fortaleza para perseverar y no desmayar en el transcurso a cumplir mi objetivo, con mucho amor y cariño este proyecto a la familia Lozano, ya que sin el apoyo de ellos no hubiese podido cumplir con este sueño anhelado. También mis sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica Cotopaxi comprometida con una educación de calidad en el país, gracias por la oportunidad brindada para aprender y crecer profesionalmente.

Erika Lourdes Chimbo Muñoz

DEDICATORIA

Mi proyecto la dedico con amor:

A mis padres Sr. Chaluisa Jorge y Guamán María, quienes han estado presente desde mis primeros pasos en la vida estudiantil, y quienes han sido un pilar fundamental para poder salir adelante, ellos me han enseñado a luchar por lo que quiero y nunca dejar a un lado las cosas que puedo lograrlo con mi capacidad e inteligencia.

A mis Abuelos, Sr. Juan Chaluisa y María Ayala, quienes me inculcaron nuestras propias costumbres y tradiciones, donde quiera que estemos, nunca debemos olvidar nuestra cultura e idioma, estoy siempre orgullosa, con admiración y gratitud.

A mi hermana y hermano quienes me han brindado ese apoyo tan valioso, por estar siempre en las buenas y malas, con sus buenos consejos, quienes me ayudaron a ver la vida de otra forma siempre estaré agradecida con los dos por ser tan buenos conmigo, a pesar de nuestras diferencias.

Erika Rocio Chaluisa Guaman

DEDICATORIA

Mi proyecto de tesis la dedico con amor:

A Dios

Dedico este trabajo principalmente a Dios porque le debo la vida y que me permite seguir alcanzando mis metas para lograr mi formación profesional, le agradezco porque me regala la sabiduría, conocimientos y entendimientos día a día para cumplir mis metas.

A mi padre, Luis Chimbo

Al hombre que me dio la vida, el cual perdí hace cuatro años, pero siento que está conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, pero sé que él me está cuidando siempre y guiándome desde el cielo para no tropezar en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi esposo, Cristian Lozano

A mi esposo por ser el pilar más importante por demostrarme su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento, muchas veces poniéndose en el papel de padre, en el tengo el espejo en el cual tengo que reflejar pues su virtud y su gran corazón me llevan cada día a admirarlo.

Erika Lourdes Chimbo Muñoz

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO: “Percepción de la Responsabilidad Social por parte de las PYMES del sector manufacturero del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.”

Autores:

Chaluisa Guaman Erika Rocío

Chimbo Muñoz Erika Lourdes

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se elaboró con el objetivo de determinar la percepción de la Responsabilidad Social en las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, los métodos que se utilizaron son, método deductivo, investigación bibliográfica, investigación de campo, nivel descriptivo, y la técnica de las encuestas.

Para el levantamiento de información se aplicó el cuestionario basado en la guía de Acción Empresarial para el Desarrollo (AED) Costa Rica, y adaptado a las necesidades de la población a investigar. Seguidamente el análisis e interpretación de los resultados se aplicó el programa estadístico SPSS versión 24 y “QuestioPro” donde se realizó el análisis para conocer el nivel y la importancia de la percepción de la responsabilidad social en las dimensiones económico, social y ambiental, según los resultados obtenidos muestran que la mitad de los representantes de las PYMES manufactureras conocen sobre la responsabilidad social.

Finalmente, en las PYMES se determinó que la percepción de la responsabilidad social tiene una estrecha relación con la dimensión en el nivel ambiental con un resultado de muy importante, es decir que el cuidado del ambiente es sustancial por parte de las PYMES para contribuir a la reducción de la contaminación ambiental y mejorar la calidad de vida de la población, también la dimensión en el nivel económico está relacionado para el desarrollo de las PYMES con un resultado de importante, esto causaría impacto en los grupos de interés tanto internos como externos ya que generaría beneficios para las PYMES y también para los demás involucrados, por consiguiente en la dimensión en el nivel social se relaciona con un resultado poco importante, esto enfatiza que no existe una estrecha relación entre los colaboradores y esto ocasiona no cumplir con las normas y reglamentos que involucran o afectan directamente al desarrollo progresivo de las PYMES para el crecimiento de las mismas.

Palabras claves: Percepción, PYMES Manufactureras, Representantes PYMES, Responsabilidad Social (RS).

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

BUSINESS ADMINISTRATION BACHELOR

TOPIC: "Social Responsibility Perception by SMEs of manufacturing sector from Latacunga Canton, Cotopaxi province".

Authors:

Chaluisa Guaman Erika Rocio

Chimbo Muñoz Erika Lourdes

ABSTRACT

The actual research project was developed with the aim to determine the Social Responsibility perception into SMEs manufacturing sector from Latacunga canton, Cotopaxi province. The research had a quantitative approach, the used methods are the deductive method, bibliographic research, field research, descriptive level, and the survey technique.

For the information collectio was applied the questionnaire based on the Business Action for Development (AED) guide Costa Rica, and adapted to the population needs to be reseach. After, the results analysis and interpretation, it was applied the statistical program SPSS version 24 and "QuestioPro", where was made the analysis to know the level and social responsibility perception importance into economic, social and environmental dimensions, according to thevgot results show, what manufacturing SMEs representatives half know about the social responsibility.

Finally, into SMEs were determined, what the social responsibility perception has a close relationship with dimension at the environmental level with a very important result, that is, the environment care is substantial onto SMEs part for contributing to the environmental pollution reduction and improvin the quality of population life, also the dimension at the economic level is related with SMEs development with an important result, this would cause an impact both internal and external interest groups, since would generate benefits for SMEs and also, for the others involved, therefore, into dimension at social level, it is related to an unimportant result, this emphasizes, what there is no close relationship between the collaborators and this causes that does not to comply with the rules and regulations, what involve or directly affect the SMEs progressive development for their growth.

Keywords: Perception, manufacturing SMEs, SME representatives, social responsibility.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del trabajo de titulación cuyo título versa: **“PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL POR PARTE DE LAS PYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por: **Chaluisa Guaman Erika Rocio y Chimbo Muñoz Erika Lourdes**, estudiantes de la Carrera de **Licenciatura en Administración de Empresas** perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas** lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 18 marzo del 2022

Atentamente,


 CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paúl Beltrán Semblantes

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0502666514

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUDITORIA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	ix
AVAL DE TRADUCCIÓN	xi
CAPÍTULO 1	1
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2.1. Pregunta de Investigación	5
3. OBJETIVOS	6
3.1. Objetivo General	6
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	7
CAPÍTULO 2	7
5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	7
5.1. Antecedentes de la investigación	7
5.2. Bases Teóricas	9
5.2.1. Administración	9
5.2.1.1. Proceso Administrativo	9
5.2.2. Administración y Sociedad	10
5.2.2.1. La ética en la administración	11
5.2.2.2. La Responsabilidad Social de los administradores	11
5.2.3. Concepto de la Responsabilidad Social	12
5.2.3.1. El origen de la Responsabilidad Social	13
5.2.3.2. Alcance de la Responsabilidad Social	13
5.2.3.3. Grupos de intereses o Stakeholders	15

5.2.3.3.1.	Empleado.....	15
5.2.3.3.2.	Accionistas	15
5.2.3.3.3.	Propietarios.....	16
5.2.3.3.4.	Cliente	16
5.2.3.3.5.	Competidores	16
5.2.3.3.6.	Proveedores	16
5.2.3.3.7.	Sociedad	17
5.2.3.3.8.	Comunidad	17
5.2.3.4.	Dimensiones de la Responsabilidad Social.....	17
5.2.3.4.1.	Dimensión Económica	18
5.2.3.4.2.	Dimensión Ambiental	18
5.2.3.4.3.	Dimensión Social	18
5.2.3.5.	Beneficios de la Responsabilidad Social.....	19
5.2.3.6.	Principios de la Responsabilidad Social.....	21
5.2.3.7.	Gestión de la Responsabilidad Social	22
5.2.3.8.	Estrategias de Responsabilidad Social	24
5.2.3.9.	Objetivos de la Responsabilidad Social	25
5.2.3.10.	Ventajas de la Responsabilidad Social.....	26
5.2.3.11.	Impacto de la Responsabilidad Social.....	27
5.2.4.	Empresas	28

5.2.4.1.	Elementos básicos de la Empresa.....	29
5.2.5.	Manufacturero.....	31
5.2.6.	La sostenibilidad empresarial	32
5.2.7.	Clasificación de empresas.....	32
5.2.7.1.	Microempresa.....	34
5.2.7.2.	PYMES.....	34
5.2.7.3.	Gran empresa.....	35
5.2.8.	Las PYMES	36
5.2.8.1.	Fortalezas de las PYMES.....	36
5.2.8.2.	Debilidades de las Pymes.....	37
5.2.8.3.	Características de las PYMES.....	38
5.2.8.4.	Marco jurídico legal de las PYMES.....	39
5.2.8.5.	La Responsabilidad Social y las PYMES.	40
CAPÍTULO 3	41
6. METODOLÓGIA EMPLEADA	41
6.1.	Enfoque Cuantitativo	41
6.2.	Tipos de investigación	42
6.2.1.	Investigación bibliográfica.....	42
6.2.2.	Investigación de campo.....	42
6.2.3.	Método deductivo	43
6.2.4.	Método Descriptivo	43
6.3.	Técnica.....	44
6.3.1.	Encuesta	44
6.3.2.	Instrumento	44
	La técnica y herramienta que se manejó en el presente proyecto se muestran en la siguiente tabla:	44
6.4.	Población y Muestra	44

6.4.1. Población.....	44
6.4.2. Muestra	44
CAPÍTULO 4	45
7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	45
7.1. Análisis de preguntas	46
CAPÍTULO 5	50
8. CONCLUSIONES	50
9. RECOMENDACIONES	51
10. ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA MEJORAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES.....	52
11. BIBLIOGRAFÍA	53
12. ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elaboración de los objetivos específicos de la investigación.	6
Tabla 2. Beneficiarios del proyecto de investigación	7
Tabla 3. Impacto de la responsabilidad social	27
Tabla 4. Clasificación de las empresas	33
Tabla 5. Técnica e instrumento de investigación.....	44
Tabla 6. Pregunta N°1. ¿Cuál sería el beneficio que espera usted para su empresa mediante la práctica de la RS?.....	46
Tabla 7. Pregunta N°2. ¿Realizaría usted alianzas con otras Empresas para Implementar Estrategias de Responsabilidad Social?	46
Tabla 8. Pregunta N°3. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar prácticas de RS?.....	47
Tabla 9. Pregunta N°4. ¿Cuál de los Sigüientes servicios Desearía recibir para su empresa que facilite la Implementación de RS?	48
Tabla 10. Tabla cruzada ¿Cuál de las siguientes dimensiones practica su empresa en sus operaciones en base a la responsabilidad social?*¿Cree que la responsabilidad social es de vital importancia para la sustentabilidad y rentabilidad de su empresa?	49
Tabla 11. Estrategias de responsabilidad social para mejorar la situación actual de las PYMES.	53

TABLA DE GRÁFICO

Gráfico 1. Principios de la responsabilidad social	21
---	----

TABLA DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Cruce de variables de Directorio de Empresas y Establecimientos-2020, pequeñas empresas.....	61
Ilustración 2. Cruce de variables de Directorio de Empresas y Establecimientos-2020, medianas empresas.....	61

TABLA DE ANEXOS

Tabla1. Listado de PYMES manufactureras activas	62
Tabla2. Valoración de la pregunta N°1	66
Tabla3. Valoración de la pregunta N°2.....	66
Tabla4. Valoración de la pregunta N°3.....	66
Tabla5. Valoración de la pregunta N°4.....	67
Tabla6. Valoración de la pregunta N°5.....	67
Tabla7. Valoración de la pregunta N°6.....	67
Tabla8. Cuestionario de la encuesta	68
Foto 1. Encuesta al representante de la Panadería Mashca pan	70
Foto 2. Encuesta al representante de la empresa Marcel confecciones	70
Foto 3. Encuesta al representante de la empresa la Casa de las Allullas.....	71
Foto 4. Encuesta al representante de la empresa Ecu Decor	71
Foto 5. Encuesta al representante de la empresa Creaciones Henry Joyería.....	72
Foto 6. Encuesta al representante de la empresa Queso De Hoja Cotopaxi.....	72
Foto 7. Encuesta al representante de la empresa Dinamick Sport.....	73
Foto 8. Encuesta al representante de la empresa Diego Y Miguel Sport	73

CAPÍTULO 1

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Percepción de la Responsabilidad Social por parte de las PYMES del sector manufacturero del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio:

Agosto 2021

Fecha de finalización:

Marzo 2022

Lugar de ejecución:

Provincia de Cotopaxi

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado:

No Aplica

Grupo de investigación

No Aplica

Equipo de Trabajo:

No aplica

Tutor:

Mg. Roberto Carlos Arias Figueroa

Estudiantes:

Erika Chimbo con cédula de Ciudadanía, **060571027-6**

Erika Chaluisa con cédula de Ciudadanía, **050436110-6**

Área de Conocimiento:

Administración

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera

Gestión e Innovación Empresarial

Estrategias Financieras Sostenibles

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presente investigación se realizó por la inexistencia de un estudio que permita determinar la situación actual sobre la percepción de la responsabilidad social de las PYMES manufactureras del cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

Si tuviéramos que medir la percepción de la responsabilidad social en Latinoamérica según el número de organizaciones que pertenecen al pacto mundial, sin duda alguna diríamos que es una región con un sector empresarial muy responsable con la sociedad y el medioambiente. Sin embargo, sabemos que esto no es del todo cierto. Al 15 de abril de 2019, 13 países de la región se habían adherido al pacto mundial de un total de 5.102, lo que equivale al 19.70%. Un análisis más profundo revela que la distribución entre los países se concentra en unos pocos con 224 empresas miembro en México, seguida de 212 en Brasil y 141 en Argentina.

Según datos publicados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) las partes interesadas se perciben todavía como débiles a la hora de ejercer presión a las empresas para que sean más responsables. Solamente un 13% de las empresas encuestadas no sienten presión de sus clientes, financiadores o la sociedad civil para actuar de forma responsable. El desglose por tamaño es del 20% de empresas grandes, el 15% de empresas medianas y el 10% de empresas pequeñas Vives & Peinado, (2011).

Según una encuesta realizada sobre la responsabilidad social en Ecuador en el año 2018, por Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a 62 empresas de distintos sectores como: finanzas, comercio, industria y servicios, indica que el 62% de estos mantienen estrategias de Responsabilidad Social (RS), el 20% no mantiene estrategias de responsabilidad social y el 18% se encuentra en proceso de aplicación de estrategias de

aplicación responsabilidad social Betancourt, (2017).

En el país las PYMES, nada más lejos de la realidad el verdadero problema es el desconocimiento sobre la responsabilidad social y la falta de apoyo del gobierno con proyectos y estrategias que les sean adaptables, pero la responsabilidad social está ganando importancia, y no podía ser de otra manera. Según las cifras de la (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2018) afirma que existen 667 entidades del sector financiero y 12.281 organizaciones pertenecientes al sector no financiero (pág. 4). Sin embargo, es alarmante ver que la mayoría de ecuatorianos ni siquiera tienen una idea clara de lo que es la responsabilidad social, aparentan saber de la materia más por convicción o por concepciones con respecto a la responsabilidad social. Como consecuencia, las empresas que practican la responsabilidad social en el Ecuador son realmente pocas Choloquina Ayala & Palomo Guashco, (2019).

Ecuador ante esta realidad, debe alinearse a la nueva visión transformadora, hacia el cambio de la matriz productiva que conduce al establecimiento de políticas públicas que vayan encaminadas hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con las dimensiones que de igual manera son estudiadas por la responsabilidad social. Existe una relación simbiótica entre la responsabilidad social y los contenidos expresados en la agenda 2030, en razón de ello, Ecuador debe alinear sus objetivos estratégicos hacia la agenda 2030 y la consecución sus objetivos; como nación Ormaza, et al, (2020).

En el contexto ecuatoriano la investigación llevada a cabo por Romo, et al, (2017), afirma que cerca de la mitad de las empresas ha introducido temas relacionados con la responsabilidad social (51%), el 80% de ellas en la última década. Del 49% de empresas que aún no implementan

una estrategia o aspectos de la responsabilidad social, al 56% le interesa la temática. Ante esta realidad, se propone identificar el nivel de percepción de la responsabilidad social implementado en las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga tomando en cuenta que no se ha encontrado difusión de sus actividades socialmente responsables que las empresas llevan a cabo sea en cuanto a lo social como a lo ambiental.

De acuerdo a la investigación bibliográfica realizada para poder determinar la percepción de la responsabilidad social de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, no existe ningún estudio e información adecuada, por lo cual existen solamente estudios anteriores realizados sobre empresas del sector industrial, comercial, financiero y de servicios en el cantón de Latacunga han logrado implementar programas de responsabilidad social, para la gestión de las iniciativas realizadas y principalmente proponen una guía metodológica que permita a las empresas del sector industrial y comercial de cantón Latacunga tener un referente para reflejar los procesos de responsabilidad social.

2.1. Pregunta de Investigación

¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social por parte de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- ✓ Determinar la percepción de la responsabilidad social por parte de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Tabla 1.

Elaboración de los objetivos específicos de la investigación.

Objetivos Específicos	Actividades	Cronograma	Productos
1. Conceptualizar los elementos de la responsabilidad social de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.	1.1 Revisión bibliográfica y documental.	Noviembre.	Marco teórico.
2. Detallar los niveles de percepción de la responsabilidad social por parte de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.	2.1 Construcción de instrumento de recolección de datos.	Diciembre.	Instrumento de recolección de datos.
	2.2 Aplicación del instrumento.	Diciembre.	Encuestas aplicadas.
3. Interpretar la percepción que tiene las PYMES del sector Manufacturero acerca de la responsabilidad social.	3.1 Análisis estadístico de la información.	Enero.	Resultado estadístico descriptivos.
	3.2 Interpretación de resultado.	Enero.	Informe de resultado.
	3.3 Redacción de conclusiones.	Febrero.	Conclusiones y Recomendaciones.

Nota: Elaborado por investigadores

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Tabla 2.

Beneficiarios del proyecto de investigación

Beneficiarios del Proyecto de Investigación	
Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
PYMES manufactureras del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.	Ministerio de Industrias y Productividad Asociaciones de PYMES y grandes empresas del Ecuador.

Nota: Elaborado por investigadores

CAPÍTULO 2

5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

5.1. Antecedentes de la investigación

Ormaza Jorge et al, (2021) realizaron una investigación para la revista científica FIPCAEC con el objetivo de revisar el abordaje de la responsabilidad social en las Pymes ecuatorianas el marco de la nueva normalidad y el propósito de desarrollo sostenible, para ello se realizó una investigación documental con base en Bárcena (2009), Organización Mundial de la salud (OMS) (2020), Organización Mundial del Comercio (2020), Murdocca (2020), Ballester (2020), Fernández (2020), CEPAL (2020), entre otros. Como resultados se tiene que existe consenso en torno a que la responsabilidad social es un modelo aplicable a todo tipo de organización, en cualquier actividad o país, para valorar y comparar su contribución al desarrollo sostenible, que es necesario incorporar su práctica a las Pymes y que se constituirá en uno de los elementos fundamentales para la respuesta a los efectos sistémicos de la crisis pandémica del COVID-19.

Briones Víctor, et al (2017) realizaron una investigación para la revista Espacios con el propósito de mencionar el grado de influencia de las PYMES de confección en el Cantón de Guayaquil y los posibles efectos de implementación de principios éticos, transparentes hacia su entorno, se analiza la posibilidad de que un plan estratégico de responsabilidad social puede ser tomado como una fuente de ingreso para las empresas, ya que el mercado internacional es demandante de productos amigables con el medio ambiente ya que se contribuye a fomentar el desarrollo sostenible. El resultado de esta investigación demuestra que las PYMES de confecciones de Guayaquil no cuentan con una estructura delimitada, su funcionamiento se da de manera empírica, la fuerza laborar en algunos casos son la propia familia y en otros casos los empleados no están comprometidos con la empresa, no existe un vínculo entre los empleadores y empleados, el ambiente laboral está deteriorado, los directivos de las PYMES, no presentan la responsabilidad social como una medida de redistribución hacia la sociedad, además se concluye que un pequeño porcentaje de las empresas han implementado acorde a sus limitaciones, normas internacional en carácter social.

Ormaza Jorge, et al, (2020) hicieron una investigación para la revista ciencias sociales (Ve) con la finalidad de describir la responsabilidad social empresarial en Ecuador a partir de la agenda 2030. El artículo se desarrolló desde el paradigma cualitativo utilizando la revisión documental, teórica y jurídica. Como resultado, en Ecuador existe un interés acentuado de las empresas hacia el cumplimiento de la responsabilidad social, encaminando acciones cónsonas con el desarrollo sostenible y los objetivos de desarrollo declarados a nivel mundial. A pesar de ello, se requiere de mayor socialización y empoderamiento de la normativa contemplada en la Agenda 2030, para evitar el

incumplimiento cabal de sus objetivos. Se concluye, que la responsabilidad social empresarial en Ecuador, responde a los objetivos de Desarrollo Sustentables y aporta elementos significativos para las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas de las empresas, quienes deben asumirlas como ejes transversales de su sistema de gestión; lo cual permitirá potenciar el desarrollo del país.

5.2. Bases Teóricas

5.2.1. Administración

Es una ciencia social, cuyo interés se centra en las organizaciones humanas, así como las técnicas y procedimientos disponibles para su planificación, organización, dirección y control de sus recursos, en pro de obtener de ellos el mayor beneficio posible. También es un proceso por medio del cual se consigue calidad en el funcionamiento de un organismo social, a través del correcto aprovechamiento de sus recursos, en pro del logro de objetivos predeterminados Cano, (2017).

Se considerada como una ciencia social porque es aquella que se encarga de estudiar a las organizaciones, empresas, industrias y su función por la cual se transforman los recursos organizacionales y empresariales a través de la planeación, organización, dirección y control de los recursos, a partir de las cuales se busca el mejor desempeño posible de todos los colaboradores internos y externos, para el cumplimiento y mejoramiento de las organizaciones.

5.2.1.1. Proceso Administrativo

Es un modelo a seguir durante generaciones, el cual fue desarrollado y utilizado a finales del siglo XIX y principios del XX por Henry Fayol, y a partir de ese momento se le ha identificado como la estructura básica de la práctica administrativa, otorgándole a ésta una capacidad de abstracción más amplia y la posibilidad de generar conceptos teóricos

cada vez más particularizados a las necesidades Osio et al, (2021).

Se define como una consecución de fases o etapas a través de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa. Algunos autores que estudian dicho proceso lo han dividido de acuerdo con su criterio en tres, cuatro, cinco o seis etapas, pero sólo se refieren al grado de análisis del proceso, ya que el contenido es el mismo que manejan todos. Por eso, en la actualidad, la división cuadripartita, de cuatro fases, es la más aceptada universalmente: planeación, organización, dirección y control Osio et al, (2021).

Se puede mencionar que el proceso administrativo se compone de una serie de etapas que ayudan a conseguir los objetivos propuestos y a su vez agrupar para formar determinados productos, y hace referencia a la serie de pasos que son la planeación, organización, dirección y el control que se llevan a cabo para alcanzar los objetivos ya sean personales o empresariales.

5.2.2. Administración y Sociedad

La administración es de identificar, evaluar y reaccionar ante las fuerzas externas a las empresas que puedan afectar su funcionamiento y las sociedades se encargan de gestionar y tomar las decisiones cotidianas de una organización ocupándose de su representación, es decir, administración de una sociedad puede ser un individuo o institución así, este actúa en nombre de una sociedad, principalmente, en los procesos legales cotidianos.

La sociedad es un tipo especial de sistema social como uno de los subsistemas primarios del sistema humano de acción, siendo organismo conductual. Una sociedad consiste de un conjunto de esferas relativamente autónomas que no se pueden reducir a una lógica única, la de esa sociedad dicho de otra manera, una sociedad está configurada en un conjunto de compartimientos, a los que llama específicamente campos, que se presentan cada uno de ellos como una estructura donde están presentes probabilidades,

recompensas, ganancias y sanciones, pero de las cuales no podemos tener un conocimiento total puesto que siempre existe un cierto grado de indeterminación Ochoa, (2018).

La administración y sociedad es una agrupación entre organización y personas que constituyen una unidad, con la finalidad de cumplir mediante la mutua cooperación, todos o algunos de los fines que incide directamente sobre el ambiente de la responsabilidad social tanto en la forma en que se explotan los recursos como en la importancia relativa que se le atribuye con toda la sociedad y tiene capacidad para identificar sus problemas, rever sus conductas y promover cambios en su estilo de vida de responsabilidad social.

5.2.2.1. La ética en la administración

Implica el desarrollo propio, sin atentar contra el libre desenvolvimiento de los demás, es decir, es tratada en un plano subjetivo. La moral, que en ciertas ocasiones se confunde con la ética, va más vinculada a un conjunto de valores instituidos dentro de un grupo social, y que son aprehendidos por el individuo, quien actúa y juzga a partir de éstos Rodríguez Manuel, (2017).

La ética en la administración es la ciencia que se encarga del estudio de los valores y la moral de los trabajadores con respecto a la responsabilidad social de la empresa o lugar de trabajo.

5.2.2.2. La Responsabilidad Social de los administradores

Según Morante Asesores, (2020), la responsabilidad social de los administradores responde de forma personal ante cualquier daño causado por actos contrarios a la ley, además de responder por los realizados incumpliendo los deberes del desempeño de su cargo.

La responsabilidad social de los administradores, es un compromiso exclusivo que asume la responsabilidad social de una empresa con la sociedad, y aplica tanto a nivel interno como externo de la empresa donde incluye condiciones beneficios que reciben tanto la empresa y como la sociedad en cuanto a la responsabilidad de los administradores.

5.2.3. Concepto de la Responsabilidad Social

Es un modelo de gestión que se puede aplicar de manera adecuada en las empresas, logran que se maximice los efectos positivos y disminuye los negativos, el equipo directivo de la empresa al implantar decisiones técnicas que contribuyan al beneficio de la empresa, así como de la sociedad y que perduren a través del tiempo, genera un desarrollo sostenible en la organización Cabrera, (2016)

También la responsabilidad social es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores, sin duda, la implicación de todos los actores que conforman la empresa son parte sustancial debido a que ellos también viven situaciones sociales que preocupan y que deben contribuir para su solución, por otra parte, engloba un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental en las que la empresa se integra voluntaria y activamente, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes o stakeholders en lo particular, y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona y de las comunidades en que opera, así como su entorno Aline & Amador, (2021).

La responsabilidad social es un modelo que debe cumplir con estrategias de sistema de gestión empresarial que persigue entre la dimensiones, económicas, ambiental y social dentro de las

empresas que se integra voluntaria y activamente, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes generando beneficios para sí mismo como interno y externo como para mejorar la imagen de la empresa y a su vez incrementar los beneficios económicos mantiene un compromiso continuo de la empresa , mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general.

5.2.3.1. El origen de la Responsabilidad Social

Ha adquirido una importancia fundamental siendo un tema altamente desarrollado por diversos organismos. De hecho, se ha convertido en un importante foco de evaluación de las empresas, generando incluso mayor importancia dentro de sus organizaciones.

El origen de la responsabilidad social inicio del concepto que se atribuye al economista norteamericano Howard Bowen, que utilizó el término en su trabajo de 1953 Social Responsibility of a Businessman. Para Bowen, la responsabilidad del hombre de negocios consistiría en tomar decisiones acordes con los objetivos y valores de la sociedad. Años más tarde, en su obra de 1962, Capitalism and Freedom, el Premio Nobel de economista Milton Friedman argumentó que solo habría una, y solo una, responsabilidad social de las empresas usar los recursos disponibles para incrementar los beneficios dentro de las reglas del juego en un mercado abierto y competitivo, sin fraudes ni engaños Pinillos Alberto, (2020).

5.2.3.2. Alcance de la Responsabilidad Social

La responsabilidad social no es una normativa, ley o dictamen por parte del gobierno, es más bien, la vinculación de varios aspectos, como legal, ético, moral y ambiental, siendo una decisión muy personal por parte de la empresa cumpliendo con los alcances de la Responsabilidad Social y son los siguientes:

- ✓ **Alcance social y de desarrollo:** Desde este punto de vista la responsabilidad social se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad en general, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
- ✓ **Alcance solidario e igualitario:** En esta noción, la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
- ✓ **Alcance de autorreferencia:** Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir; la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que haya responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y, visualizando a la empresa como generadora de ganancias.
- ✓ **Alcance ético sistémico:** Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente, de ahí, el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.
- ✓ **Alcance ético y de valores:** Ésta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la Responsabilidad Social como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa Castro Alain, (2017).

Se puede mencionar de diferentes maneras, siendo un campo muy amplio dependiendo en el ámbito dentro del cual se trabaja, se evaluará constantemente los alcances de las empresas para

definir su organización, como una herramienta que oriente lograr una ventaja competitiva y posicionamiento de su imagen en el mercado.

5.2.3.3. Grupos de intereses o Stakeholders

Carroll, Brown, & Buchholtz (2018), mencionan que es un conjunto de personas o individuos a los cuales puede afectar las actividades que realiza las operaciones. Además, es considerado como cualquier persona o grupo que permite ayudar a establecer propuestas de valor que servirá a la empresa. (p.72). Existen dos tipos de grupos de intereses:

- ✓ **Internos:** Son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio entre ellos accionistas, trabajadores, clientes y proveedores.
- ✓ **Externos:** Son aquellos que no participan directamente en el intercambio de una empresa, pero se pueden ver afectados o no por las acciones de estas entre ellos tenemos el medio ambiente, competidores, entre otros.

5.2.3.3.1. Empleado

Son grupos de personas que trabajan para la empresa son aquellos contratados por la empresa para realizar el trabajo operativo real y se ven influenciados al obtener un puesto de trabajo que les permita cobrar un sueldo todos los meses, siendo este su principal incentivo, pero también esperan recibir formación y coberturas sociales, establecer nuevas conexiones personales, aumentar su estatus y aportar a la sociedad en un puesto de trabajo productivo e interesante Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.2. Accionistas

Son los dueños de una organización deberían tener el control se manifiesta principalmente en el derecho a seleccionar la junta directiva de la empresa en general, el

grado de derecho de cada accionista está determinado por la cantidad de acciones que posee Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.3. *Propietarios*

El individuo o grupo que posee la organización pueden ser socios, accionistas, y conducen a las empresas de acuerdo a sus capacidades o preferencias personales, para que responda a sus deseos y orientaciones propias Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.4. *Cliente*

Son las partes, a quienes la empresa trata y presta sus servicios tienen un poder muy grande, ya que son el grupo de interés que paga por los productos o servicios de la empresa para que la influencia sobre ellos sea positiva.

5.2.3.3.5. *Competidores*

Son los rivales que compiten con la organización por los recursos y también por el mercado siempre esperarán una competencia justa por parte de la empresa, además de la voluntad y disponibilidad para cooperar en determinadas situaciones que lo requieran Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.6. *Proveedores*

Proporcionan insumos a la organización como materia prima, equipos que se ven afectados directamente por la actividad de la empresa y su éxito, ya que su volumen de ventas puede verse afectado si esta no tiene buenos resultados. Además, los proveedores esperarán una relación comercial justa y estable entre ambas partes, con unas condiciones favorables para las dos y con un estricto cumplimiento de las obligaciones de pago Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.7. *Sociedad*

Una empresa también tiene su responsabilidad hacia la sociedad porque la empresa utiliza sus valiosos recursos. La sociedad es la totalidad de individuos que guardan relaciones los unos con los otros. Así, las personas comparten una serie de rasgos culturales que permite alcanzar la cohesión del grupo, estableciéndose metas y perspectivas comunes Flores & Cárdenas, (2019).

5.2.3.3.8. *Comunidad*

Es la creación de una identidad común, es decir, que todos los integrantes de la misma, que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social o roles con un objetivo en común que puede ser logrado de todos aquellos que componen la comunidad Flores & Cárdenas, (2019).

Los grupos de interés son elementos fundamentales para la relación de las empresas con su entorno de actividad y están estrechamente vinculados con su capacidad para conseguir sus objetivos en general. De esta forma, las relaciones entre la organización y cada uno de los grupos de intereses han retomado ser de suma importancia en el éxito competitivo y considerarse una necesidad central para las organizaciones para generar una ventaja ante otras organizaciones en el mercado actual.

5.2.3.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social

Abarca tres dimensiones económica, ambiental y social, ejecutando un análisis interno y externo sobre cómo afecta las decisiones administrativas o gerenciales en la evolución favorable de la empresa.

5.2.3.4.1. Dimensión Económica

La rentabilidad económica que pueda tener una empresa a través de su giro de negocio es el factor de mayor relevancia para quienes administran o dirigen una empresa, en la actualidad el capitalismo se enfoca en un contar con un equipo de trabajadores que sean capaces de utilizar sus conocimientos, métodos y estrategias para generar mayor ganancia a la empresa, olvidándose de otros dos aspectos que van de la mano con esta dimensión como lo son la parte ambiental y la social. Por ello los admiradores o gerentes que lideran los negocios toman medidas preventivas para seguir acaparando clientela y lograr una mejor posición en cuanto a preferencia de consumo masivo indistintamente si se ofrece un bien o un servicio Cedeño, (2017).

5.2.3.4.2. Dimensión Ambiental

No solo trata la política y practicas medio ambientales establecidas por la ley sino de la conducta que muestra el empresario en el momento en el cual ejerce su actividad económica o en el momento que se involucra directamente con los demás ya sea solo o de manera colectiva, sin embargo al mencionar ambiente no solo se hace referencia a las condiciones físicas en las cuales el trabajadores desarrolla sus actividades diarias sino también en el aporte que se tenga con el cuidado ambiental, en los métodos adicionales que se gestiona como empresa para disminuir la contaminación y aportar con el cuidado de naturaleza para beneficio de todos Cedeño, (2017).

5.2.3.4.3. Dimensión Social

Involucra la responsabilidad de quien lidera la empresa y de quienes están invirtiendo económicamente en el desarrollo de misma, y el trato directamente con los trabajadores que prestan sus servicios y se encuentran a disposición de la empresa. Esta dimensión

enfatisa en el bienestar de los trabajadores, clima laboral y el desarrollo integral que reciben por parte de sus empleadores, además del respeto por sus culturas, vida personal, normas y reglamentos que involucran o afectan directamente al trabajador de la empresa y el ambiente laboral en el que desarrolla sus actividades Guamán & Viteri, (2018).

Las dimensiones, social, económica y ambiental son capaces de generar un beneficio para la organización y de las personas en riesgo de exclusión social, una organización socialmente responsable y sostenible deberá ser capaz de desarrollarse económicamente al mismo tiempo integrando las tres dimensiones incluyéndolas en las políticas organizativas de su empresa u organización.

5.2.3.5. Beneficios de la Responsabilidad Social

La implementación de la responsabilidad social en las empresas, trae consigo beneficios directos e indirectos, sintetizando lo que señalan los autores, podemos citar los siguientes:

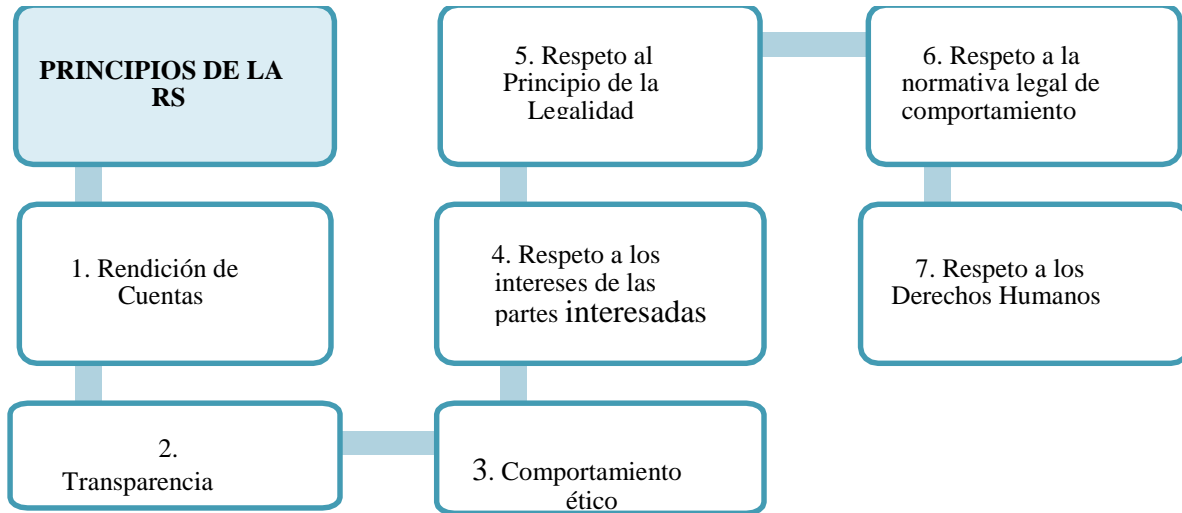
- ✓ Proporciona mayor competitividad a las organizaciones que les permite acceder a mercados más exigentes.
- ✓ La mejora de productos y reutilización de otros, permitiendo el involucramiento en nuevas actividades como bolsa de valores y nuevas líneas de productos.
- ✓ Mejora la imagen de la organización frente a la sociedad de interés, tanto a nivel interno como externo.
- ✓ Reduce significativamente los riesgos ambientales y por ende algunos costos ligados a ella.
- ✓ Incide positivamente en las relaciones con las instituciones públicas regulatorias o fiscalizadoras en el tema ambiental.
- ✓ Visualización del impacto ambiental, que permitan anticipar y prevenir los acontecimientos.

Si bien las PYMES en América Latina, por un lado, tienen una presencia notable y tienen una gran necesidad de desarrollarse y competir, así la participación en actividades de responsabilidad, y así aparecer como una importante oportunidad para posicionarse frente a la sociedad Gómez, et al, (2017).

Mediante los beneficios de la responsabilidad social, la empresa recibirá una contestación positiva por parte de la sociedad, logrando competitividad y alcanzando mayor aceptación entre los consumidores, lo que genera mayor demanda dentro del mercado, y a su vez mayor productividad, dando como resultado un incremento en sus beneficios, teniendo que reflejarse en los balances financieros de la empresa en este contexto, la responsabilidad social activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora su reputación y la credibilidad, y con ello lograr el reconocimiento ante sus grupos de interés especialmente su imagen y su marca.

Gráfico 1.

Principios de la responsabilidad social



5.2.3.6. Principios de la Responsabilidad Social

Nota: Betancourt, (2017)

Los principios rendición de cuentas y transparencia se refieren básicamente a los impactos económicos, sociales y ambientales que deben asumir las empresas por las actividades que realizan (efectos positivos y negativos).

El principio comportamiento ético, enfatiza en regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, mientras que el principio Respeto de los intereses de las partes interesadas se refiere a tener en cuenta a los diferentes grupos de interés en la toma de decisiones, basados en que existen stakeholders que tienen intereses legítimos que pueden verse afectados por las actividades que realicen las organizaciones.

El principio respeto al principio de la legalidad está relacionado con el cumplimiento de la legislación vigente especialmente si está vinculada con la responsabilidad social, mientras que el principio Respeto a la normativa legal de comportamiento sugiere en

aplicar con leyes internacionales si es que la ley local donde se encuentra la empresa no incluye beneficios para la sociedad o para el medio ambiente.

Finalmente, el séptimo principio respeto a los derechos humanos se basa en el respeto y protección de los derechos humanos de los distintos grupos de interés

Betancourt, (2017).

Los principios de la responsabilidad social como ejemplo la transparencia por su impacto en la sociedad, la economía y el medio ambiente y también brindar toda la información que requieran las partes interesadas en un lenguaje sencillo y en formatos accesibles es fundamental para la organización ya que deben aplicar los valores de honestidad, equidad e integridad y deben reflejar una preocupación constante por las personas y medio ambiente por otra parte dar a conocer las leyes y regulaciones aplicables dentro de sí misma, para que todos los miembros de la organización tenga en cuenta mínimo las normativas de comportamiento internacional en lo que refiere a responsabilidad social con los derechos humanos y así promover lo establecido para dar cumplimiento con todo los principios mencionado anteriormente para el beneficio de la organización.

5.2.3.7. Gestión de la Responsabilidad Social

Busca crear un balance de costo beneficio en el cual se implementan estrategias y sistemas de gestión en busca de mejoras para la sociedad con proyectos que pueden ser ambientales, de impacto social o de desarrollo, el principal beneficio para la organización es la solidez de una imagen positiva como empresa socialmente responsable en la cual se busca el bienestar de la empresa y todo su entorno.

La responsabilidad social va sujeta a la ética empresarial, en la cual se busca una retribución equitativa para la sociedad, sin existir una condición jurídica o legal que lo

establezca, fomentando los principios y valores en los cuales se basan los pilares de la organización. Debe comenzar promoviéndose desde el talento humano interno y tener un impacto positivo en la sociedad en base a estrategias que busquen mejorar el entorno de manera positiva. La responsabilidad social es una forma de gestión de la empresa que implica su colaboración con la sociedad, incorporando las preocupaciones de ésta como parte de su estrategia de negocio y asumiendo el compromiso de dar cuenta de sus actuaciones con la adecuada transparencia, siendo un compromiso voluntario que busca mejorar la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de la sociedad. Todas las organizaciones que trabajan con la responsabilidad social van más allá de una cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. Como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable a través de su integración voluntaria. En la actualidad los consumidores están exigiendo productos de calidad a un menor costo, que se cuide el medio ambiente, que las empresas tengan una responsabilidad operacional y que todos los productos cuiden la integridad física de sus consumidores. Esto impacta en las organizaciones en su toma de decisiones, en su proceso de compra, rompiendo los esquemas tradicionales de marketing y de administración, empujando a las organizaciones a formar un sistema integral que beneficie a los consumidores, a la empresa, al gobierno y a la sociedad Vives & Peinado, (2011).

La gestión de la responsabilidad social es un enfoque que integra a toda la organización, para generar beneficios económicos así que, se espera que vigorice los sistemas de gestión, en especial a los que previenen la contaminación y los riesgos profesionales, gestión de la

responsabilidad social y medio ambiental son una alternativa para integrar los sistemas de gestión de la salud ocupacional con el sistema de gestión ambiental para lograr una imagen corporativa para su ventaja competitiva organizacional a nivel nacional e internacional.

5.2.3.8. Estrategias de Responsabilidad Social

Toman como punto de partida el reconocimiento de las demandas de los diversos grupos de interés y la búsqueda de resultados en lo que se denomina la triple línea básica, aludiendo al logro de resultados económicos, sociales y medioambientales mediante sistemas de gestión integrales. Esto requiere de la inserción de mecanismos de innovación y mejora continua de las relaciones con cada grupo con el que se interactúa, donde la empresa prioriza tres procesos principales: la inspiración o institucionalización de una visión de prácticas responsables a lo largo de la empresa; la integración de la responsabilidad en las estrategias corporativas, la formación de los recursos humanos y los sistemas de gestión y, finalmente, el aprendizaje a partir de estas experiencias. También las estrategias será la manera como una organización se relaciona con su entorno y garantiza su supervivencia, su viabilidad y su crecimiento para cumplir con su misión en la sociedad. A partir de esta conceptualización de la acción corporativa es posible resaltar la importancia de la función relacional en la empresa, donde aparecen los grupos de interés como actores claves que condicionan su existencia y su posibilidad de crecimiento Mory, (2011).

Las estrategias de responsabilidad social se evidencian como las empresas aplican de manera superficial las políticas. Las actividades de impacto social en ocasiones muestran un interés guiado hacia la mejora de la imagen corporativa en lugar de tomar en cuenta las verdaderas necesidades de la comunidad, las acciones y actividades corporativas ayuda a prevenir la

percepción negativa asociada con las grandes empresas y sus actividades en competencia.

5.2.3.9. Objetivos de la Responsabilidad Social

Dentro de la responsabilidad social los objetivos que se pueden plantear van ir siempre dirigidos hacia su principal fuente de interés, en este caso los stakeholders, con mayor interés por parte de la empresa generar mayor utilidad, creando un punto de equilibrio entre ambas partes, desarrollando un ambiente de trabajo adecuado para alcanzar dichas metas y los siguientes objetivos son:

- ✓ Coordinar el diseño e implementación de un mecanismo de certificación de indicadores de trabajo decente y posicionarlo a nivel nacional e internacional.
- ✓ Consolidar local e internacionalmente la promoción de la dimensión laboral de la responsabilidad social.
- ✓ Garantizar la igualdad de oportunidades para aquellos grupos vulnerables con dificultades para acceder al trabajo y desarrollar sus actividades laborales.
- ✓ Crear programas de acción específicos para ser ejecutados dentro del marco de la responsabilidad social entre las empresas que atiendan la gestión asociada dirigida.
- ✓ Responder a las demandas de diversos públicos y construir prácticas de valor compartido e inclusión social, implementar proyectos de calidad, innovadores y con impacto social.
- ✓ Involucrar a los grupos de intereses a la dirección de la empresa a construir y mantener relaciones de confianza y diálogo con la comunidad y con los principales grupos de relación es un componente crítico de su estrategia y operación Cajiga Juan, (s.f).

Mencionado lo anterior y tomando en cuenta el concepto de la responsabilidad social, podemos decir que el objetivo principal es:

Buscar e identificar los problemas de los grupos de interés dentro de la empresa, brindar el bienestar de la sociedad de una forma positiva siendo una inversión social, y mejorar en el sistema de gestión en el aspecto económico, motivando al empleado y generar un adecuado ambiente de trabajo, al mismo tiempo contribuyendo la competitividad y la sostenibilidad de la empresa cumpliendo con la responsabilidad social.

5.2.3.10. Ventajas de la Responsabilidad Social

Se ha convertido en una herramienta de ventaja competitiva, que una vez aplicada en la empresa, generará más ganancias y a la vez retribuir a la sociedad y las siguientes ventajas son:

- ✓ Mejora de la reputación por colaborar con este tipo de causas benéficas.
- ✓ Implicación y motivación de los trabajadores.
- ✓ Reconocimiento de la labor de la empresa por parte de los consumidores.
- ✓ Satisfacción del cliente y del empleado.
- ✓ Conseguir la lealtad del consumidor.
- ✓ Mayor influencia de la empresa en la sociedad y en los líderes de opinión.
- ✓ Diferenciar positivamente la marca de la competencia.
- ✓ Reducción de costes innecesarios.

Finalidad de encontrar el punto de equilibrio, entre lo stakeholders y los intereses de la empresa, dentro la negociación, para la toma de decisiones y tener un mayor beneficio en el comportamiento socialmente responsable, dando un valor agregado a su actividad Barragán Andrea, (2022).

Como se puede observar la responsabilidad social se ha convertido en un elemento de valor o

inversión tomando como beneficencia su utilización se ha convertido una inversión de retorno a mediano o largo plazo, reportando rentabilidad para las empresas dando un mayor beneficio económico por el aumento de la productividad y por consiguiente el incremento de sus ventas, al existir incentivos en los trabajadores, y demostrando a la sociedad el interés común, generando menos costos de comercialización.

5.2.3.11. Impacto de la Responsabilidad Social

Tabla 3.

Impacto de la responsabilidad social

Impactos	Financieros	Sociales	Ambientales
•			• Reducción
			• de residuos
	• Productos	• Impacto social	• Higiene
	• Calidad	• Dedicación laboral	• Seguridad
TANGIBLES	• Valor añadido	• Atracción y retención de talentos.	• Control
	• Servicio		ambiental.

INTAGIBLES

- Confianza
- Referencia
- Reconocimiento
- Identidad
- Condiciones laborales
- Seguridad
- Bienestar
- Derechos Humanos
- Justicia distributiva
- Reputación.
- Biodiversidad
- Ambiente estimulante
- Imagen.

Nota: Arpi, (2013).

Como se puede observar en el recuadro la responsabilidad social tiene un triple impacto de maneja tangible e intangible en los tres grupos de interés que gira el negocio siendo un nuevo enfoque de mirar el análisis de la evaluación de los resultados esperados, en los que no solo intervienen los accionistas, socios, empleados, sino que de una manera indirecta involucra todas las necesidades de los stakeholders, el mismo contribuyendo un porcentaje mínimo a la sociedad.

5.2.4. Empresas

Baque Villanueva, et al, (Revista Universidad y Sociedad 2020), se entiende por empresa a una organización, que brinda o produce bienes y/o servicios, que demandan los clientes, y que además le permite obtener beneficios económicos. Para cumplir con sus objetivos la empresa requiere para su funcionamiento, recursos materiales, técnicos, financieros y humanos.

La empresa es una actividad humana organizada, que emplea medios humanos y materiales con el objetivo o fin de obtener un beneficio, si la actividad tiene como objetivo principal conseguir beneficios económicos, y en el desarrollo de las mismas se adquieren responsabilidades (frente al estado, los ciudadanos, consumidores) estamos

hablando de empresa en el sentido económico y con esto se define lo que es la Empresa.

Se puede mencionar que las empresas son todas aquellas organizaciones que se dedican a producir bienes o servicio, a cambio de un beneficio y además poseen ánimo de lucro, además estas empresas están conformadas por un grupo de personas, bienes materiales y financieros y con la finalidad de poder satisfacer todas las necesidades de los consumidores.

5.2.4.1. Elementos básicos de la Empresa

✓ Elemento humano

No cabe duda de que el ser humano es el elemento clave de toda empresa. Dentro de él, tenemos que diferenciar:

Los dueños o accionistas de la empresa. Son quienes han aportado el capital de las empresas. Su papel es diferente en pequeñas y grandes empresas. En las grandes, los accionistas sólo aportan dinero y a cambio esperan recibir beneficios. En las pequeñas, los dueños además de poner el dinero, suelen llevar toda la dirección.

Los directivos. Toman las decisiones de la empresa. En las grandes empresas reciben un salario a cambio de esta función, y pueden ser despedidos si no hacen bien su trabajo. En las pequeñas empresas, los directivos suelen ser los dueños.

Los trabajadores. Son los encargados de llevar toda la producción a cambio de un salario. Vivimos en la sociedad del conocimiento, y no cabe duda de que los trabajadores y los directivos son elementos clave de toda empresa.

✓ Elementos material

Son los elementos tangibles de una empresa.

Capital no corriente. Se refiere a los elementos permanentes que van a estar durante un largo tiempo en la empresa y que permiten a la empresa realizar su actividad: instalaciones, máquinas, equipos informáticos, mobiliario etc.

Capital corriente. Son los elementos cambiantes de la empresa que están en continuo movimiento: las materias primas, el dinero en caja o en los bancos etc.

✓ **Elementos inmateriales**

Son elementos intangibles que no son tan observables a simple vista pero que tienen gran importancia para la empresa.

La organización. Nos indica todas las relaciones que hay entre los elementos humanos y los materiales. Es decir, cuáles son las funciones y responsabilidades de los trabajadores, quién manda sobre quién (jerarquía) o como se comunican y se relacionan unas personas con otras

La cultura. Son todos los valores y creencias de una empresa que marcan cuáles van a ser las pautas de comportamiento de los miembros de la empresa. Así, esta cultura es una guía básica a la hora de tomar decisiones.

La imagen. Es la forma en la que el mundo exterior ve la empresa. Nos referimos a no sólo el nombre de la marca o el logotipo, sino también el eslogan de la empresa y todo tipo de aspectos visuales, como los colores de la empresa o la manera comportarse o de vestir de los trabajadores.

✓ **Entorno**

Es todo aquello que rodea a la empresa y por tanto le afecta. Nos referimos a sus clientes,

sus competidores, la regulación que le impone el Estado etc. Hablaremos de ello más adelante y distinguiremos entre entorno general y específico Argudo, (2020).

Los elementos que se mencionaron son esenciales dentro de una organización, esto implica que juegan un papel muy importante dentro de ella, esto lleva a que la empresa obtenga beneficios, una rentabilidad favorable, sobre todo satisfacer las necesidades de las personas, el elemento humano es lo principal dentro de una organización ya que son los que llevan a cabo una buena administración a la misma, la parte de elementos materiales e inmateriales son complementos de la organización.

5.2.5. *Manufacturero*

La industria manufacturera es uno de los sectores más relevantes en el Ecuador, este fortalece al país ya que más allá de ser un área que desarrolla productos con valor agregado, genera fuentes de empleo, según datos del INEC en septiembre del año pasado esta actividad generó el 11% de fuentes de trabajo totales en el Ecuador.

La productividad empresarial del sector manufacturero, no ha sido medida de forma econométrica y científica en los últimos años, por ende, esta charla buscó en base a estadística mostrar porque se debe elegir a este sector como caso de estudio, como un factor que genera empleo.

Según Camino, el sector manufacturero es el segundo más importante de la economía a nivel de empresas, “este sector aporta con el 12%, en promedio desde el año 2.000 hasta el 2.017 en valor agregado bruto, solo por debajo del sector de comercio al por mayor y menor” destacó frente a los alumnos presentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

“En el Ecuador el sector manufacturero, representa un componente importante en la estructura productiva del país y uno de los elementos fundamentales en su desarrollo económico”. “Los ingresos por ventas obtenidos por este sector han disminuido a lo largo del período 2013-2017 recuperándose levemente (1%) en el último año” Ortega, (2018).

Según Ortega (2018) en Ecuador el sector más relevante es denominado la industria del sector Manufacturero, ya que se considera un componente importante en la estructura productiva en el país, se denomina unos de los elementos fundamentales en el desarrollo económico, genera fuentes de trabajo, y en otras aspectos que destacan a nuestro país, además algunos autores resaltan que este sector es el segundo más importante de la economía a nivel de las empresas, pero al igual que existe algo que sea relevante, están algunos inconvenientes que en la región insular y en la Amazonia hay pocas empresas manufacturadoras y además son pocas productivas

5.2.6. La sostenibilidad empresarial

La sostenibilidad empresarial muchas veces es interpretada por los empresarios o gerentes de proyectos como un camino de aprendizaje, con expresión muy difusa que no es suficiente para establecer claramente programas a corto plazo que incluyan las partes interesadas y que den una estructura definida al tema Uribe et al, (2018).

Según Uribe et al, (2018) la sostenibilidad empresarial en muchas de las ocasiones es interpretada por parte de los empresarios o gerentes de las empresas como un camino de aprendizaje, ya que se refiere a algún cambio que se dará con el transcurso del tiempo, o algo nuevo que logrará un cambio en aspectos relacionados a la empresa.

5.2.7. Clasificación de empresas

Según el Banco de Pichincha (2021) menciona que uno de los aspectos que definen a los tipos de empresas según su tamaño es la ubicación geográfica y situación económica del

país en el que operan. Por ejemplo, Ecuador se acoge a la definición de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para organizar a los negocios por dimensión. Según este criterio, así se dividen las empresas en nuestro país.

Parámetros de la CAN el Programa Estadístico Comunitario de la, Comunidad Andina de Naciones, adoptado mediante decisión 488, define los preceptos básicos para elaborar las estadísticas comunitarias de las PYMES. Este sistema estadístico regional establece que las PYMES comprenden a todas las empresas formales legalmente constituidas y registradas ante las autoridades competentes, que lleven registros contables y aporten a la seguridad social, comprendidas dentro de los umbrales establecidos en el artículo 3 de la Decisión 702. El artículo 3 de la Decisión 702 de la CAN establece los parámetros de acuerdo a lo señalado a continuación: a) Las empresas comprendidas dentro de los siguientes rangos de personal ocupado y de valor bruto de las ventas anuales Camara de Comercio de Quito, (2017). La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante resolución, acogió la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente, conforme al siguiente cuadro:

Tabla 4.

Clasificación de las empresas

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	1-9	10-49	50-99	100-199
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.00 -1.000.000	1.000.001-2.000.00	2.00.001-5.000.00
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000 De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000 De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999 ≥ 4.000.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.99	≥ 4.000.000

Nota: Elaborado por investigadores, tomada de Camara de Comercio de Quito, (2017)

5.2.7.1. Microempresa

Este tipo de negocio es el más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y generalmente son emprendimientos o negocios familiares.

Las microempresas se originan generalmente a partir de la necesidad de personas que carecen de un empleo estable, sin embargo, ellas reconocen tener habilidades y aptitudes que pueden transformar en emprendimientos, capaces de generar actividades que les permitan tener ingresos, los que al mismo tiempo facilitan el desahogo económico de sus familias y al unísono generan otras posibilidades de trabajo a sectores desfavorecidos de la población Sumba Bustamante & Santistevan Villacreses, (2018).

Estas empresas nacen por las necesidades de las personas que requieren un trabajo estable, o los propios dueños que optan un ingreso para la familia, además ellos han asegurado tener esa habilidad y aptitud para transformar un emprendimiento, y también mantenerse dentro del mercado. Y por consiguiente se puede decir que las microempresas son todas aquellas son consideradas como las más pequeñas del sistema económico, en esta se puede integrar negocios pequeños, las microempresas son aquellas que tienen el número de colaboradores de 1 a 9 personas, y son básicamente creadas como algún emprendimiento o negocios familiares.

5.2.7.2. PYMES

Este término recoge a las pequeñas y medianas empresas. Generalmente, las PYMES operan a nivel nacional, son organizaciones que apuestan por la innovación y es poco común que su actividad se desarrolle a nivel industrial. Las PYMES son un conjunto de pequeñas y medianas empresas que hoy en día son el motor de la economía de un país debido a que se generan nuevos ingresos ayudando al emprendimiento e innovación, además proporcionan grandes fuentes de trabajo permitiendo una competitividad con el resto de empresas comercial.

Las PYMES ecuatorianas pudieran desempeñar un papel relevante en la economía nacional, dada su influencia en la generación de empleo y la dinamización de la economía nacional. Su ventaja frente a empresas de mayor envergadura radica en su adaptabilidad a los requerimientos del mercado y a las necesidades de los clientes. No obstante, se debe reconocer que existen barreras que frenan el surgimiento y desarrollo de las PYMES en el contexto nacional como: la baja disponibilidad de recursos y el restringido acceso al crédito, lo que propicia un ciclo de limitaciones económicas que le impiden emprender en procesos de mejora continua y poder enfrentar la competencia de mercado en mejores condiciones. Jara, (2017).

Según Jara (2017) aquí en Ecuador las PYMES, desempeñan un papel súper relevante en la economía nacional, ya que se maneja las generaciones de empleo y la dinamización de la economía nacional, además existe una ventaja que es radican su adaptabilidad a los requerimiento del mercado y las necesidades de los clientes, pero existen inconvenientes para que esto se dé la mejor manera, estos son primero que cuentan con una baja disponibilidad en los recursos, el segundo es que no tienen un acceso a los créditos y estos son las que impiden que los ecuatorianos puedan emprender en procesos de la mejora continua y poder enfrentar a las competencias dentro del mercado en mejores condiciones.

5.2.7.3. Gran empresa

Nos referimos a corporaciones o negocios que tienen un gran poder comercial en el mercado y muchas veces operan a un nivel puede ser local, nacional o puede ser internacional. Además, las grandes empresas que estas básicamente ya están constituidas por más personas, ya que estas presentan una plantilla de aproximadamente 250 trabajadores en adelante, seguidamente una facturación anual superior a los 50 millones más o menos estimado, y que además estas generan

fuentes de empleos seguros de forma directa e indirecta, y tienen un grande poder comercial en el mercado. Estas empresas son las que pueden producir productos, transformarles de materias primas a productos de cualquier uso, también prestar un servicio a la comunidad de su entorno.

5.2.8. Las PYMES

Las PYMES realizan su actividad en el entorno territorial a partir de su responsabilidad social, como entidades que aportan a la solución de los problemas y las necesidades locales, con capacidad de dinamizar la economía y la gestión comercial de los productos, según la calidad y su demanda en el mercado. Mientras que en el diseño productivo y de gestión se empeñan en la solución de los problemas económicos y sociales, de manera que puedan cumplir su destinación económico-social en unión de otras microempresas, dando soluciones desde el nivel local partiendo de sus necesidades. Rodríguez & Avilés, (2020)

De acuerdo con los autores Rodríguez & Avilés (2020) definen que en el marco de su responsabilidad social las PYMES realizan sus actividades en su entorno territorial, estas no están solo con el fin de obtener un lucro, sino más bien estas para dar solución al problema, cubrir todas las necesidades que se presenta dentro de la localidad, dinamizan la economía, y todo eso lo realizan para poder dar soluciones desde su nivel local y así poder mantenerse dentro del mercado.

5.2.8.1. Fortalezas de las PYMES

Las fortalezas son aquellas que de alguna manera favorecen a las empresas u organizaciones ya que estas permiten diferenciar de los competidores, creando una ventaja.

Según Diana Morales (Repositorio UPS, 2021) en su tesis con el tema “Diseño de un modelo de gestión administrativo financiero para las pymes dedicadas a las actividades comerciales en la

Cantón de Quito” donde menciona que:

Las PYMES tienen varias fortalezas que las destacan y las sacan adelante dentro de un mercado muy competitivo las mismas que se menciona en su tesis, en el cual se representa con el 95% las utilidades productivas por parte de estas empresas, además las PYMES generan el 60% de empleo, ayudando así a mantener una tasa más baja en el desempleo, también estas entidades participan con el 50% de la producción, cuentan con un amplio potencial que se encuentra correctamente redistribuido, como se mencionó anteriormente las PYMES tienen una gran capacidad de generar empleo, cuentan con una amplia capacidad de adaptarse a cualquier situación y ambiente de trabajo y por supuesto mantienen una flexibilidad incomparable frente a los diversos cambios que se pueden presentar, su estructura empresarial en la mayoría de los casos es de forma horizontal (pág. 54).

Según Morales (2021) menciona que existen muchas fortalezas a las cuales se enfrentan las PYMES una de ellas es que estas generan un gran aporte a la generación de empleos, las cuales mantienen esa tasa más baja de desempleo, también por tener esa facilidad de detectar nichos de mercado sin ningún inconveniente, y también en sus clientes en general esto se debe a que se enfocan en lo que es necesario y la capacidad de personalización donde crea un valor al cliente, y por último una de las ventajas más relevantes es que dentro de esta se debe manejar una buena comunicación ya que esta beneficia tanto a las PYMES y al cliente.

5.2.8.2. Debilidades de las Pymes

Las debilidades se pueden definir como aquellos factores internos que hace que la empresa se

encuentra en una postura desfavorable frente a los competidores o las cuales afectan de alguna forma.

Citando al mismo autor Morales Muñoz (2021) del párrafo anterior se presentan las debilidades que muestra en su tesis, en la cual señala:

Que existe una insuficiente o inadecuada tecnología y maquinaria para la elaboración de los productos, a esto se suma la insuficiente capacitación de talento humano, por su tamaño y aporte de capital es dificultoso contar con un financiamiento. La insuficiente cantidad productiva que mantienen estas empresas y finalmente la inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países. Estos factores impiden de una u otra manera el progreso y crecimiento de las PYMES dentro de un mercado ya que debido a la falta de financiamiento impide contar con maquinaria y tecnología adecuada para la fabricación de productos, dificulta mantenerse en pie frente a la competencia y por ende a las empresas más grandes (pág. 55).

Según Morales (2021) menciona que existe algunos inconvenientes que se presentan dentro de las PYMES, en la cual se puede concretar que existe una insuficiente o una inadecuada tecnología y maquinaria generando que exista el mal manejo en los procesos de elaboración de los productos, seguidamente se presenta es que no cuentan con un accenso al financiamiento, ya que son vulnerables a problemas económicos del entorno, costos más alto, y no estar a la par con la tecnología.

5.2.8.3. Características de las PYMES

Según Jimena Tandazo (Repositorio UCE, 2012) en su tesis con el tema “Propuesta para la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria orientada a las pequeñas y medianas

empresas (PYMES) en el Cantón de Quito” donde menciona las características de forma general serían las siguientes:

- ✓ El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una “sociedad”.
- ✓ Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica.
- ✓ Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va de 16 hasta 250 personas. Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.
- ✓ Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional (págs. 4-6).

De acuerdo al autor Tandazo (2012) las PYMES tienen varias características tomando en cuenta su capital ya que el mismo es proporcionado por personas a las que se les conoce como socios, otra característica es que los dueños son quienes dirigen las empresas, el tamaño es pequeño respecto a las otras empresas, el número de empleados va desde los 16 a 250 trabajadores.

5.2.8.4. Marco jurídico legal de las PYMES

Marco legal de sustento de las PYMES en Ecuador, tiene su origen en lo expresado en el artículo 276 de la Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008, en el numeral 2 se plantea como objetivos del régimen de desarrollo del País: “Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable” Asamblea Constituyente, (2008).

Según la Asamblea Constituyente (2008) en Ecuador las PYMES deben cumplir con un marco jurídico legal que lo expresa en los artículos de la Constitución del Ecuador en el año 2008, donde se plantea que las PYMES deben contribuir con el sistema de economía del país, con lo justo, democrático, productivo, solidario y sobre todo sostenible que estas deben estar basados en la distribución igualitaria de los beneficios y por último la generación del trabajo digno y estable para la sociedad.

5.2.8.5. La Responsabilidad Social y las PYMES.

En cuanto a la Responsabilidad Social se puede definir como una de las acciones que se da de manera voluntaria por parte de las empresas, estas se enfocan en temas importantes tanto en lo social y medio ambiente, dependiente de las actividades que realice la empresa.

Según Andrea Arpi (Repositorio UPS, Sede Cuenca, 2013) en su tesis con el tema de “Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social, y su Registro en el Sistema Contable en la Empresa CADITEX” menciona que:

Hoy en día las PYMES se han convertido en una variable de vital importancia para el desarrollo y progreso sostenible para la economía del país, aun sin tener mayor peso lo que respecta a su capital, el gran número de empleados que mueve estas empresas, las convierten en la fuente principal de los ingresos de un gran número de familias, ya que las PYMES tiene una mayor relación con el entorno de la comunidad.

Aunque al escuchar responsabilidad social nos parezca algo que abarque solamente las grandes empresas, pues, muchas de las pequeñas y medianas empresas han venido aplicando la Responsabilidad Social de una manera frecuente, sin tener conocimiento del tema. Por lo que han beneficiado de una manera directa e indirecta con la sociedad, generando riquezas y empleo.

(pág. 40)

De acuerdo con el autor Arpi (2013), en la actualidad las PYMES, se han vuelto algo esencial en cuanto al desarrollo y progreso para la economía del país, ya que no cuentan con un mayor peso a su capital, pero han generado más fuentes de trabajo en comparación a las grandes empresas, ya que estas tienen mayor relación con el entorno, al escuchar la Responsabilidad Social siempre se ha referido a las grandes empresas, pero ahora ya las PYMES, han venido aplicando de manera frecuente, sin tener una base en el conocimiento de tema. Ya que han sido beneficiados de manera directa e indirecta con la sociedad.

CAPÍTULO 3

6. METODOLÓGIA EMPLEADA

6.1. Enfoque Cuantitativo

Según Alan & Cortez (2017), la investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor (pág. 69).

Para la modalidad de investigación del presente trabajo, se realizó mediante el enfoque cuantitativo, en la cual se recolectó, analizó, y se interpretó los resultados obtenidos con respecto a la situación actual sobre la percepción de la responsabilidad social de las PYMES en el sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, para la cual se utilizó las siguientes metodologías.

6.2. Tipos de investigación

6.2.1. Investigación bibliográfica

Según Schwartz & Méndez, (2008), la investigación bibliográfica en los trabajos cualitativos se ubica en la definición del problema y al aplicar ciertas técnicas cualitativas como la entrevista, que al capturarla y guardarla se convierte en un “documento” que contiene una cantidad de información que, en cierta forma, es similar a una gran biblioteca con libros sin catalogar. (pág. 22)

Se utilizó para la recopilación de la información sobre la percepción de la responsabilidad social de las PYMES, para definir el problema de la investigación, y aplicar la encuesta a las PYMES.

6.2.2. Investigación de campo

La investigación de campo es la búsqueda de base a información proveniente de entrevistas, encuestas, cuestionarios, entre otros.

Según Daniel Behar (2008) en su libro menciona que: La investigación de campo se apoya en información es que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos. (pág. 22)

Se realizó encuestas a todas las empresas que son consideradas parte de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, con el objetivo de poder recolectar los datos e información necesaria para lograr cumplir con los objetivos propuestos y seguidamente dar una solución al problema planteado.

6.2.3. Método deductivo

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas Abreu, (2014).

Este método se utilizó para determinar los principios o causas, y por consiguiente analizar o procesar los datos obtenidos de las encuestadas realizadas a las PYMES sobre la percepción de la Responsabilidad Social, y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

6.2.4. Método Descriptivo

El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia Abreu, (2014).

Permitió caracterizar el comportamiento de las PYMES en el sector manufacturero del cantón Latacunga, sobre la percepción de la responsabilidad social, ya que no se efectúa un análisis cuantitativo de correlación y tampoco se comparó las variables.

6.3. Técnica

6.3.1. Encuesta

Esta técnica se utilizó para la adquisición de información de interés sobre la percepción de la responsabilidad social de las PYMES manufactureras del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, mediante la aplicación, previamente elaborado y recopilado a través del cual se pudo conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

6.3.2. Instrumento

La técnica y herramienta que se manejó en el presente proyecto se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 5.

Técnica e instrumento de investigación.

Diseño	Técnica	Herramienta
Investigación de Campo	Encuestas	Guía de Acción Empresarial para el Desarrollo (AED) Costa Rica

Nota: Elaborador por investigadores

6.4. Población y Muestra

6.4.1. Población

La población seleccionada es un total de 54 PYMES del sector manufacturero que se utilizó para el levantamiento de la información sobre la percepción de la Responsabilidad Social INEC, (2020).

6.4.2. Muestra

La población de la presente investigación no es representativa, por lo tanto, no se calculó la muestra. Las encuestas se realizaron a toda la población.

CAPÍTULO 4

7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

La presente investigación se realizó en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, dirigida específicamente a las 54 empresas del sector manufacturero consideradas como PYMES registradas en el directorio de empresas y establecimiento del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En este capítulo se muestra los análisis con las respectivas interpretaciones, con respecto a los resultados obtenidos mediante la técnica de la encuesta, que fue dirigida a todas las personas dueños, encargados de las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, cabe recalcar que el instrumento que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue un cuestionario.

Para el desarrollo de las tabulaciones de los datos se crearon cuadros estadísticos mediante una poderosa herramienta como es “QuestionPro” donde permite crear y distribuir cuestionarios en segundos, además donde se define cada una de las preguntas, las opciones para las respuestas, las respuestas que se obtuvieron, el porcentaje de semejanza total, también la gráfica para una mejor visualización.

En su totalidad el número de las PYMES según INEC fueron de 54, pero durante este proceso de la realización de encuestas, existieron algunos inconvenientes, donde se obtuvo la acogida de 43 PYMES, del sector manufactureros del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

- Por la situación del COVID negación fue absoluta por parte de los dueños de las PYMES, y no accedieron a ayudarnos con las encuestas.
- Cambios de domicilio sin ninguna referencia de la ubicación actual de las PYEMS.

- En algunas PYMES no estuvieron los dueños, y el personal encargado no tenían ninguna autorización para poder ayudarnos con las encuestas.
- Algunas PYMES estaban suspendidos.

7.1. Análisis de preguntas

Tabla 6.

Pregunta N°1. ¿Cuál sería el beneficio que espera usted para su empresa mediante la práctica de la RS?

¿Cuál sería el beneficio que espera usted para su empresa mediante la práctica de la RS?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mejor competitividad	15	34.88%
Mejorar la imagen de la empresa	12	27.91%
Reducción de riesgos ambientales	9	20.93%
Reconocimientos empresariales	7	16.28%
TOTAL	43	100%

Nota: Elaborado por investigadores.

Las perspectivas que tienen mayor popularidad entre las respuestas de las PYMES manufactureros es de 34.88% de mayor competitividad, el 27,91% corresponde a mejorar la imagen de la empresa, 20.93% reducción de riegos ambientales, finalmente el 16.28% corresponde al reconocimiento empresarial y contribuir con el desarrollo del país.

Tabla 7.

Pregunta N°2. ¿Realizaría usted alianzas con otras Empresas para Implementar Estrategias de Responsabilidad Social?

¿Realizaría usted alianzas con otras Empresas para Implementar Estrategias de Responsabilidad Social?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	69.77%
NO	13	30.23%
TOTAL	43	100%

Nota: Elaborado por investigadores

La mayoría de las empresas PYMES manufactureras participantes en la encuesta el 69.77% respondieron que, SI están dispuestas a formar algún tipo de alianza para implementar la Responsabilidad Social, y un 30.23% NO están dispuestos a aliarse porque existen limitaciones que no permiten trabajar mancomunadamente de acuerdo a las directrices que manejan las PYMES, ya que aportarían al crecimiento de sus empresas y así beneficiarse económicamente obteniendo una mayor rentabilidad lo que permitirían el desarrollo sustentable y sostenible a nivel empresarial.

Tabla 8.

Pregunta N°3. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar prácticas de RS?

<i>¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar prácticas de RS?</i>		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación	11	25.58%
Recurso económico	22	51.16%
Falta de interés por áreas de la empresa	5	11.63%
Falta de jornada laboral	5	11.63%
TOTAL	42	100%

Nota: Elaborado por investigadores

Las encuestas realizadas a los propietarios de las PYMES manufactureras respondieron con mayor porcentaje de 51,16% que es por falta de recursos económicos, seguidamente con un valor de 25.58% es por falta de capacitación, por otra parte, el 11,63% mencionaron que es por falta de

interés por área de la empresa, y por ultimo un 11.63% por falta de jornada laboral, cada uno de las PYMES tienen diferentes razones que impiden poder implementar prácticas de RS.

Tabla 9.

Pregunta N°4. ¿Cuál de los Sigüientes servicios Desearía recibir para su empresa que facilite la Implementación de RS?

¿Cuál de los siguientes servicios desearía recibir para su empresa que facilite la implementación de RS?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Formación y capacitación en RS	20	46.51%
Disponibilidad de herramientas para gestionar la RS	14	32.56%
Apoyos en temas de voluntariado	7	16.28%
Proyectos de alto impacto social	2	4.65%
TOTAL	43	100%

Nota: Elaborado por investigadores

Los representantes de las PYMES manufactureras indicaron con un porcentaje de 46.51% que necesitan de servicio de formación y capacitación de RS, seguido con un 32.56% por disponibilidad de herramientas para gestionar la RS, con un 16,28% necesitan un apoyo en temas de voluntariados, y por ultimo con un 4.65% por un proyecto de alto impacto social, deberían tomar en cuenta que por la actividad económica a la cual se dedican, y optar en mantener constantemente talleres sobre formación y capacitación en responsabilidad social, a todo el personal que conforman la empresa, esto les beneficiarían para poder cumplir con los requerimientos establecidos por parte de las leyes de control legal y ambiental.

Tabla 10.

*Tabla cruzada ¿Cuál de las siguientes dimensiones practica su empresa en sus operaciones en base a la responsabilidad social? *¿ Cree que la responsabilidad social es de vital importancia para la sustentabilidad y rentabilidad de su empresa?*

		Nada Importante	Poco Importante	Importante	Muy importante	Total
Ambiental	Recuento	1	2	4	9	16
		33,3%	15,4%	25,0%	81,8%	37,2%
Social	Recuento	0	6	5	2	13
		0,0%	46,2%	31,3%	18,2%	30,2%
Económico	Recuento	2	5	7	0	14
		66,7%	38,5%	43,8%	0,0%	32,6%
Total	Recuento	3	13	16	11	43
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Elaborado por investigadores

De acuerdo a los resultados obtenidos relacionados a la percepción de la responsabilidad social por parte de las PYMES manufactureras se obtuvieron que, de 43 personas encuestadas, 9 mencionan que es muy importante, 4 responden importante, 2 manifiestan poco importante, y 1 indica nada importante en el nivel de dimensión Ambiental.

En el nivel de la dimensión Social 6 PYMES responden poco importante, 5 manifiestan importante, 2 indican muy importante, y 0 mencionan nada importante.

Y por último en el nivel de la dimensión económico 7 personas indican importante, 5 mencionan poco importante, 2 responden nada importante, y 0 manifiestan muy importante.

Finalmente, de acuerdo al cruce de las dos preguntas seleccionadas para poder medir el nivel de la percepción de la Responsabilidad Social, se obtuvo un valor con mayor porcentaje de 37.2% en la dimensión ambiental, sugiriendo la protección y el cuidado del medio ambiente para

reducir los fenómenos de contaminación ambiental, seguidamente con un valor de 32.6% en la dimensión económica manifestando que los recursos económicos son muy importantes para el crecimiento empresarial, y con un valor de 30.2% en la dimensión social, proponiendo que el factor social es importante para que las PYMES manufactureros progresen socialmente responsables y así contribuir al desarrollo económico , social y ambiental y generar mayor competitividad a nivel local, regional y nacional en el mercado actual.

CAPÍTULO 5

8. CONCLUSIONES

- ✓ Las conceptualizaciones de los elementos se basan en los fundamentos teóricos a los cuales hace referencia el estudio de la percepción de la responsabilidad social por parte de las PYMES manufactureras, enfocándose en las dimensiones económicas, sociales y ambientales, generando una influencia en las empresas un incremento en las ventas, satisfacción en las actividades del personal, realizan innovaciones las mismas que permiten destacarse en el sector donde realizan sus actividades.
- ✓ Para la realización del presente proyecto se utilizó la metodología cuantitativa, investigación bibliográfica, investigación de campo, método deductivo, método descriptivo, y la técnica de la encuesta, con un cuestionario elaborado en base a la guía de la Acción Empresarial de Desarrollo-Costa Rica, donde se determinó que la mayoría de las PYMES encuestadas poseen un nivel bajo de conocimiento sobre la percepción de la responsabilidad social.
- ✓ El análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a las PYMES manufactureras como objeto de estudio, se determina que 16 PYMES con un porcentaje de 37.2%

afirman estar implicados en el cuidado del medio ambiente con respecto a la dimensión ambiental, 14 PYMES con un porcentaje del 32.6% indican que es importante poseer una mayor rentabilidad económica para desarrollar sus actividades y cumplir con las necesidades de los clientes, y 13 PYMES con un porcentaje de 30.2% mencionan que el aporte de la sociedad es fundamental para poder generar que las empresas sean socialmente responsables, y así generar mayor competitividad de las PYMES en el mercado local, regional, nacional e internacional y contribuir al desarrollo empresarial del país.

9. RECOMENDACIONES

- ✓ En la actualidad existen cambios o nuevos hechos que el ser humano debe investigar y relacionarse, dentro del mundo empresarial no puede ser la excepción, razón por la cual las PYMES manufactureras en estudio deben relacionarse con los nuevos temas y conceptualizaciones de la percepción de la Responsabilidad Social, ya que tiene múltiples beneficios no sólo para las PYMES, sino para todo su entorno y las personas involucradas con las mismas, ya que contribuye en el mejoramiento económico, social y ambiental.
- ✓ Fomentar capacitaciones en cuanto a la Percepción de la Responsabilidad Social por parte de las PYMES manufactureras de Cantón de Latacunga, para que tomen conciencia los dueños, gerentes, empleados y trabajadores de las PYMES manufactureras en temáticas relevantes que generen cambios significativos en las PYMES manufactureras, planteándose temas como: los valores éticos, morales, sociales y ambientales para que exista un compromiso con el desarrollo de la sociedad y los derechos de la naturaleza, para quienes forman parte de las PYMES manufactureras que se encuentren conscientes

de las implicaciones de la Responsabilidad Social, y el compromiso que se mantiene a nivel local, regional, nacional y mundial.

- ✓ Proponer que las PYMES manufactureras que fueron objeto de estudio se adapten a las diversas dimensiones y niveles referentes a la responsabilidad social, lo cual beneficiaría de manera directa a contribuir a tener una mayor aceptación por parte de sus clientes, proveedores, inversionistas, comunidad y colaboradores esto generaría mayor rentabilidad económica de las mismas, y contribuiría a generar una mayor competitividad con otras empresas del mismo sector.

10. ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA MEJORAR LA

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES

Tabla 11.

Estrategias de responsabilidad social para mejorar la situación actual de las PYMES.

ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA MEJORAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES	
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Optimizar los procesos de trabajo para reducción de los costos.	✓ Crear una estructura de procedimientos y coordinar equipos de trabajo para que realmente se puedan conseguir sus objetivos.
Buscar la innovación y el desarrollo de nuevos productos.	✓ Mejorar la gestión de los mismos, así como en el diseño y creación de otros nuevos productos en un entorno cambiante y en el que continuamente surgen nuevas necesidades.
Obtener un amplio grupo de clientes	✓ Promocionar sus productos a través de ferias en las cuales den a conocer a los clientes, la buena imagen y servicio que ofrece sus productos
Alianzas estratégicas con otras PYMES.	✓ Realizar convenios de cooperación entre las PYMES manufactureras para generar competitividad en el mercado actual.
Reducir la contaminación ambiental	✓ Reutilizando los residuos sólidos y líquidos en procesos secundarios.

Nota: Elaborado por investigadores.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204.
- AED. (2019). *Costa Rica continúa enfocándose en el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial*. file:///C:/Users/Geovanny/Downloads/encuesta-de-rse-2019%20(3).pdf
- Alan Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2017). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: UTMACH.
- Aline, A. D.-I., & Amador, M. M. (5 de Mayo de 2021). Responsabilidad Social de las Empresas Manufactureras del Estado de Hidalgo segun su tamaño. *Index*, 9(18).
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6739>
- Argudo, J. M. (noviembre de 29 de 2020). Los elementos de la empresa. *Econosublime*.
<http://www.econosublime.com/2018/11/elementos-componentes-empresa.html>
- Arpi, T. A. (2013). *Propuesta de implementacion de la responsabilidad social empresarial y su regidtro en el sistema contable de la Empresa CATIDEX*. Universidad Politecnica Salecia de Cuenca , Contabilidad y Auditoria , Ecuador .
- Asamblea Constituyente. (20 de octubre de 2008).
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Banco Pichincha. (7 de mayo de 2021).
<https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>

Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A.

M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.

Barragán Andrea. (2022). Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial.

<https://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/990-tenemos-empleados-mas-involucrados-gracias-al-empowerment>

Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.

<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia>

Betancourt, J. M. (2017). *Propuesta de un Plan de Responsabilidad Social para mejorar la*

vinculación de la compañía “Empresa Pesquera Polar” con los habitantes. Tesis,

Universidad Técnica Particular de Loja, Facultad de Administración, Guayaquil.

<https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/20598/1/Betancourt%20Medranda%20Jenny%20Mar%c3%ada.pdf>

Briones Kusactay, V., Tores Briones, C., Rojas Dáviña, S., Jimenez Chalen, J., & Avila Pita, M.

(15 de Febrero de 2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial Confecciones

Pymes de Guayaquil. *Espacios*, 38(31), 9.

<https://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p09.pdf>

Brown, G. F. (2010). *Los principios de la responsabilidad empresarial*. UNAM, Facultad de

Economía. Obtenido de

<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbrown.pdf>

Cabrera, N. C. (2016). *La Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo sostenible en el*

parque industrial del cantón Ambato”. Universidad Técnica de Ambato, Contabilidad y

Auditoria, Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24756/1/T3884M.pdf>

Cajiga Juan, F. (s.f). El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial. *CEMEFI*.

https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Camara de Comercio de Quito. (2017). *Clasificación de las Pymes, Pequeña y Media empresa*.

Quito. [http://www.ccq.ec/wp-](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)

[content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)

Cano, P. C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Tesis. Escuela de

administración, contaduría y mercadeo bogotá d.c, facultad de ciencias económica y

administrativas, Bogota. [https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-](https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf)

[Administrativo.pdf](https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf)

Castro Alain. (Noviembre de 2017). La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las organizaciones empresariales. *Innova*, 78-89.

<http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>

Cedeño, V. G. (Septiembre de 2017). Estado del arte de responsabilidad social Empresarial-

Análisis Comparativo de los Modelos de Evaluación Nacionales e Internacionales para

Responsabilidad Social Empresarial. *Repositorio.unemi*.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3862>

Choloquina Ayala, M. C., & Palomo Guashco, M. B. (2019). El Cumplimiento de la

responsabilidad social de las Cooperativas De Ahorro Y Crédito en el segmento 2 y

suaporte al desarrollo en la provincia de Cotopaxi. *Proyecto Presentado Previo a la*

Obtención de Título de Ingenierías en Contabilidad y Auditoría, CPA. Universidad

Técnica de Cotopaxi, Latacunga.

Flores, C. D., & Cárdenas, C. Y. (2019). *Análisis situacional de los stakeholders internos y su relación con los objetivos de la responsabilidad social de la empresa Soles Norte S.A.C.* Universidad Tecnológica de Perú, Facultad de Administración y Negocios, Perú.

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2202/Deysi%20Flores_Yolanda%20Cardenas_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gómez, M. d., López, A. F., & Carvajal, R. P. (Junio de 2017). La Responsabilidad Social en la PYMES del sector calzado en Ecuador. *Dialnet*, 25(2), 195-208. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839614>

Guamán, M. P., & Viteri, V. R. (6 de Junio de 2018). Análisis Comparativos de las Corrientes de Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Repositorio Unem*.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4074/1/analisis%20comparativo%20de%20las%20corrientes%20de%20estudio%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial%20%28rse%29.pdf>

INEC. (2020). *Visualizador de Estadísticas Empresariales*.

<https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>

Jara, M. (2017). *Derecho económico contemporáneo*. Quito: Corporación Editora Nacional.

<https://www.uasb.edu.ec/>

Morante Asesores. (3 de Marzo de 2020). Cuál es la responsabilidad social del administrador en una empresa. <https://www.moranteasesores.es/cual-es-la-responsabilidad-social-del->

Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030.

Revista de Ciencias Sociales.

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/33241>

Ortega, J. (30 de Noviembre de 2018). *En la UDLA se analizó el presente del sector manufacturero en el Ecuador.* Obtenido de Universidad de Las Américas.:

<https://www.udla.edu.ec/2018/11/en-la-udla-se-analizo-el-presente-del-sector-manufacturero-en-el-ecuador/>

Osio et al. (2021). *Temas de administración.* Mexico.

https://www.cecytcampeche.edu.mx/BibliotecaVirtual/6toSemestrePropedeutico/06_PROP_Temas_de_Administracion_2do_parcial.pdf

Pinillos Alberto. (Julio de 2020). RSC: 70 AÑOS DE HISTORIA PARA LLEGAR A LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN. *Ethic.* <https://ethic.es/2020/07/rsc-70-anos-de-historia/>

Rodríguez Manuel. (Mayo de 2017). La ética en la administración pública. *Revista Acordes.*

<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/acordes/issue/archive>

Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>

Romo, M. d., Gómez, A. F., & Larenas, R. P. (Julio de 2017). La Responsabilidad Social en las PYMES del sector calzado Ecuador. *Unicartagena, Panorama Económico.*

<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/2074/166>

Sumba Bustamante, R. Y., & Santistevan Villacreses, K. L. (2018). Las microempresas y la

necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador.

Universidad y Sociedad, 10(5).

Uribe Macías, M. E., Vargas Moreno, Ó. A., & Merchán Paredes, L. (2018). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos.

Entramado, 14(1), 52-63. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-52.pdf>

Vives, A., & Peinado, E. (Mayo de 2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina. *Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo*.

<https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

12. ANEXOS

Ilustración 1.

Cruce de variables de Directorio de Empresas y Establecimientos-2020, pequeñas empresas.



Fuente: INEC, (2020)

Ilustración 2.

Cruce de variables de Directorio de Empresas y Establecimientos-2020, medianas empresas.



Fuente: INEC, (2020)

Tabla1.*Listado de PYMES manufactureras activas*

Estado del Contribuyente	Número	Nombre de la Razón Social	Nombre Comercial		Dirección	
Activo	1	García Santacruz Luis Enrique	La Casa De Las Allullas	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Antonia vela, numero: 79b89, intersección: Antonio José de sucre, referencia ubicación: a tres cuadras al norte de la plaza el salto
Activo	2	Panchi Martinez Fausto Ramiro	Marcel confecciones	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: principal, numero: lote 12, referencia ubicación: urb. Nueva vida, frente al liceo de la FAE.
Activo	3	Chiluisa Unapanta Luis Arturo	Creaciones Henry Joyería	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Juan Abel Echeverría, numero: s/n, intersección: Belisario Quevedo, referencia ubicación: barrio centro, junto al centro comercial Sampedro
Activo	4	Almeida Cabascango Luis Genarito	Ecuadecor	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: rio Cutuchi, numero: s/n, intersección: Imbabura, referencia ubicación: a tres cuadras al sur de la subestación de san Rafael
Activo	5	Yanchaguano Santo Eddy Ramiro	Cerrajería 3 Hermanos	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Jamaica, numero: s/n, referencia ubicación: barrio Guapulo, a cuatro cuadras de la casa barrial
Activo	6	Guilcamaigua Espinosa Mónica Patricia	Creaciones Pathros	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Napo, numero: s-n, intersección: Josefa Calixto, referencia ubicación: a media cuadra de la iglesia San Sebastián
Activo	7	Gutiérrez Tapia Blanca Judith	Queso De Hoja Cotopaxi	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Leopoldo pino, numero: s/n, intersección: av. Unidad nacional, referencia ubicación: barrio sur, a una cuadra al este de la gasolinera el fogón
Activo	8	Bonilla Sánchez Noemí	Panadería Bonilla	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Belisario Quevedo, numero: 7-32, intersección: Guayaquil, referencia ubicación: junto a la casa musical LP
Activo	9	Tiban Pila Myrian Jeaneth	Kellys Sport	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Simón Rodríguez, numero: s/n, referencia ubicación: a cincuenta metros de la parada de taxi amigo, casa de dos pisos, color blanco
Activo	10	Moreno Amores Carlos Emilio	Construcciones Metálicas Cema	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Miguel Iturralde, numero: s/n, referencia ubicación: barrio Colaisa, frente a la capilla señor de la paz
Activo	11	Chacón Chacón Cesar María	Joyería El Diamante	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Guaytacama, número: 1-12, intersección: salcedo, referencia ubicación: a tres cuadras de la iglesia de la ciudadela Maldonado Toledo

Activo	12	Guevara Vizuite Jaime Eduardo	Cerámica Novel 2	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Guayaquil, numero: 10-01, intersección: napo, referencia ubicación: barrio san Sebastián, a dos cuadras de la unidad educativa la Salle
Activo	13	Unaicho Guanoquiza José Segundo	Multinieva	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: isla tortuga, numero: 1-26, intersección: San Cristóbal, referencia ubicación: a una cuadra y media al norte del colegio cesar viera
Activo	14	Cobo Cruz Nepalí Eduardo	Prodalecc	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: calle de los incas vía Latacunga Mulalo, intersección: entrada vía piedra colorada, barrio: centro, referencia ubicación: dos cuadras antes del parque parroquial
Activo	15	Freire Moreno Víctor Hugo	Productos Lácteos Freire Carrillo Frilac	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: principal, numero: s/n, referencia ubicación: barrio el rosal, frente a la capilla, casa de dos pisos, color tomate
Activo	16	Alcarraz Yáñez Norma Judith	Creaciones Kelly Anabel	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: García Moreno, numero: s/n, intersección: Vicente León, referencia ubicación: barrio centro, a una cuadra del colegio Gonzalo Albán rumazo
Activo	17	Heredia Chávez Elvira Del Rosario	Blue Water	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: principal, numero: s/n, referencia ubicación: urb. Patria, frente al colegio ramon
Activo	18	Toaquiza Guaman Francisco Elías	Panadería Loja Pan	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: vía Salache, referencia ubicación: barrio Tiobamba, a tres cuadras de la iglesia, casa de un piso, color blanco
Activo	19	Cadena Caisaguano Willan Patricio	Inatexma	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Antonio Clavijo, numero: s/n, intersección: Calixto pino, referencia ubicación: a doscientos metros de la cooperativa Mushucruna, casa de un piso, color tomate
Activo	20	Caisaguano Llamba Fredy Miguel	Car - Fred	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Atahualpa, numero: s/n, intersección: Ayacucho, referencia ubicación: frente a la despensa AKI.
Activo	21	Huertas Tello Washington Ernesto	Panificadora La Estación	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Marco Aurelio Subia, numero: 38a40, intersección: general Flavio Alfaro,
Activo	22	Panchi Basantes Blanca Piedad	Alexis Sport	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: principal, numero: s/n, referencia ubicación: a ochocientos metros de la capilla de Santa Grande, casa de dos pisos color gris
Activo	23	Culqui Panchi Nelly Patricia	Taller De Carpinteria San Martin	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Antonia vela, numero: 9-175, intersección: Calixto pino, referencia ubicación: a una cuadra de la plaza el salto
Activo	24	López Moreno Rosa Matilde	Heladería De Paila Don Pichus	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Amazonas, numero: s/n, intersección: Alfredo Baquerizo, referencia ubicación: a una media cuadra de mama miche
Activo	25	García Armas Galo Xavier	G G Domos	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Paraguay, numero: s/n, intersección: av. Cotopaxi, referencia ubicación: cdla. Maldonado Toledo, a dos cuadras del Maltería Plaza, casa de tres

						pisos, color plomo
Activo	26	Cofre Lasso Manuel Francisco	Panadería Y Pastelería El Rey	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: principal, numero: s/n, referencia ubicación: barrio Planchaloma, diagonal a la escuela coronel Héctor Espinoza
Activo	27	Plaza Bautista Raúl Francisco	Quimikasa	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: laguna cuyabeno, numero: 9, intersección: laguna cuicocha, referencia ubicación: barrio Loco, conjunto campo alegre, a dos cuadras al oriente de la plaza de toros
Activo	28	Lagla Chuquer Mayra Elizabeth	Confecciones Maya	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Guayaquil, numero: 4-20, intersección: dos de mayo, referencia ubicación: junto al banco del litoral
Activo	29	Mena Hinojosa Kety Amanda	Overmathi-Ropa De Trabajo	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. 5 de junio, numero: s/n, intersección: av. 10 de agosto, referencia ubicación: barrio San Felipe, a diez metros de la gasolinera de la cooperativa sultana de Cotopaxi
Activo	30	Piña Loachamin Manuel Alfonso	Arte Moderno	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: Luis de anda, numero: 80-200, intersección: puruhaes, referencia ubicación: frente al estadio la cocha
Activo	31	Remache Pinta Blanca Cecilia	Diego Y Miguel Sport	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Iberoamericana, numero: s/n, intersección: av. 5 de junio, referencia ubicación: frente a la unidad educativa Ana Páez.
Activo	32	Caicedo Coronel Gissela Margarita	Wili's Bors	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Amazonas, numero: 84-17, intersección: juan de Velasco, referencia ubicación: frente a despensas AKI del norte
Activo	33	Chasi Remache Juan José	Trajes Americanos	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Simón Rodríguez, numero: s/n, intersección: México, referencia ubicación: barrio San Felipe, a una cuadra de la universidad técnica de Cotopaxi, casa de dos pisos, color verde
Activo	34	Salazar Molina Luis Cornelio	Coppola Del Ecuador Industria De Confecciones Importador	Cotopaxi	Latacunga	Calle principal: av. Benjamín Terán, numero: 3-29, intersección: Antonio vela, referencia ubicación: junto a cooperativa andina
Activo	35	Guaita Laguna Pedro Pablo	Panadería Gaby	Cotopaxi		Calle principal: Antonia vela, numero: 1436, intersección: Oscar Efrén reyes, referencia ubicación: a una cuadra del coliseo
Activo	36	Checa Mendoza Ana Belén	Dinamick Sport	Cotopaxi		Calle principal: Iliniza, numero: s/n, intersección: 11 de noviembre, referencia ubicación: barrio la laguna, frente a las ladrilleras, casa de dos pisos, enlucida
Activo	37	Escobar Pilatasig Luis Oswaldo	Diafetex	Cotopaxi		Calle principal: Hermanos Pazmiño, numero: 2-26, intersección: Juan Abel Echeverría, barrio: la merced, referencia ubicación: atrás del mercado pichincha
Activo	38	Lema Chicaiza Jessy Paola	Xtremo Soccer	Cotopaxi		Calle principal: Quijano y Ordoñez, numero: s/n, intersección: Guayaquil, referencia ubicación: barrio la merced, junto al centro infantil los querubines

Activo	39	Yamberla Arellano Delia Marina	Artesanías Brigithmanos Maravillas	Cotopaxi	Calle principal: 2 de mayo, numero: 977, intersección: Félix Valencia, referencia ubicación: a dos cuadras del cementerio
Activo	40	Santo Santo Blanca Piedad	Bloques Virgen Del Cisne	Cotopaxi	Calle principal: México, numero: s/n, intersección: 10 de agosto, referencia ubicación: a una cuadra de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Activo	41	Espín Molina Nelly Victoria	Panadería Victoria	Cotopaxi	Calle principal: Juan Abel Echeverría, numero: 31-336, intersección: av. Oriente, referencia ubicación: barrio san Sebastián, a una cuadra y media de la iglesia, casa de tres pisos, color beige
Activo	42	De la Cruz Carlos Eduardo	Industrial World	Cotopaxi	Calle principal: vía al barrio Santan, numero: sl. S/n, intersección: calle sn, nombre edificio: industrial world, numero de piso: piso 1, barrio: santana, referencia ubicación: antes de llegar a tarimas y espectáculos basantes calle s/n a 100 m
Activo	43	Chacon Claudio Segundo Guillermo	El mundo del Bordado	Cotopaxi	Calle principal: Guayaquil, numero: 5-20, intersección: Belisario Quevedo, referencia ubicación: barrio centro, a media cuadra del banco sudamericano

Fuente: INEC, (2020)

Tabla2.

Valoración de la pregunta N°1

Muy importante	4
Importante	3
Poco Importante	2
Nada importante	1

Nota: Elaborado por investigadores.

Tabla3.

Valoración de la pregunta N°2

Mejorar la imagen de la empresa	4
Reducción de riesgos ambientales	3
Mejor competitividad	2
Reconocimiento	1

Nota: Elaborado por investigadores.

Tabla4.

Valoración de la pregunta N°3

SI	2
NO	1

Nota: Elaborado por investigadores.

Tabla5.*Valoración de la pregunta N°4*

Recursos económicos	4
Capacitación	3
Falta de jornada laboral	2
Falta de interés por las áreas de la empresa	1

Nota: Elaborado por investigadores.**Tabla6.***Valoración de la pregunta N°5*

Formación y capacitación en RS	4
Disponibilidad de herramientas para gestionar la RS.	3
Proyecto de alto impacto social	2
Apoyo en temas de voluntario	1

Nota: Elaborado por investigadores**Tabla7.***Valoración de la pregunta N°6*

Ambiental	3
Económico	2
Social	1

Nota: Elaborado por investigadores

Tabla8.

Cuestionario de la encuesta

Objetivo: Identificar el nivel de percepción respecto al manejo de Responsabilidad Social en las PYMES del sector manufacturero del cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

1. ¿Cree Usted que la Responsabilidad Social es de vital Importancia para la Sustentabilidad y Rentabilidad de su Empresa?
 - Muy importante
 - Importante
 - Poco Importante
 - Nada Importante
2. ¿Cuál sería el beneficio que espera usted para su empresa mediante la práctica de la RS?
 - Mejor competitividad
 - Mejorar la imagen de la empresa
 - Reducción de riesgos ambientales
 - Reconocimientos empresariales
3. ¿Realizaría usted alianzas con otras Empresas para Implementar Estrategias de Responsabilidad Social?
 - SI
 - NO
4. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrenta su empresa para implementar prácticas de RS?
 - Capacitación

- Recurso económico
 - Falta de interés por áreas de la empresa
 - Falta de jornada laboral
5. ¿Cuál de los siguientes servicios Desearía recibir para su empresa que facilite la Implementación de RS?
- Formación y capacitación en RS
 - Disponibilidad de herramientas para gestionar la RS
 - Apoyos en temas de voluntariado
 - Proyectos de alto impacto social
6. ¿Cuál de las siguientes dimensiones practica su empresa en sus operaciones en base a la responsabilidad social?
- Ambiental
 - Social
 - Económico
7. ¿Cree que la responsabilidad social es de vital importancia para la sustentabilidad y rentabilidad de su empresa?
- Nada importante
 - Poco importante
 - Importante
 - Muy importante

Fuente: AED, (2019).

Foto 1.

Encuesta al representante de la Panadería Mashca pan.



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 2.

Encuesta al representante de la empresa Marcel confecciones



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 3.

Encuesta al representante de la empresa la Casa de las Allullas



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 4.

Encuesta al representante de la empresa Ecua Decor



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 5.

Encuesta al representante de la empresa Creaciones Henry Joyería



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 6.

Encuesta al representante de la empresa Queso De Hoja Cotopaxi



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 7.

Encuesta al representante de la empresa Dinamick Sport



Nota: Elaborado por investigadores

Foto 8.

Encuesta al representante de la empresa Diego Y Miguel Sport



Nota: Elaborado por investigadores