

**La responsabilidad social como factor de calidad
de las PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador**

**Social responsibility as a quality factor of
commercial SMEs in Guayaquil, Ecuador**

Guillermo Roberto Abad-Alvarado¹
Universidad de Guayaquil - Ecuador
guillermo.abad@ug.edu.ec

Daniel Antonio Mata-López²
Universidad de Guayaquil - Ecuador
daniel.matal@ug.edu.ec

Marco Antonio Suriaga-Sánchez³
Universidad de Guayaquil - Ecuador
marco.suriagas@ug.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1362

V7-N5-1 (sep) 2022, pp. 303-314 | Recibido: 18 de agosto de 2022 - Aceptado: 20 de septiembre de 2022 (2 ronda rev.)

1 Máster en Administración de Empresas de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Docente investigador de la Universidad de Guayaquil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9781-1920>

2 Master en Administración de Empresas en mención de Recursos Humanos y Marketing. Docente de la Universidad de Guayaquil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0478-0393>

3 Diplomado en Negocios Internacionales. Universidad de Guayaquil - Ecuador

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4451-7653>

Cómo citar este artículo en norma APA:

Abad-Alvarado, G., Mata-López, D., & Suriaga-Sánchez, M., (2022). La responsabilidad social como factor de calidad de las PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 7(5-1), 303-314 <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1362>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es analizar la responsabilidad social como factor de calidad de las PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador. Esto se logra gracias a la aplicación de una metodología con diseño bibliográfico y de tipo documental. Como conclusión arrojó que la mayoría de las PyME, incluidas las comerciales, no se vinculan efectivamente con la sociedad porque se considera complejo, donde los problemas que aquejan a la sociedad van más allá de una simple solución; además, las investigaciones han determinado que estas organizaciones al ser más grandes tienen mayor posibilidad de poder obtener mejores rendimientos económicos y financieros y por tanto su contribución en la RSE es mucho mayor; queda fortalecer estas debilidades a través de la comunicación y capacitación para todos los que hacen vida dentro de la PyME para que puedan conocer las ventajas y fortalezas de desarrollar la RSE como estrategia de fortalecimiento organizacional.

Palabras clave: PyME; calidad; responsabilidad social; rendimiento

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze social responsibility as a quality factor of commercial SMEs in Guayaquil, Ecuador. This is achieved thanks to the application of a methodology with bibliographic and documentary design. As a conclusion, it showed that the majority of SMEs, including commercial ones, are not effectively linked to society because it is considered complex, where the problems that afflict society go beyond a simple solution; In addition, research has determined that these organizations, being larger, have a greater possibility of being able to obtain better economic and financial returns and therefore their contribution to CSR is much greater; It remains to strengthen these weaknesses through communication and training for all those who make life within the SME so that they can learn the advantages and strengths of developing CSR as an organizational strengthening strategy.

Palabras clave: SME; quality; social responsibility; performance

Introducción

Las organizaciones tienen dentro de sus objetivos ser productivas y eficientes, por lo que esto conducirá a la calidad en los productos y servicios que desarrollan. Estos mismos valores organizacionales los manejan las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME). Las PyME son un bastión dentro de la economía de la sociedad, porque de ella se generan los empleos para la mayoría de las personas; además, de tener un efecto directo sobre el PIB del país. Esta situación es la que permite determinar la importancia dentro del aparato productivo de la sociedad.

Los mecanismos tanto externos, como las políticas gubernamentales, y los internos, como las estrategias impulsadas por la gerencia organizacional van dirigidas a minimizar las barreras que impiden el crecimiento de la PyME. Estos últimos tienen esa responsabilidad de poder desarrollar una organización que cumpla con las exigencias de su entorno. Según Carvajal et al. (2017) esto se puede lograr gracias a la implementación de estrategias que beneficien las operaciones con la finalidad de reducir los costos de operación, mejorar la eficiencia de los procesos, los niveles de inventario, la calidad de los productos y por supuesto incrementar la productividad.

Es aquí donde la calidad se vincula con cada uno de los procedimientos desarrollados dentro de la organización, por lo que se demuestra que la calidad es uno de los parámetros que siempre se debe desarrollar. Para lograr esto es imprescindible que sustente sus procesos y productos en unos estándares éticos, así como los integre en su gestión y que trate de dar respuesta a las demandas de los agentes sociales a los que afecta o que le afectan (De la Cuesta y Martínez, 2003). Esto último es una parte importante dentro de las acciones de las empresas y es una parte visible ante la sociedad, lo cual incrementa su imagen corporativa. Esto es lo que se denomina Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Según Marín (como se citó en Castaño, 2011) se entiende como RSE el comportamiento que debe adoptar una empresa ante sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto, lo que

obliga a cumplir determinados compromisos. No obstante, la responsabilidad social puede desarrollarse dentro de una organización de tres formas, tal como lo explica Mejía (2017) a continuación:

Las organizaciones deben decidir entre ser socialmente responsables (aquellas que insertan elementos de responsabilidad social a lo largo de su estrategia, es decir, lo tratan de hacer parte de su ADN organizacional), ser empresas con programas de responsabilidad social (aquellas que solo definen uno solo de sus objetivos estratégicos como de responsabilidad social, pero que el resto de su operación puede ser completamente ajena a elementos sociales y de respeto del medio ambiente o solo de publicidad engañosa, por poner unos ejemplos triviales), o simplemente negarse a una realidad empresarial que cada vez toma más vigencia en el mundo gracias a la globalización. (p. 14)

Por lo cual, una base importante dentro de la organización es la responsabilidad social que puede manifestar sea la misma comunidad, pero también puede arrojar respuesta que impidan que sus productos o servicios tengan un impacto en el medio ambiente. Estas políticas o mecanismos deben ser consideradas por las PyME comerciales de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, donde los últimos años no han permitido que la responsabilidad social sea su norte. Según Suárez-Rodríguez y Yance-Acurio (2020) la principal razón por la que las PyME no implementan RSE es debido a la falta de información acerca de las ventajas que estas políticas proveen y falta de motivación para invertir en esto.

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es analizar la responsabilidad social como factor de calidad de las PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador. Esto se logra gracias a la aplicación de una metodología con diseño bibliográfico y de tipo documental, con el objeto de poder revertir la problemática de que parte de estas organizaciones guayaquileñas no están cumpliendo con la RSE y por lo cual se realizó una investigación por varios documentos web para conocer las bondades de este mecanismo.

Método

La investigación es de carácter bibliográfico con un tipo de investigación documental. El desarrollo de la investigación tiene como base la búsqueda de información con el fin de encontrar algún procedimiento o las respuestas a alguna problemática. Sin embargo, Hurtado de Barrera (2010) manifiesta que “el tema a investigar haya sido ampliamente desarrollado con anterioridad y cuente con argumentación epistémica, teorías, conceptos y métodos, pero en otros casos puede ocurrir que haya sido escasamente desarrollado y apenas encuentre algunos bosquejos conceptuales o descripciones de contexto” (p. 188). Para la presente investigación se tiene que las fuentes bibliográficas a utilizar están desarrolladas en función de brindar conceptos, características, ventajas y beneficios de la aplicación de la RSE en las organizaciones como las PyME.

La investigación documental, según Sánchez et al. (2018), recoge información de fuentes documentales secundarias. Hace uso de libros, revistas de investigación, enciclopedias temáticas, documentos escritos, grabados o digitalizados, etc. Del mismo modo, Muñoz (2015) manifiesta que la investigación documental se puede desarrollar en dos etapas:

Ordenarla de acuerdo con el esquema de investigación planteado y quizá de conformidad con un capitulado inicial, aunque este puede ser modificado sobre la marcha.

Organizarla de conformidad con las variables involucradas, los objetivos de investigación y las hipótesis formuladas. (p. s/n)

La investigación tiene un esquema de desarrollo, por lo que la documentación fue encontrada en diversos sitios web por medio de buscadores digitales como Google Académico y las plataformas de Scielo y Redalyc. Para tal fin se utilizaron palabras u oraciones claves como PyME, PyME comercial, PyME Guayaquil, Calidad, Calidad en PyME, Responsabilidad Social, Responsabilidad Social PyME y Responsabilidad Social PyME Guayaquil. Los

resultados de la búsqueda arrojaron documentos como artículos científicos de revistas reconocidas en dichas plataformas y trabajos de grado de universidad de Suramérica.

Resultado

Calidad y las PyME

Las organizaciones deben manejar ciertos parámetros que les permita ser eficientes y productivos, los cuales involucra tanto a sus procedimientos administrativos como los de producción. Una de estas variables es la calidad. Se puede decir que la calidad es la “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite juzgar su valor” (Sanabria et al., 2014, p- 176). Del mismo modo, la calidad se define como el grado de excelencia que posee una cosa o las características que hacen a algo lo que es (Groover, 1997).

El concepto de calidad implica dos aspectos esenciales que son los que permiten su constatación: el resultado y el estándar, en otras palabras, esta se encuentra al comparar el resultado (parcial o total) obtenido en un proceso frente a determinados requerimientos planteados previamente (estándares). (Sanabria, et al., 2014, p. 176)

Asimismo, la calidad tiene una importancia significativa dentro de las organizaciones porque es tender dentro de la misma la cultura de la mejora continua. Además, Palma et al. (2018) manifiestan que hay otros aspectos que perduran y son transversales; uno es que el cambio es ineludible y hace parte de la cotidianidad y otro es que, por muy alto que se alcancen o se perfeccionen los niveles de calidad, siempre es posible descubrir oportunidades de mejora. No obstante, la calidad se puede ver diferencias cuando la organización tiene como finalidad económica el desarrollo de productos o la prestación de un servicio. Esto lo refleja Zeithaml y Parasuraman (2004) donde manifiestan que la calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad.

Por otra parte, es importante identificar y vincular la calidad con las PyME, debido a que produce un incremento del rendimiento económico y financiero. Del mismo modo, la calidad está relacionada con la productividad y la eficiencia. Carro y González (2012) señalan que la eficiencia también se relaciona con el costo de producción, ciclo de respuesta, inversión, etc., donde cada uno interactúa permitiendo tener un corto ciclo de respuesta. En otras palabras, calidad, productividad y eficiencia son sinónimos o cumple una fusión sinérgica. Es por esto que Rendón (1999) comenta que la productividad implica una mejor calidad de los productos, precios más competitivos, estabilidad de los empleos, supervivencia de la empresa en los mercados y por lo tanto mayores beneficios y a un mejor bienestar de la sociedad.

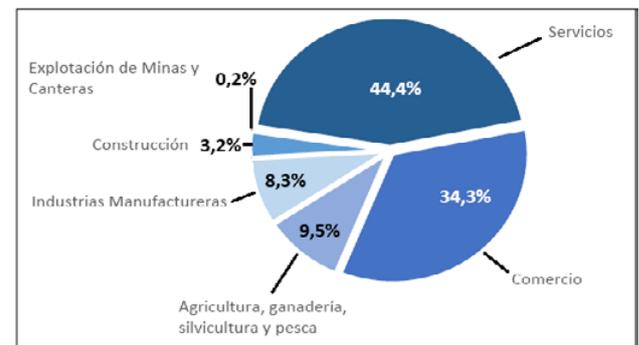
Todo lo anterior abarca a las PyME, debido que estas tienen una importancia dentro del sector productivo del país. Según Amado et al. (2014) la importancia de las PyME radica en que es un importante generador de empleo y representa una gran parte del PIB total tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo, su crecimiento ha sido evidente en prácticamente todas las economías del mundo.

PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador

Dentro de las PyME se encuentran las del sector comercial. Estas se dedican a la venta de productos que sirven para satisfacer las necesidades que tienen las personas. En Ecuador tienen una importancia significativa en el aparato productivo del país, tal como se detalla en la Figura 1. Sin embargo, las estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) manifiesta que hubo una disminución de dichas empresas entre 2019 y 2020 como se detalla en la Figura 2. Las PyME comerciales también tuvieron una disminución del año 2019 al 2020, como se detalla en la Figura 3. Esto sin contar con estadísticas oficiales en el transcurso de la pandemia por COVID-19.

Figura 1

Áreas productivas de Ecuador para el año 2020.

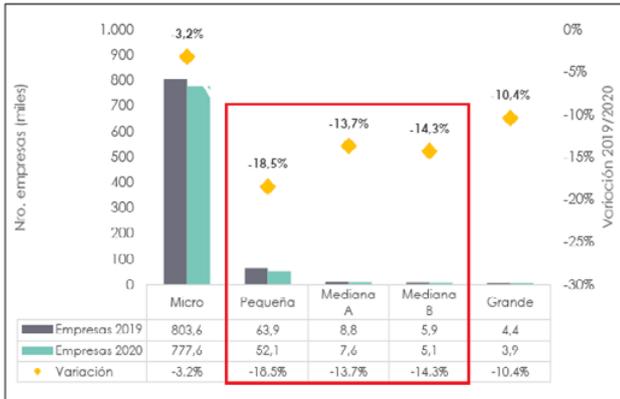


Nota: Fuente (INEC, 2021)

Esta situación se percibió en todas las provincias de Ecuador, por lo que la Provincia de Guayas tuvo un decrecimiento de alrededor de 11,2% en el año 2020 con respecto al año 2019. Esto se puede detallar en la Figura 4. Sin embargo, para mayo del 2021 hay un incremento en las ventas en el sector comercio a nivel nacional, tal como lo describe la Tabla 1. La disminución en las ventas para el año 2020 se debe a la problemática generada por los mecanismos de bioseguridad por efecto de la pandemia por COVID-19. Cuando los mecanismos de bioseguridad empezaron a disminuir para el año 2021 se vio un incremento en la reactivación del sector productivo reflejado a través de sus ventas.

Figura 2

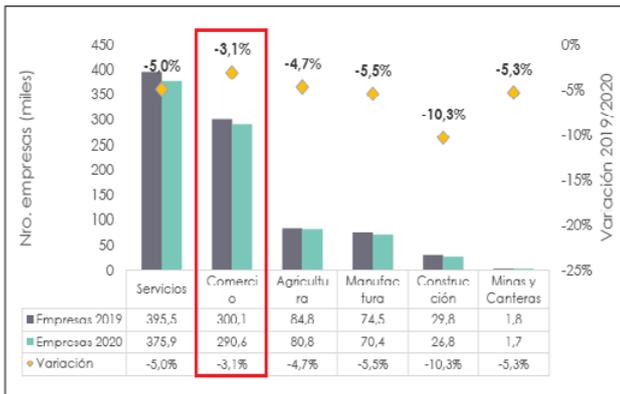
Decrecimiento de las PyME entre el año 2019 y 2020 en Ecuador.



Nota: Fuente (INEC, 2021)

Figura 3

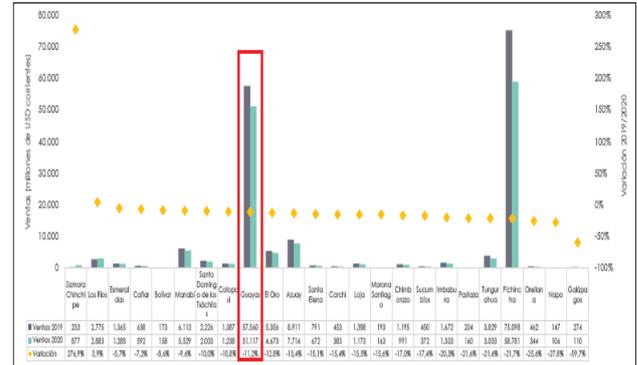
Decrecimiento de las empresas comerciales entre el año 2019 y 2020 en Ecuador.



Nota: Fuente (INEC, 2021)

Figura 4

Decrecimiento de las ventas en la provincia de Guayas entre el año 2019 y 2020.



Nota: Fuente (INEC, 2021)

Tabla 1

Ventas acumuladas de los años 2019, 2020 y 2021 en Ecuador.

	May 2019	May 2020	May 2021	Variación 2021 - 2019	Variación 2021 - 2020
Comercio	27.055	21.226	25.537	-6%	20%
Comercio al por menor	9.047	7.290	8.434	-7%	16%
Comercio al por mayor	14.156	11.933	14.060	-1%	18%
Comercio de vehículos	3.852	2.003	3.042	-21%	52%
Manufactura	9.755	7.647	9.282	-5%	21%
Agricultura, ganadería y pesca	3.853	3.863	4.050	5%	5%
Minas y canteras	3.724	2.798	3.533	-5%	26%
Transporte y almacenamiento	2.954	2.246	2.422	-18%	8%
Actividades profesionales	2.791	1.909	2.219	-20%	16%
Información y comunicación	2.167	1.796	1.861	-14%	4%
Financieras y seguros	1.950	1.818	1.848	-5%	2%
Actividades de atención a salud	1.360	1.186	1.696	25%	43%
Construcción	1.932	1.126,6	1.331	-31%	18%
Suministro de Electricidad	1.303	1.269	1.301	0%	3%
Otras actividades de servicios	994	780	868	-13%	11%
Enseñanza	1.018	785	866	-15%	10%
Actividades inmobiliarias	984	700	786	-20%	12%
Actividades de servicios administrativos	921	748	595	-35%	-20%
Los demás	2.237	1.551	1.667	-25%	7%
TOTAL	64.998	51.449	59.861	-8%	16%

Nota: Fuente (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2021)

De la misma manera, según el reporte periodístico de Villón (2021) en Guayaquil hay 37.730 empresas activas, en Samborondón 2.265, Durán tiene 1.117 y Daule, 648, pero por las ventas que generan, después de Guayaquil (\$ 33.128 millones en el 2020), se ubica Durán (\$ 4.225 millones). En las estadísticas de la Cámara de Comercio de Guayaquil (2021) la facturación acumulada del período 2016 al 2021 para Guayaquil, Duran y Samborondón se detalla en la Tabla 2.

Tabla 2

Ventas acumuladas en el período 2016 al 2021 en los cantones Guayaquil, Duran y Samborondón.

Cantón	may-16	may-17	may-18	may-19	may-20	may-21	Variación 2021 - 2020
Quito	22,362	23,671	24,575	25,252	19,096	22,188	16%
Guayaquil	15,069	15,559	16,877	17,330	14,173	16,417	16%
Cuenca	2,894	2,961	3,409	3,405	2,436	3,195	31%
Rumiñahui	1,496	1,471	1,595	1,595	1,473	1,507	2%
Duran	896	971	1,205	1,269	1,222	1,506	23%
Ambato	1,106	1,182	1,336	1,380	911	1,121	23%
Machala	840	919	1,041	1,092	918	1,074	17%
Santo Domingo	713	793	853	903	714	855	20%
Samborondón	599	628	788	811	687	787	15%
Manta	539	738	774	787	609	732	20%
Iña	444	438	467	511	375	468	25%
Riobamba	412	421	458	473	331	419	26%
Montecristi	313	358	381	367	357	416	16%
Portoviejo	343	467	480	475	343	400	17%
Ibarra	376	384	435	458	330	389	18%
Los demás	7,306	7,760	8,497	8,894	7,472	8,389	12%
Total Nacional	55,701	58,719	63,168	64,998	51,449	59,861	16%

Nota: Fuente (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2021)

Características de la RSE

En los últimos años las organizaciones han tenido que desarrollar estrategias que les permitan ganar la confianza de sus clientes, una de estas es la vinculación con la sociedad traducida RSE. Según De la Cuesta (2005) desde los años 90, la responsabilidad social se integra en el discurso sobre ética de la empresa. Esto significa que pertenece a los valores y objetivos organizacionales. En este sentido, Carroll (como se citó en Guevara, 2019) definió la RSE como: “La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales o filantrópicas que la sociedad tiene sobre la organización en un momento dado”.

De la misma forma, la RSE busca solucionar el impacto social de sus productos o servicios a la sociedad, por lo que tiende a desarrollar programas que involucren a la sociedad, los trabajadores y diversos sectores del país. Además, de esta situación Castaño (2011) señala que la RSE, también exige ciertas acciones en beneficio de los empleados y sus familias. En consecuencia, Orjuela (2011) manifiesta que la RSE es la forma de entender que las empresas comienzan a tener más en cuenta el impacto social y ambiental de su negocio, tratando de

generar rentabilidad para los empresarios y bienestar social. Ante lo anterior, existen tres vertientes donde las organizaciones involucran o no a las RSE:

Las organizaciones deben decidir entre ser socialmente responsables (aquellas que insertan elementos de responsabilidad social a lo largo de su estrategia, es decir, lo tratan de hacer parte de su ADN organizacional), ser empresas con programas de responsabilidad social (aquellas que solo definen uno solo de sus objetivos estratégicos como de responsabilidad social, pero que el resto de su operación puede ser completamente ajena a elementos sociales y de respeto del medio ambiente o solo de publicidad engañosa, por poner unos ejemplos triviales), o simplemente negarse a una realidad empresarial que cada vez toma más vigencia en el mundo gracias a la globalización. (Mejía, 2017, p. 14)

La importancia de la RSE va más allá de poder generar un impacto positivo en la sociedad a través de la solución directa a los problemas. Ella va en función de un aumento en el rendimiento económico y financiero en tiempos de crisis empresarial. Esto lo señala la investigación realizada por Selvi et al. (como se citó en Pérez y Rodríguez, 2012) donde la ausencia de esta se considera el desencadenante principal de los problemas financieros, al tiempo que su gestión efectiva puede ayudar a las entidades a minimizar los impactos negativos de la recesión. Esto se logra al impacto generado en la sociedad, por lo que se fortalece la imagen organizacional.

El desarrollo de la RSE debe estar desde las bases mismas de la organización formando una cultura dentro de la misma. La cultura organizacional basada en las RSE permite ser un factor clave para el incremento de la productividad, así como debe generar procesos o procedimientos eficientes y productos o servicios de calidad. La cultura entonces integra los valores, las creencias y las actitudes sobre el valor social que pueden generar en de sus comunidades con la RSE, pues pueden dirigir sus programas a las necesidades más prioritarias de estas (Diez, 2007).

Responsabilidad social de las PyME comerciales de Guayaquil.

La RSE debe formar parte de la gestión estratégica de la PyME por lo que debe estar planificada, desarrollada, evaluada, controlada y mejorada continuamente. Esto permite compromiso con los clientes y las comunidades y se trata de exhibir cierta lealtad hacia ellos y de ampliar los campos de acción en el sistema socioeconómico por medio del cumplimiento de la responsabilidad social (Martínez, 2016).

La aplicación de la RSE no es tarea fácil. Se deben cumplir ciertas situaciones para esta sea efectiva socialmente. Uno son los recursos económicos y financieros para poder ejecutar los planes o estrategias sociales en las diversas comunidades. Barrera (2019) manifiesta al respecto que con los recursos existe “la posibilidad “de invertir en los jóvenes, en el desarrollo de proyectos conjuntos y en el potencial que existe entre la relación que se puede dar entre las empresas y las juntas de acción comunal” (p. 70).

Pero la rentabilidad financiera y económica esta entrelazada con el tamaño de la empresa. Mientras más grande la PyME mayor es la capacidad de producir y mayor es la factibilidad de aplicar RSE. Méndez et al. (2019) comenta que las empresas con mayor tamaño cuentan con mayores recursos disponen de ellos para aplicar estrategias de carácter social o están dispuestas a emplear recursos en la aplicación de RSE dado que son valoradas por diferentes agentes.

Sin embargo, esto demuestra que puede existir barreras o resistencia a la aplicación de la RSE por parte de las PyME. Son de diversas causas o circunstancias el desarrollo de estas barreras que van desde el interior de la organización o de la parte externa que involucra a las políticas o mecanismos gubernamentales. Según Vinsennau y Simonetta (2016) señalan las barreras que enfrentan las RSE en las PyME a continuación:

La primera barrera es la ilusión de objetivos alineados, donde esa ilusión contrasta precisamente con la ambigüedad de las respuestas entre el discurso y la acción, con las respuestas por género y, sobre todo, con las respuestas del rol que se ocupa. La segunda barrera denominada concepto difuso del deber ser empresario se alimenta de todas las disyunciones; en especial de la relación entre la del discurso y la acción empresaria que quizá evidencia el doble discurso como solución a las ambigüedades. La tercera denominada “valores situacionales” parece un nombre contradictorio en sí mismo, pero es la forma de interpretar especialmente las disyunciones de rol, de crisis-normalidad y de discurso-acción. (p. 107)

En otras palabras, estas barreras son la ambigüedad entre las palabras y las acciones, la desvinculación de los objetivos organizacionales basados en la RSE con la realidad de la sinergia con la sociedad y por último es que los problemas sociales son más grandes o complejas de lo que realmente pueda solucionar las PyME a razón de la RSE.

Estas mismas situaciones las percibe las PyME comerciales de Guayaquil. Hay factores que impiden que se vinculen la RSE con estas organizaciones. Según Suárez-Rodríguez y Yance-Acurio (2020) comenta que la principal razón por la que las pymes no implementan RSE es debido a la falta de información acerca de las ventajas que estas políticas proveen y falta de motivación para invertir en esto. Asimismo, otra investigación realizada por Briones et al. (2017) manifiesta que una barrera es la falta de compromiso del recurso humano debido que el ambiente laboral era bajo y la poca comunicación entre directivos y empleados.

En este aspecto, es necesario cultivar un clima organizacional eficiente, donde la alta gerencia y los trabajadores tenga una comunicación productiva, lo cual permitirá generar una cultura organizacional acorde a las nuevas exigencias y nuevos tiempos. Paredes et al. (2021) señalan que es recomendable realizar acciones que involucren a todos los recursos humanos para fomentar una cultura

organizacional que permita el desarrollo de RSE en base a involucramiento, adaptabilidad, misión y consistencia, considerando la importancia del tiempo de trabajo en la organización y la experiencia de los trabajadores.

Para poder cumplir con esta situación es necesario aplicar una serie de mecanismos que permitan involucrar a los trabajadores y a la alta gerencia. Estas acciones a considerar son: identificar partes interesadas, comprender el motivo de la participación de las partes interesadas, planificar el proceso de compromiso, iniciar el diálogo y mantener el diálogo y cumplir los compromisos (Yance, 2020).

Discusión

Es importante que las PyME tengan sostenibilidad y sustentabilidad, debido a la responsabilidad que tiene con el sistema productivo de la sociedad y que son fuentes directas de trabajo. Para tal fin, es necesario que las PyME puedan desarrollar ciertas condiciones. Según Romero (2006) estas son: a) las PyME deben actualizarse en sus diferentes frentes so pena de desaparecer; b) segundo, buscar apoyo por medio de entes gubernamentales, asociaciones civiles y otras empresas; y c) tercero, el apoyo en asesorías externas, así como en la capacitación técnica.

Una de las funciones más significativas para el desarrollo de las PyME es la vinculación de la RSE. Sin embargo, existen investigaciones que plantean que la RSE no logra los objetivos planteados cuando se desean desarrollar las soluciones a los problemas sociales, debido a que son más complejos de los que realmente son. Muchos de ellos tienden a ser más subjetivos, porque depende de los grupos sociales y su visión o perspectiva. Esto lo comenta Mochales (2013) a continuación:

En muchas ocasiones, dichas actividades de RSE no han logrado un progreso significativo a la hora de aliviar problemas sociales ni han conseguido ningún beneficio para las empresas. Esto ha ocurrido, fundamentalmente, porque dichos problemas sociales son demasiado

complejos como para ser solucionados por aquéllas y también por el hecho de que las firmas no han demostrado la experiencia suficiente como para encontrar soluciones efectivas y eficientes para dichos problemas. (p. 11)

No obstante, esto no impide que se deba desarrollar la RSE sino más bien permite que se establezca una mejora continua, lo cual pueda desarrollar en una evolución de esta responsabilidad con una mayor planificación estratégica. Por tal razón, se deben aplicar ciertas recomendaciones para que la RSE en la PyME sea efectiva y productiva, tal como lo menciona Romero et al. (2011) a continuación:

Es de gran importancia recibir conocimiento de cómo se puede ayudar a la comunidad.

Hacer campañas de motivación a nivel empresarial relacionadas con RSE,

Difundir y fortalecer la RSE como modo de hacer empresa.

Vigilar que los recursos asignados en el balance social sean invertidos en programas sociales. (p. 102)

Además, de estas recomendaciones las PyME deben estar en la vanguardia mundial, por lo que es importante que desarrollen los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los cuales están en función de poder generar espacios más acordes a la realidad social y a la generación del menor impacto ambiental. Arredondo-Hidalgo (2021) señala que, al utilizar los ODS para el diseño de sus filosofías empresariales, estrategias y actividades, lograrán identificar futuras oportunidades de negocio, y redirigir los recursos de las inversiones públicas y privadas a nivel mundial hacia los retos que estos les representan.

Conclusiones

La RSE es uno de los parámetros que tomado gran importancia en los últimos años debido a que fortalece los objetivos organizacionales producto de la vinculación

con la sociedad al tener que desarrollar labores que permitan la solución de los problemas más importantes a nivel social, productivo o ambiental. Esto produce un efecto colateral significativo, ya que potencia el desarrollo del empoderamiento y la inclusión, tanto de la sociedad como de los trabajadores.

Sin embargo, la realidad muestra que la gran mayoría de las empresas no están familiarizadas con esta situación debido a factores internos (falta de compromiso de la alta gerencia, menor comunicación organización, problemas de lima organizacional, desmotivación de los trabajadores, entre otros) y factores externos como las políticas y mecanismos gubernamentales, tales como normas o leyes que permitan una mayor relación entre las empresas y los diversos sectores de la sociedad.

La mayoría de las PyME, incluidas las comerciales, no se vinculan efectivamente con la sociedad porque se considera complejo. Los problemas que aquejan a la sociedad van más allá de una simple solución; además, de que las investigaciones han determinado que estas organizaciones al ser más grandes tienen mayor posibilidad de poder obtener mejores rendimientos económicos y financieros y por tanto su contribución en la RSE es mucho mayor. Queda fortalecer estas debilidades a través de la comunicación y capacitación para todos los que hacen vida dentro de la PyME para que puedan conocer las ventajas y fortalezas de desarrollar la RSE como estrategia de fortalecimiento organizacional.

Referencias bibliográficas.

- Amado, J. R., Navarro, Y. T., & Fernández, V. M. (2014). El sector servicios: revisión de los aportes para su teorización y estudio. *Tecsiscatl*, (16). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/tecsisecatl/n16/sector-servicios.pdf>
- Arredondo-Hidalgo, M. G. (2021). Análisis de la RSE y el impacto de la cadena de suministro en las prácticas de desempeño sustentable: un estudio de caso en una empresa exportadora mexicana. *investigación & desarrollo*, 29(1), 15-40. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612021000100015&lang=es
- Barrera, J. A. (2019). Juntas de acción comunal y pequeñas y medianas empresas – articulación para el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial. *Revista Tendencias*, 20(1), 53-76. doi:<http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.107>
- Briones, V., Torres, C., Rojas, S., Jiménez, J., & Ávila, M. (2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector de Confecciones Pymes de Guayaquil. *Revista Espacios*, 38(31). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p09.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (Julio de 2021). Panorama comercial de Ecuador. Recuperado el 19 de Julio de 2022, de <https://www.lacamara.org/website/estadisticas/>
- Carro, R., & González, D. A. (2012). Productividad y competitividad. Argentina: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Carvajal, C. Y., Granda, L. S., Villamar, I. B., & Hermida, L. H. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador, 1-17.
- Castaño, E. J. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *Revista lasallista de investigación*, 8(2), 173-186. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69522607019.pdf>
- De la Cuesta, M. (2005). La responsabilidad social corporativa o responsabilidad social de la empresa. Bilbao, España: Jornadas de economía alternativa y solidaria, 33-34. Obtenido de <https://www.academia.edu/>

- download/45295538/responsabilidadsocialcorporativa.pdf
- De la Cuesta, M., & Martínez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. Madrid - España: Boletín económico de ICE, (2755).
- Diez, E. (2007). La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones. *Visión gerencial*, (2), 231-244. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876010.pdf>
- Groover, M. P. (1997). *Fundamentos de Manufactura Moderna. Materiales, procesos y sistemas*. México, D. F.: Prentice -Hall Hispanoamericana S. A.
- Guevara, N. (2019). La gestión de la responsabilidad social empresarial y su influencia en el compromiso organizacional de los funcionarios y profesionales de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur – EGESUR S.A., año 2018. Tacna, Perú: Trabajo de grado para optar al título de Ingeniero Comercial de la Universidad Privada de Tacna. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/950/1/Guevara-Cabrera-Nelida.pdf>
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la investigación; Guía para una comprensión holística de la ciencia*, 4ta edición. Caracas, Venezuela: Quirón Ediciones.
- INEC. (Octubre de 2021). Directorio de empresas y establecimientos. Recuperado el 19 de Julio de 2022, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Principales_Resultados_DIEE_2020.pdf
- INEC. (Octubre de 2021). Directorio de empresas y establecimientos. Boletín Técnico N° 01-2021-DIEE. Recuperado el 19 de Julio de 2022, de Instituto Nacional de Estadística y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Boletin_Tecnico_DIEE_2020.pdf
- Martínez, J. A. (2016). La gestión estratégica de la responsabilidad social en las pymes venezolanas. *Universidad & Empresa*, 18(30), 191-209. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187244133010/>
- Mejía, C. (2017). Introducción a la responsabilidad social. En J. A. González, J. C. Vázquez, & C. A. Mejía, *Responsabilidad social empresarial. Decisiones, reflexiones y casos de estudio* (págs. 13-15). Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte, Tecnológico de Monterrey. Obtenido de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/7749/9789587418057%20eResponsabilidad%20social.pdf?sequence=3>
- Méndez, A. B., Rodríguez, M. d., & Cortez, K. A. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis económico*, 34(86), 197-217. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/413/41360954010/>
- Mochales, G. (2013). *Modelo explicativo de la responsabilidad social corporativa estratégica*. Madrid, España: Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/24572/1/T35154.pdf>
- Muñoz, C. I. (2015). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Oxford University Press México, S.A. de C.V.
- Orjuela, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias & análisis*, (1), 137-156. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3934133.pdf>
- Palma, H. G., Parejo, I. B., & Sierra, D. M. (2018).

- Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16(28), 169-185. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676025>
- Paredes, P., Martínez, J. P., & Burgos, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Clima Organizacional en las PYMES de Guayaquil. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 8(1), 10-25. Obtenido de <https://revistagobiernoygestionpublica.usmp.edu.pe/index.php/RGGP/article/view/188>
- Pérez, A., & Rodríguez, I. A. (2012). La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*, 14-29. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4408/P%E9rez,%20A.?sequence=1>
- Rendón, O. H. (1999). Un enfoque sistémico sobre los factores determinantes de la productividad. *Economía y Sociedad*, 5(4), 151-175. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5900456>
- Romero, L. E. (2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes Una aproximación desde la interacción familia-empresa. *Revista Escuela de administración de negocios*, (57), 131-142. Obtenido de <https://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/378/371>
- Romero, M., Fajardo, C. L., & Tarapuez, E. (2011). Caracterización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las medianas y grandes empresas del Quindío. *Sophia* (7), 92-105. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413740748009>
- Sanabria R, P. E., Romero C, V. D., & Flórez Lizcano, C. I. (2014). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Revista Universidad y Empresa*, 16(27), 157-205.
- Sánchez-Carlessi, H., Reyes-Romero, C., & Mejía-Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma, Vicerrectorado de Investigación. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Suárez-Rodríguez, O. S., & Yance-Acurio, H. (2020). Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. *Revista Mapa*, 4(18), 169-184. Obtenido de <https://revistamapa.org/index.php/es/article/view/233>
- Villón, J. (26 de Julio de 2021). La zona del Gran Guayaquil concentra el 37 % de las empresas del país, con ventas cercanas a \$ 40.000 millones. *El Universo*. Recuperado el 19 de Julio de 2022, de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-zona-del-gran-guayaquil-concentra-el-37-de-las-empresas-del-pais-con-ventas-cercanas-a-40000-millones-nota/>
- Vinsennau, D. J., & Simonetta, C. D. (2016). Responsabilidad Social Empresarial. Una revisión en ámbitos PyME. *Enfoques*, 26, 79-109. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-27212014000100005&lang=es
- Yance, H. (2020). Estrategias de responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador: Trabajo de grado para optar al título de Magister en Administración de Empresa de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Obtenido de <http://181.39.139.68:8080/handle/123456789/1208>
- Zeithaml, V., & Parasumarán, A. (2004). Serie de conocimientos relevantes: Servicio Calidad. Cambridge: Mass.: Marketing Instituto de Ciencias.