

01

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL VALLE DE LOS CHILLOS

ENTERPREANEURIAL SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF VALLE DE LOS CHILLOS

Andrea Charpentier¹

E-mail: acharpentier@umet.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8727-1847>

Michael Feitó Cespón¹

E-mail: mfeito@umet.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1938-6022>

Andres Freire Mancheno¹

¹ Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

² Convenio Universidad Metropolitana de Ecuador-Universidad de Cienfuegos, Cuba.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Charpentier, A., Feitó Cespón, M., & Freire Mancheno, A. (2019). Responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas del Valle de Los Chillo. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(1), 6-16. Recuperado de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes>

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo realizar un estudio de las prácticas de la responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas del Valle de Los Chillos en Ecuador. Para ello se utilizó un cuestionario que mide, divididas en cuatro áreas y 60 preguntas, la actuación y prácticas de la responsabilidad social. Los principales resultados obtenidos con la investigación arrojan que como promedio las empresas encuestadas presentan niveles medios de actuación. La calidad de vida en la empresa y las competitividad y relaciones con las partes involucradas fueron las áreas mejor puntuadas en tanto los compromisos con la comunidad y la preservación del medioambiente son áreas en la que los empresarios no prestan suficiente atención. Otra conclusión importante es que el tamaño de las empresas influye en la actuación responsable, presentando mejores resultados las empresas de mediano tamaño en comparación con las pequeñas.

Palabras clave:

Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad, PyMEs.

ABSTRACT

This paper aims to carry out a study of corporate social responsibility practices in small and medium enterprises in the Valle de Los Chillos in Ecuador. To this end, a questionnaire was used that measured the actions and practices of social responsibility, divided in four areas and 60 questions. The main results obtained with the research show that, on average, the companies surveyed do not present high levels of action. The quality of life in the company and the competitiveness and relations with the parties involved were the best rated areas, while the commitments with the community and the preservation of the environment are areas in which entrepreneurs do not pay enough attention. Another important conclusion is that the size of companies influences responsible performance, with medium-sized companies having better results compared to small ones.

Keywords:

Enterpreaneurial Social Responsibility, Sustainability, SMEs.

INTRODUCCIÓN

El concepto de responsabilidad social empresarial RSE ha evolucionado hasta nuestros días a partir del debate sobre el impacto que tienen las empresas en la sociedad. Este debate toma mayor auge luego de que se comienza a tener en cuenta la percepción de que al ritmo de crecimiento económico actual, se está haciendo un daño irreversible a la naturaleza y con ello al desarrollo de las futuras generaciones que dependen de ella. Como alternativa a ello surge el concepto de desarrollo sostenible donde existe un fuerte consenso que, de manera agregada, se deben lograr un intercambio armónico en la economía, la sociedad y la naturaleza (Elkington, 1998).

La RSE surge como concepto para aportar desde las empresas modelos de gestión compatibles con el desarrollo sostenible. Se entiende entonces por RSE, al proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica a fin de maximizar la creación de valor compartido a los diferentes stake holders e identificar, prevenir y atenuar posibles consecuencias adversas (Comisión Europea, 2011).

Aunque, en varios estudios sobre RSE (Herrera Madueño, Larrán Jorge, Lechuga Sancho & Martínez-Martínez, 2016) se refiere el principio de voluntariedad de la empresa de aplicar sistemas de la suscripción a iniciativas internacionales, como el Pacto Mundial de Naciones Unidas (UNGC-United Nations Global Compact), los Principios del Ecuador (Equator Principles) y Global Reporting Initiative (GRI) y avances en materia legislativa, fundamentalmente en gestión acordes a este concepto, el punto de partida es un marco legal y regulatorio que lo propicie. Son importantes los avances de los gobiernos en estas materias en el contexto latinoamericano con los asuntos de derechos laborales, debido a que este es uno de los principales problemas de la región, todavía insuficientes comparado con otras regiones como Europa.

Sin embargo, el marco legal resulta muchas veces insuficiente y tampoco su cumplimiento estricto necesariamente lleva a la empresa a ser responsable socialmente. Tampoco es posible, ni deseable, regular todo pues afecta a la innovación en las empresas (Vives, Corral & Isusi, 2005). La línea que separa lo obligatorio de lo voluntario es una línea variable que depende de la empresa y de las circunstancias en que opera.

El desarrollo de la RSE depende de que se den ciertas condiciones. De acuerdo con Vives, Corral & Isusi (2005), determinadas dificultades hacen que estas estrategias evolucionen más lentamente que en otras regiones como

Europa y Estados Unidos.

La RSE depende en gran medida del contexto económico-social en que se desempeña la empresa. En Latinoamérica, el desigual acceso a la tecnología, las grandes diferencias sociales, los problemas de los derechos laborales, la desigualdad de géneros, el acceso a la educación de calidad marca las tendencias de los esfuerzos de las empresas en cuanto a la aplicación de estrategias empresariales. Las empresas en América Latina generalmente no ganan más clientes o ventas por desarrollar estrategias coherentes de RSE, pues los clientes no perciben estas acciones como un valor agregado al producto o servicio que consumen, por lo que para muchas las prácticas de RSE son un costo adicional que no genera ventajas competitivas.

En Ecuador estudios en grupos de empresas (Barba Bayas, 2015) concluyen que los directivos no conocen a profundidad lo que son las estrategias de RSE, y no se encuentra alejada de la realidad latinoamericana. En Ecuador el concepto de RSE se enfoca en la filantropía, la caridad, las donaciones y la asistencia social, dejando otras áreas estratégicas descuidadas (Villacís Laínez, Suarez Nuñez & Güillín Llanos, 2016). Fundamentalmente, las micro, pequeñas y medianas empresas presentan un mayor desconocimiento y carencia en la aplicación de estas prácticas, debido a que su gestión es muy básica, carecen de estrategia corporativa y por ende se centran en un enfoque netamente económico y el cumplimiento de las regulaciones legales (Camacho Villegas, 2014).

En Ecuador se registra un conjunto de investigaciones acerca de la RSE por lo que se puede notar una intención de la academia respecto a dichas prácticas, Villacís Laínez, et al. (2016), se enfocan en un análisis de los conceptos de la RSE y observa la aplicación de la RSE en el Ecuador, haciendo énfasis en los cambios que se han dado en el tema a partir de la aprobación de la Constitución en el año 2008, este estudio corrobora la idea de que en las empresas ecuatorianas el concepto de RSE está más estrechamente ligado a la filantropía que a otras áreas de gestión. Padilla, Arévalo, Bustamante & Vidal (2017), se enfocan en el sector del plástico a través de un cuestionario realizado a 192 empresas manufactureras del sector, este estudio evidencia una aplicación media de los aspectos analizados y una correlación positiva en algunos resultados financieros de las empresas, también concluye que existe un mayor avance en la aplicación de acciones de RSE en empresas grandes que en las PyMes. Barba Bayas (2015), realiza un estudio en un grupo de empresas en la localidad de Riobamba, a través de un cuestionario, demostrando un nivel medio de RSE en los resultados de las encuestas. Costa Ruiz, Armijos Buitrón, Paladines Benítez, & Martínez (2015), realizan un estudio en un grupo de empresas de Loja, en este estudio no logra encontrarse relación entre el tamaño y el tiempo

de operaciones de las empresas y las prácticas de RSE. Otros trabajos se encuentran centrados en la aplicación de acciones en empresas determinadas.

El conocimiento de las actuaciones empresariales en cuanto a prácticas de RSE en áreas específicas del Ecuador contribuye a tener una idea general del comportamiento de las empresas en este sentido. El sector del Valle de los Chillos cuenta con un grupo importante de pequeñas y medianas empresas fundamentalmente de servicios. En la literatura no se encontraron artículos que permitan un conocimiento de la aplicación de políticas y prácticas de la RSE en esta región por lo que esta investigación tiene como objetivo realizar un estudio estadístico a un grupo de empresas pequeñas y medianas PyMEs, en cuanto a la aplicación de la RSE.

DESARROLLO

Se seleccionó el instrumento de autodiagnóstico de Responsabilidad Social Empresarial propuesto por FECHAC (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C.) una organización sin fines de lucro dedicada a promover la Responsabilidad Social Empresarial de 39000 empresarios, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la comunidad en la que dichas empresas operan (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., 2011).

El instrumento facilita el análisis interno de la empresa evidenciando sus fortalezas y debilidades en base a cuatro áreas fundamentales, las cuales se describen en los párrafos posteriores; a su vez cada área está conformada por quince indicadores, a los que se les otorga una calificación en la escala del 1 al 5, siendo 5 la situación que más se asemeja al indicador y 1 cuando menos se asemeja, cada indicador se lo evalúa a través de una pregunta.

Calidad de vida en la empresa

Las preguntas relacionadas con esta área así como su codificación se encuentran referidas en la Tabla 1.

Tabla 1. Indicadores de calidad de vida en la empresa

Código	Pregunta
CV1	Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.
CV2	Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.
CV3	Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.

CV4	Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.
CV5	Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.
CV6	Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.
CV7	Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.
CV8	Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.
CV9	Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.
CV10	Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.
CV11	Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.
CV12	Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.
CV13	Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.
CV14	Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.)
CV15	Tiene algún problema para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.

Fuente: Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., (2011).

Esta área tiene como objetivo medir la ética de la empresa en sus operaciones y el grado de interés por el bienestar de las personas que conforman la empresa y lo hace a través de la evaluación de quince indicadores que evidencian:

- Existencia de un código de ética en la empresa y políticas creadas que contribuyen a su cumplimiento
- Realidad del personal, fomento del trabajo en equipo, la participación de los empleados con sugerencias, peticiones o reclamaciones, si la empresa cuenta con un plan para mejorar la calidad de vida del personal más allá de las exigencias básicas de la ley laboral.
- Condiciones laborales de salud y seguridad en el trabajo programas de desarrollo profesional.

- Desarrollo de los procesos de despido y liquidación.
- Equidad de género e integración de empleados con distintas creencias, estrato económico o preferencias sexuales.
- Grado de interés por conocer el estado del clima laboral en la empresa y facilidades de horarios flexibles, estimulación y reconocimiento al personal por generar valor para la empresa.

Compromiso con la Comunidad

Las preguntas relacionadas con esta área así como su codificación se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2. Indicadores de Compromiso con la Comunidad

Código	Pregunta
CC1	Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias.
CC2	Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo.
CC3	Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.
CC4	Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones.
CC5	Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.)
CC6	Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.
CC7	Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y sus familias.
CC8	Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.
CC9	Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad; apoya las causas filantrópicas de su personal.
CC10	Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.
CC11	Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.

CC12	Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social).
CC13	Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.
CC14	Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.
CC15	Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.

Fuente: Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., (2011).

A través de esta área se conoce si la empresa realiza aportaciones para contribuir a la mejora de su entorno inmediato, los quince indicadores evidencian lo siguiente:

- Inversiones que realice la empresa para impulsar el desarrollo de la comunidad.
- Nivel de comunicación con la comunidad y forma de vinculación con la misma.
- Apoyo con recursos financieros y no financieros.
- Actividades sociales y programas para el beneficio de la comunidad.
- Trabajo voluntario e interés por evitar o remediar impactos negativos de la empresa.

Cuidado y Preservación de Medio Ambiente

Las preguntas relacionadas con esta área así como su codificación se muestran en la Tabla 3.

Se pretende conocer el grado de compromiso de la empresa con el cuidado y preservación del Medio Ambiente, sus indicadores miden lo siguiente:

- Cumplimiento de la legislación ambiental vigente en la zona en la que opera la empresa.
- Existencia de políticas y programas desarrollados por la empresa para contribuir al cuidado y preservación del medio Ambiente.
- Participación de los empleados para la mejora en el aprovechamiento de los recursos y la reducción de impactos negativos.
- Existencia de un análisis y divulgación del ciclo de vida de su producto o servicio.

Tabla 3. Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

Código	Pregunta
MA1	Realiza una "Auditoría Verde" (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.
MA2	Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos de instalaciones y oficinas.
MA3	Opera sistemas que disminuyan las emisiones contaminantes que produce.
MA4	Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.
MA5	Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra.)
MA6	Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.
MA7	Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables.
MA8	Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).
MA9	Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).
MA10	Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.
MA11	Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.
MA12	Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.
MA13	Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.
MA14	Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.
MA15	Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.

Fuente: Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., (2011).

Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders)

Las preguntas relacionadas con esta área así como su codificación se muestran en la Tabla 4.

Los indicadores expresados en esta área buscan determinar si la empresa se relaciona de manera justa y solidaria con todos los involucrados, los quince indicadores evidencian lo que se resume a continuación:

- Cumplimiento de obligaciones con el Gobierno.
- Relación entre la empresa y sus proveedores.
- Nivel de satisfacción de los clientes.
- Políticas de respeto a la competencia.

Tabla 4. Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados.

Código	Pregunta
RI1	Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.
RI2	Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.
RI3	Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.
RI4	Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción.
RI5	Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores.
RI6	Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.
RI7	Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.
RI8	Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.
RI9	Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.
RI10	Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.
RI11	Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.
RI12	Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios).
RI13	Cuenta con mecanismos, a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).

RI14	Cuenta con una política de respeto a los competidores.
RI15	Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).

Fuente: Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., (2011).

Selección de la muestra

El criterio de selección de las empresas a las que se les aplicó el instrumento, fue a juicio de los investigadores, tomando como principal condición el acceso a la información y la garantía de fiabilidad de la misma; otro criterio fue el de su ubicación. Se logró analizar un conjunto de 25 empresas ubicadas en el Valle de los Chillos. Estas empresas tienen diferentes giros de negocio entre sí por lo que representan adecuadamente a las típicas empresas que se encuentran en el sector. Todas las empresas encuestadas pertenecen al sector de los servicios, entre los que se destacan las del sector de alimentos, el sector educativo y en el sector de transporte.

El promedio de las 25 empresas en número de empleados es de 30,84; las empresas que se encuentran por encima de este promedio representan el 32% del total.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador cuando una empresa supera los 20 empleados, pero no sobrepasa los 100 es considerada como una mediana empresa, de las 25 empresas el 56% son consideradas como medianas empresas y el 44 como pequeñas.

Validación de la encuesta

Una vez aplicada el cuestionario descrito a la muestra que se seleccionada para el estudio Valle de los Chillos, es importante demostrar que los encuestados proporcionaron juicios válidos acerca de las preguntas que se les realizaron. Para ello se utiliza el estadístico Alfa de Cronbach, el cual demuestra que existe fiabilidad en el llenado de un cuestionario si existe una coherencia de respuesta por parte de los encuestados ante un conjunto de preguntas relacionadas. Por tanto, se le realiza un análisis de fiabilidad a cada área de preguntas debido a que constituyen un grupo de preguntas relacionadas entre sí.

El análisis se realiza con el software IBM SPSS Statistics versión 22. Según estudios el Alfa de Cronbach debe de ser superior a 0,7 para que se consideren fiables las respuestas de un cuestionario. En la Tabla 5 se muestra que para los cuatro constructos de variables formados por 15 ítems cada uno, el valor del estadístico Alfa de Cronbach es superior a 0,7 lo que demuestra que la

encuesta es estadísticamente fiable y sus resultados se pueden utilizar para arribar a conclusiones a partir del análisis de sus variables.

Tabla 5. Validación de la fiabilidad de la encuesta.

Item	Alfa de Cronbach
Calidad de Vida en la Empresa	0,906
Compromiso con la Comunidad	0,953
Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	0,951
Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados	0,938

Análisis de las variables del cuestionario

Una vez comprobada la fiabilidad de las respuestas a los cuestionarios se procede a realizar un análisis de sus resultados. Una representación de los promedios de las cuatro áreas se muestra en la Figura 1.

Al analizar los resultados de las áreas se evidencia en ningún caso el promedio alcanza los 3,5 puntos esto demuestra que como promedio las empresas del Valle de los Chillos encuestadas presentan entre valores bajos y medios sus puntuaciones.

También se evidencia que los indicadores mejor puntuados son la Calidad de Vida y la Competitividad y Relación con sus involucrados, demostrando que la RSE en las empresas estudiadas se encuentra enfocada en el marco interno de la empresa, y sus relaciones inmediatas, siendo menos importante para ellas su compromiso con la comunidad.

En similitud con el compromiso con la comunidad, el área medioambiental presenta un promedio bajo; sin embargo, el hecho de que las empresas sean del sector de los servicios, repercute en que no tengan políticas y estrategias medioambientales profundas.

Sin lugar a dudas esta variable tiene mayor impacto en las empresas manufactureras debido a los procesos de transformación de materiales donde generalmente ocurren mayores gastos de energía, se pueden utilizar materiales peligrosos o contaminantes del medio ambiente; así como una mayor probabilidad de verter desechos.

En esta figura se observa también que como promedio las empresas medianas presentan un ligero avance en todos los indicadores de la RSE respecto a las empresas clasificadas como pequeñas. Las mayores diferencias se muestran en el área de la Calidad de Vida y de las Relaciones con los grupos de Interés.

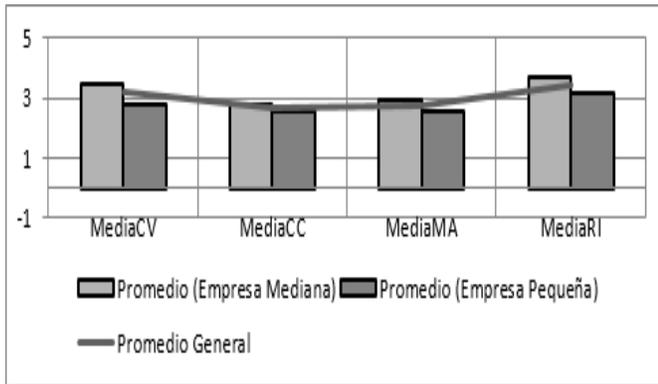
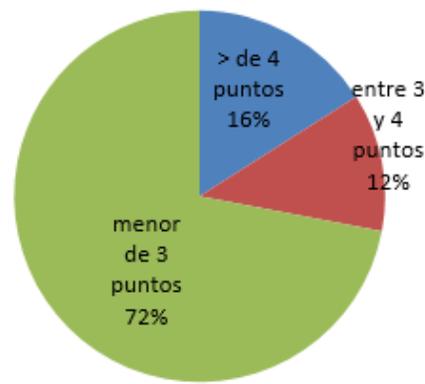


Figura 1. Promedio de los indicadores de la encuesta.

Para analizar la cantidad de empresas con mejores puntuaciones en el instrumento utilizado para medir el nivel del desempeño de la RSE se muestra la figura x. en ella se separan las empresas con más de cuatro puntos de promedio, entre tres y cuatro puntos y aquella cantidad que presentan puntuaciones por debajo de tres puntos. Se puede observar en la Figura 2 a) que en el rubro de calidad de vida, el 12% de las empresas presentan un promedio alto y el 44% medio. Sin embargo, en el de compromiso con la comunidad hay un mayor número de empresas que poseen valores altos, el 16% (Figura 2 b), pero una parte mayoritaria de las empresas tienen puntuaciones bajas menores a tres puntos, esto hace que el promedio sea inferior a la puntuación de calidad de vida. De esta misma forma se analizan las otras dos áreas de la RSE, (Figura 2 c y Figura 2 d) siendo el de relaciones con los grupos de interés la que mejores resultados presenta, con el mayor porcentaje de empresas con altos valores y la que menos empresas tienen con valores bajos. Lo que demuestra que es el indicador con mayor avance de todos.



b) Compromiso con la comunidad.



c) Medio Ambiente



d) Relaciones con los grupos de interés



a) Calidad de Vida

Figura 2. Análisis de las empresas en grupos de puntuaciones de la encuesta.

Análisis de los resultados de los promedios por preguntas de la encuesta

En el área de calidad de vida el promedio de los quince indicadores es de 3,2 evidenciando que si existe ética en las operaciones de las empresas y un razonable nivel de interés por el bienestar de las personas que conforman las mismas, en el Figura 3 se puede observar

que los tres primeros indicadores (CV1-CV3) sobrepasan el promedio, estos indicadores se refieren a contar con un código de ética empresarial, a desarrollar políticas que contribuyan a cumplir dicho código y a fomentar el trabajo en equipo; los siguientes tres indicadores (CV4-CV6) tienen puntuaciones por debajo del promedio evidenciando falencias de las empresas para recibir sugerencias y quejas de sus empleados; en no contar con programas que ayuden la mejora de la calidad de vida de los mismos y falencias en temas de seguridad y salud en el trabajo; los cinco indicadores siguientes (CV7-CV11) se encuentran por encima del promedio evidenciando un mayor nivel de compromiso de las empresas en temas de capacitación al personal y equidad en las contrataciones. Por último, los promedios de los cuatro indicadores finales (CV12-CV15) se sitúan por debajo del promedio, siendo los aspectos de clima organizacional, horarios flexibles y programas de reconocimientos a empleados los que necesitarían un mayor refuerzo.

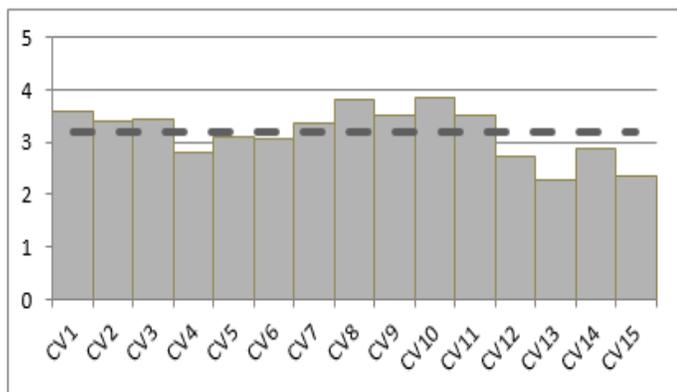


Figura 3. Promedio de los indicadores de calidad de vida.

En el área de compromiso con la comunidad el promedio de los quince indicadores es de 2,67 (Figura 4), relativamente inferior al indicador de Calidad de vida; 6 indicadores sobrepasan ligeramente el promedio (CC2, CC3, CC4, CC7, CC12, CC15) indicando que aspectos como el dialogo y contribución al desarrollo de la comunidad tienen un mayor apoyo de las empresas; también que si se realizan donativos y se desarrollan programas de vinculación y actividades sociales en beneficio de la comunidad; mientras que los demás indicadores se encuentran por debajo del promedio evidenciando la falta de investigación por parte de las empresas para conocer las costumbres y la peculiaridades de la comunidad en la que operan, además la falta de apoyo de las empresas con recursos no financieros al desarrollo de la comunidad, el no contar con convenios con organizaciones sociales y finalmente no promover acciones en conjunto de todos los involucrados con las empresas.

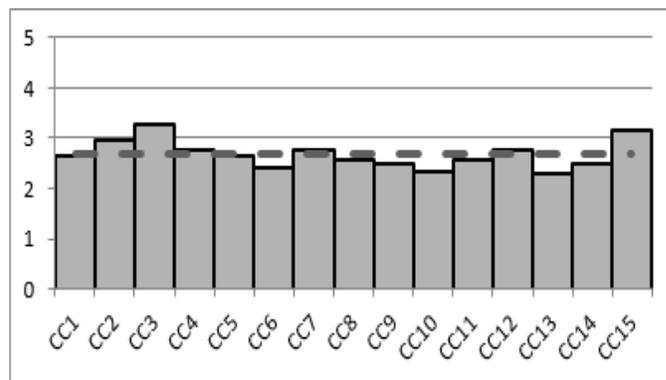


Figura 4. Promedio de los indicadores de compromiso con la comunidad.

Los 15 indicadores del área de cuidado y preservación del medioambiente tiene un promedio de 2,75 (Figura 5); en este caso seis indicadores (MA2, MA8, MA9, MA10, MA11 Y MA14) sobrepasan dicho valor; siendo los indicadores mejor puntuados MA10 Y MA11, los cuáles hacen referencia a que las empresas mantiene sus maquinarias, equipos y transportes en niveles adecuados para la prevención de contaminación y además donan sus excedentes de mobiliario y equipo; los indicadores restantes que también se sitúan por encima del promedio evidencian que existe compromiso en reducir los consumos de recursos de materia prima o energéticos que demandan sus procesos, además compromisos en generar sistemas de comunicación electrónicos o cero papeles, y programas concretos para el cuidado y preservación del Medio Ambiente.

Por otro lado, los indicadores situados por debajo del promedio evidencian la falta de auditorías internas verdes que generen un diagnóstico de la situación actual de las empresas en lo que se refiere a generación de aspectos ambientales; tampoco es fuerte el compromiso de las empresas en certificarse bajo normas de gestión ambiental, siendo comprensible por suponer una inversión importante por parte de las empresas.

Se evidenció también que las empresas no cuentan con aparatos para disminuir las emisiones contaminantes de sus procesos y que los clientes no tienen un conocimiento general del ciclo de vida del producto o servicio que están adquiriendo un; tampoco se evidencio compromiso por parte de las empresa en adquirir insumos reciclables y biodegradables, como tampoco incentivar a sus empleados a generar alternativas menos contaminantes dentro de los procesos en los que se desenvuelven; finalmente las empresas no realizan una discriminación de responsabilidad ambiental de sus proveedores.

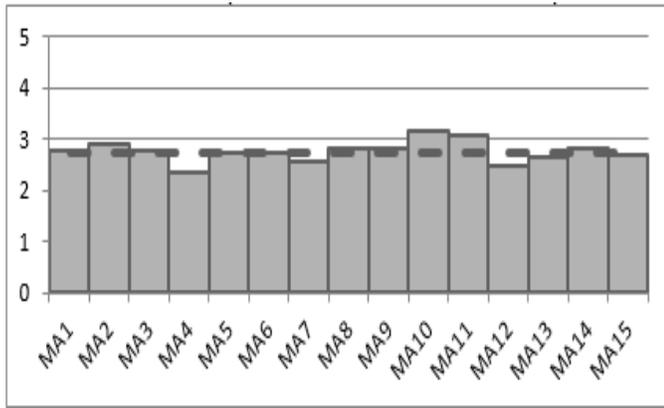


Figura 5. Promedio de los indicadores de preservación y cuidado al medio ambiente.

El área de competitividad y relación con sus involucrados (Figura 6) es la que cuenta con un mayor promedio general que todas las demás áreas de análisis, teniendo un promedio de 3,46; en este caso los indicadores que se sitúan por encima del promedio son 7 (RI1, RI2, RI4, RI8, RI9, RI10 Y RI15) a partir de los cuales se puede inferir que las empresas cumplen a tiempo con sus obligaciones fiscales y gubernamentales, además que verifican que no existan en sus establecimientos situaciones de corrupción, también las empresas tienen el interés de entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes y les garantizan honradez en sus compras cumpliendo con sus ofrecimientos publicitarios. Las empresas si informan interna y externamente sus logros y retos.

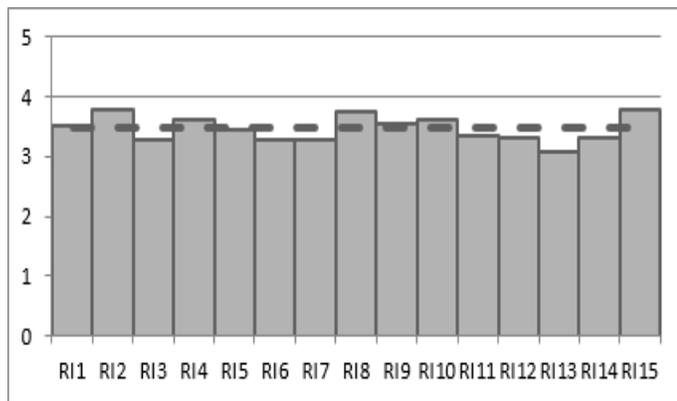


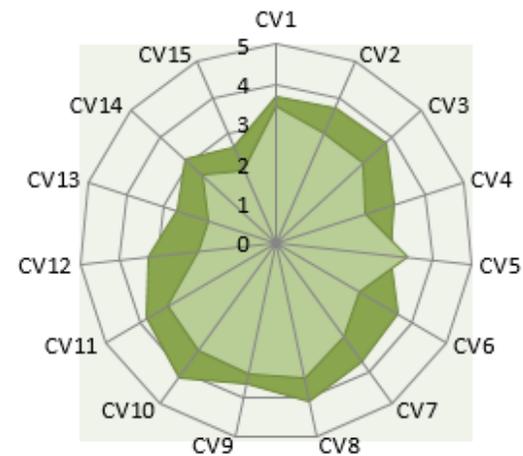
Figura 6. Promedio de los indicadores de competitividad y relaciones con los involucrados.

De los indicadores por debajo del promedio se evidencian falta de políticas de equidad en selección y pago a sus proveedores ni contar con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de los mismos. Existen también falencias en garantizarla calidad en función del precio de sus productos y servicios. Finalmente se

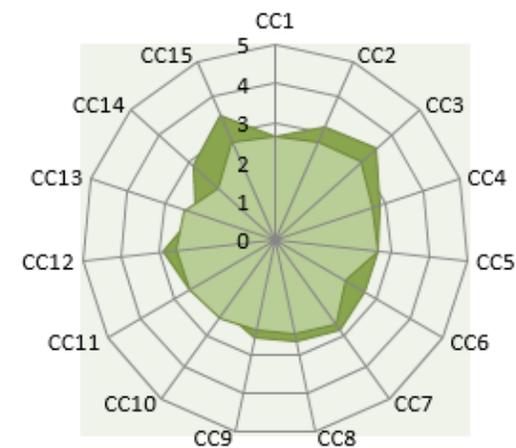
evidencia que las empresas no cuentan con políticas que promuevan el respeto a sus competidores.

Diferencias entre las empresas medianas y pequeñas en los indicadores de la RSE

En términos generales se evidencia en la investigación que las empresas estudiadas en el Valle de los Chillos presentan un avance medio en la aplicación de los conceptos de RES, fundamentalmente guiados hacia una buena atención al cliente y a sus trabajadores; sin embargo, presentan valores medios en lo referido a los compromisos con la comunidad y a la atención del medioambiente. Es también de interés demostrar si existe alguna diferencia entre los grupos de empresas pequeñas y medianas, por lo que se analizan los promedios de ambos grupos. En la Figura 7 se muestran los promedios divididos por grupos de empresa, de color oscuro el grupo de las medianas evidencia un mayor avance que las empresas consideradas pequeñas de color claro.



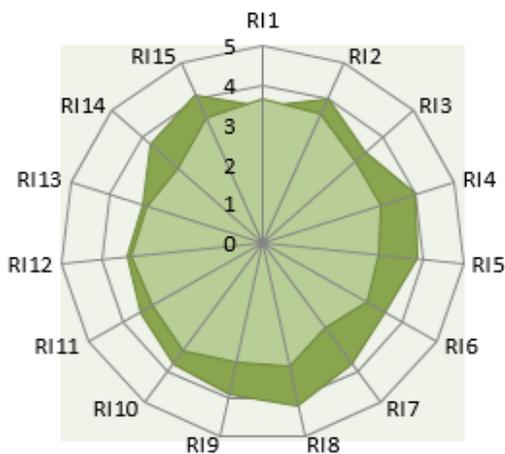
a) Calidad de vida.



b) Compromiso con la comunidad.



c) Cuidado y preservación del medio ambiente.



d) Competitividad y relación con sus involucrados.

Figura 7. Comparación entre pequeñas y medianas empresas.

En el área de Calidad de vida Figura 7a) en casi todas las variables las empresas medianas presentan una mayor puntuación, con excepción de la pregunta CV5, evidenciando que las empresas pequeñas presentan una mejor atención a sus empleados en cuanto a tener programas que superen las leyes de trabajo. Similarmente en cuanto al compromiso con la comunidad las empresas medianas presentan una mejor puntuación que las pequeñas aunque la diferencia entre ellas es menor que respecto a la calidad de vida, en la Figura 7 b) se muestra como existen dos preguntas, la CC1 y la CC11 que presentan promedios muy similares y dos preguntas en la que las pequeñas empresas tienen puntuaciones superiores a las medianas, la CC13 y la CC10 que demuestran un poco de mayor intención a presentar programas y destinar presupuesto a cierto apoyo a la comunidad, sin embargo se puede notar que sus puntuaciones en ambas preguntas son bajas, por

debajo de tres puntos como promedio.

Respecto al área de la gestión medioambiental (Figura 7c), en todos los aspectos que la miden las empresas medianas superan a las pequeñas, lo que demuestra que el tamaño de la empresa obliga a tener en cuenta más este aspecto. En cuanto a la competitividad y relaciones con los involucrados, (Figura 7 d), se muestra como la diferencia entre las medianas empresas y las pequeñas es notable, debido al volumen y tamaño de las interacciones y a las posibilidades de competencia que tienen las empresas de mayor tamaño. Aunque, como promedio las empresas pequeñas velan en mayor medida por la ética al tener esa función en cuenta entre las responsabilidades de los gestores.

CONCLUSIONES

En la literatura se evidencia un marcado interés por la RSE como vía para aportar al desarrollo sostenible. Sin embargo, este fenómeno no se evidencia de igual manera en las distintas regiones. Latinoamérica, presenta avances en este sentido, fundamentalmente a partir de reformas en las leyes y constituciones realizadas en la primera década del siglo XXI. Todavía se evidencian brechas importantes fundamentalmente en la visión del compromiso social y del medioambiente, siendo el punto más trabajado el de los derechos laborales y la calidad de vida de los trabajadores.

En el estudio realizado a 25 empresas PyMEs del Valle de los Chillos se demuestra que este grupo de empresas presentan características similares a las demostradas por otros estudios realizados en Latinoamérica. En general se evidencia que las empresas presentan un nivel de medio a bajo en el desarrollo de políticas y acciones coherentes con la RSE. Las áreas más notables son la calidad de vida de los trabajadores, fuertemente marcada por el cumplimiento de esas normas y leyes que en este sentido se han venido promoviendo en el Ecuador y también hacia la competitividad y relaciones con las partes interesadas. En este sentido las áreas de compromiso social y protección al medioambiente se encuentran en un nivel menor.

Es también notable que el tamaño de las empresas influye en el reconocimiento y aplicación de políticas de RSE. En este estudio de forma general las empresas de tipo mediana estudiadas presentan mejores puntuaciones en la mayoría de las variables que las empresas de tamaño pequeño. Este estudio permite establecer un punto de partida para trazar estrategias para lograr una mayor promoción de las buenas prácticas de RSE, así como presentar modelos de gestión responsables enfocados en las PyMEs.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barba Bayas, D. (2015). Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba. Revista CIENCIA UNEMI, 8(15), 50–58. Recuperado de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/199>
- Camacho Villegas, N. E. (2014). Responsabilidad social empresarial, RSE en las Pymes: estudio en el Distrito Metropolitano de Quito. (Tesis de maestría). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Comisión Europea. (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado de <https://observatoriorsc.org/estrategia-renovada-de-la-ue-para-2011-2014-sobre-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- Costa Ruiz, M. P., Armijos Buitrón, V. A., Paladines Benítez, J. E., & Martínez, V. A. (2015). Estudio empírico sobre el estado y tendencias de la responsabilidad social corporativa en Ecuador mediante el análisis de caso del cantón de Loja. Redmarka: Revista Académica de Marketing Aplicado, (15), 43–67. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5355595.pdf>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. Environmental Quality Management, 8(1), 37–51. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/9ae6/e83cfc77c660900aee8a2982e045700126e.pdf>
- Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C. (2011). Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas. Recuperado de http://www.fechac.org/pdf/instrumento_de_autodiagnostico_de_rse_para_las_empresas.pdf
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., Lechuga Sanchó, M. P., & Martínez-Martínez, D. (2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. Revista de Contabilidad, 19(1), 31-44. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3597/359744749004.pdf>
- Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., & Vidal, C. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. Información Tecnológica, 28(4), 93–102.
- Villacís Laínez, C. A., Suarez Nuñez, Y. F., & Güillín Llanos, X. M. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. Revista Publicando, 3(8), 452–466. Recuperado de <https://rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/295>
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.