



**República del Ecuador**  
**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**  
**Facultad de Posgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:**  
**Administración de Empresas**

**Tema de Tesis:**  
**Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES**  
**del sector manufacturero de Guayaquil.**

**Autora:**  
**Ing. Shirley Tatiana Antepara de la Ese**

**Director de tesis:**  
**Ing. Carlos Redroban Ortiz, MBA**

**Marzo 2023**  
**Guayaquil – Ecuador**

## **Declaración expresa**

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al autor.

.....  
**Ing. Shirley Tatiana Antepara de la Ese**

## Dedicatoria

Dedico esta tesis principalmente al ser supremo **DIOS** por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder vencer los obstáculos presentados en lo largo de mi maestría y poder culminar con éxito.

Con mucho amor y cariño a mi esposo **Jaime** y a un ser maravilloso que DIOS me pudo dar mi hija **Luciana** quienes me supieron entender, comprender y apoyar incondicionalmente.

Con mucho cariño principalmente a mis padres **Alejandrina** y **Anilo** que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me han ayudado a salir adelante buscando el mejor camino siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor.

De igual forma, a mis hermanas por apoyarme siempre incondicionalmente, darme un empujón para alcanzar esta meta las quiero mucho.

Además, les dedico a mis suegros **Inés** y **Jaime**; a mi cuñada **Mildred** quienes me supieron dar su apoyo sin interés alguno.

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a Dios, por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos de debilidad, a mi esposo e hija por su apoyo en la elaboración de este trabajo. A la UTEG y sus profesores, por su orientación, supervisión y seguimiento continuo de mi tesis, mi más extensa gratitud a todos ellos.

## Resumen

La presente investigación planteó el siguiente problema ¿Cómo influye la falta de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil? Se planteó el siguiente objetivo, diseñar una propuesta de plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil. Se aplicó la metodología descriptiva, cuantitativa, documental, de campo, con utilización del cuestionario de encuesta aplicado a muestra de 335 representantes de PYMES manufactureras, cuyos resultados manifestaron que, la industria representa el 10% de las PYMES, los sectores que más sufrieron por la pandemia, fueron la fabricación de equipos de transporte, que tuvo un descenso del 19,3%, mientras que, la producción maderera también disminuyó 12,5%, en cambio, la producción cacaoera cayó 6,2%, mientras que, los sectores fabriles ganadores en 2020 y 2021, fueron: industria de pescado, con crecimientos de 18,2%-16,2%, caucho-plástico (10,7%-14,6%), camaronera (15,1%-3,3%); y, productos alimenticios (15,7%-5,7%). Se observaron incumplimientos mayores al 40%, en componentes de RSE, inherentes a gobernanza, políticas de derechos humanos, protección ambiental y participación activa en comunidad. Se propuso un plan estratégico de RSE para potencializar el crecimiento económico PYMES manufactureras locales, que contempló la conformación de una organización responsable en RSE, fortalecimiento de comunicación con partes interesadas, capacitación del personal en esta materia, estrategias de Marketing para difusión del modelo RSE, por medios digitales y fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, requiriendo presupuesto unitario de \$13.800,00. En conclusión, la aplicación del plan estratégico de RSE incidirá en crecimiento económico de PYMES manufactureras locales.

**Palabras claves:** Plan estratégico, Responsabilidad Social Empresarial, crecimiento, PYMES, manufactura.

## Abstract

The present investigation raised the following problem: How does a strategic plan of corporate social responsibility influence the economic growth of manufacturing SMEs in Guayaquil? The following objective was raised, to determine the incidence of a strategic CSR plan in the economic growth of manufacturing SMEs in Guayaquil in the last five years. The descriptive, quantitative, documentary, field methodology was applied, using the survey questionnaire applied to a sample of 335 representatives of manufacturing SMEs, whose results showed that the industry represents 10% of SMEs, the sectors that suffered the most from the pandemic, were the manufacture of transport equipment, which had a decrease of 19.3%, while wood production also decreased 12.5%, on the other hand, cocoa production fell 6.2%, while, Winning manufacturing sectors in 2020 and 2021 were: fish industry, with growth of 18.2%-16.2%, rubber-plastic (10.7%-14.6%), shrimp (15.1%-3 ,3%); and, food products (15.7%-5.7%). Non-compliances greater than 40% were observed in CSR components, inherent to governance, human rights policies, environmental protection and active participation in the community. A strategic CSR plan was proposed to enhance the economic growth of local manufacturing SMEs, which included the creation of an organization responsible for CSR, strengthening of communication with interested parties, training of personnel in this matter, marketing strategies for the dissemination of the CSR model, by digital means and strengthening of the technological infrastructure, requiring a unit budget of \$13,800.00. In conclusion, the application of the CSR strategic plan will affect the economic growth of local manufacturing SMEs.

**Keywords:** Strategic plan, Corporate Social Responsibility, growth, SMEs, manufacturing.

## Índice General

Declaración expresa .....	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento .....	III
Resumen .....	IV
Abstract .....	V
Índice General.....	VI
Índice de Tablas.....	IX
Índice de Figuras.....	X
Índice de Anexos.....	XI
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	3
1.1. Antecedentes de la investigación .....	3
1.2. Planteamiento del problema de investigación .....	5
1.2.1. Formulación del problema .....	6
1.2.2. Sistematización del problema.....	6
1.3. Objetivos de la Investigación .....	8
1.3.1. Objetivo general .....	8
1.3.2. Objetivos específicos.....	8
1.4. Justificación de la investigación .....	8
1.5. Marco referencial de la investigación .....	9
1.5.1. Responsabilidad Social Empresarial .....	10
1.5.1.1. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	10
1.5.1.2. Responsabilidad corporativa en la historia.....	11
1.5.1.3. Tipos de responsabilidad corporativa para una empresa.....	12
1.5.1.4. Construyendo un negocio socialmente responsable .....	13
1.5.1.5. Responsabilidad social en la práctica .....	14
1.5.1.6. Otras campañas de responsabilidad corporativa .....	15
1.5.1.7. Informes de responsabilidad corporativa.....	16
1.5.1.8. Enfoques de RSE.....	17
1.5.1.9. Análisis coste-beneficio.....	17
1.5.1.10. Iniciativas sociales corporativas .....	18
1.5.1.11. Diferenciación de marca.....	19

1.5.1.12.	Ética y Filantropía vs. Responsabilidad Social Empresarial.....	21
1.5.1.13.	Estrategias de responsabilidad corporativa.....	21
1.5.1.14.	Ejemplos de iniciativas de responsabilidad social empresarial .	22
1.5.2.	PYMES .....	24
1.5.2.1.	Concepto de PYMES .....	24
1.5.2.2.	Importancia de las MIPYMES en la matriz productiva .....	25
1.5.2.3.	Clasificación de las MIPYMES .....	26
1.5.2.4.	Problemas que enfrentan las PYMES .....	27
1.5.3.	Plan estratégico .....	28
1.5.3.1.	Concepto de plan estratégico.....	29
1.5.3.2.	Análisis FODA.....	30
1.5.3.3.	Factores externos e internos en la organización .....	31
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO .....		33
2.1.	Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación .....	33
2.1.1.	Tipo de diseño .....	33
2.1.2.	Alcance de la investigación .....	33
2.1.3.	Enfoque de la investigación.....	34
2.2.	Métodos de investigación .....	34
2.3.	Unidad de análisis .....	34
2.3.1.	Población.....	35
2.3.2.	Muestra .....	35
2.4.	Variables: .....	36
La presente investigación se realizará en función de dos variables:.....		36
2.5.	Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de la información....	37
2.5.1.	Técnicas de investigación para la recolección de información .....	37
2.5.2.	Instrumento de recopilación de información .....	38
2.6.	Tratamiento de la información .....	38
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		40
3.1.	Análisis de la situación actual.....	40
3.2.	Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas .....	44
3.3.	Presentación de resultados .....	46
3.3.1.	Resultados de las encuestas aplicadas a los representantes de PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil .....	47
3.3.2.	Discusión de resultados .....	61



CAPÍTULO IV. PROPUESTA.....	64
4.1. Justificación.....	64
4.2. Propósito general .....	65
1.5.4. Objetivos específicos.....	65
4.3. Desarrollo .....	65
4.3.1. Análisis externo de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil....	65
4.3.1.1. Factores Políticos.....	66
4.3.1.2. Factores Económicos.....	66
4.3.1.3. Factores Sociales.....	70
4.3.1.4. Factores Ecológicos .....	71
4.3.1.5. Factores Legales.....	71
4.3.1.6. Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter .....	72
4.3.1.7. Clientes .....	72
4.3.1.8. Proveedores .....	73
4.3.1.9. Productos sustitutos .....	74
4.3.1.10. Competidores actuales y potenciales .....	75
4.3.1.11. Matriz MEFE .....	76
4.3.2. Análisis interno de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.....	78
4.3.2.1. Capacidad directiva .....	78
4.3.2.2. Capacidad de talento humano.....	79
4.3.2.3. Capacidad financiera.....	79
4.3.2.4. Capacidad tecnológica .....	80
4.3.2.5. Matriz MEFI .....	80
4.3.3. Matriz FODA aplicada a PYMES del sector manufacturero Guayaquil. ....	82
4.3.4. Plan estratégico para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil. ....	84
4.4. Presupuesto .....	88
4.5. Cronograma .....	90
4.6. Financiamiento .....	92
CONCLUSIONES .....	93
RECOMENDACIONES .....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95
ANEXOS .....	102

## Índice de Tablas

Tabla 1. Cuadro de congruencia metodológica.....	7
Tabla 2. Operacionalización de variables .....	36
Tabla 3. Producto Interno Bruto (PIB) anual. Millones de dólares. Años 2010-2020.....	40
Tabla 4. Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.....	43
Tabla 5. Composición de PYMES manufactureras de Guayaquil, según la variación del PIB anual. En porcentajes. Años 2019-2021. ....	45
Tabla 6. Ingresos per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares. ....	59
Tabla 7. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.....	60
Tabla 8. Cálculo del coeficiente de Pearson .....	61
Tabla 9. Composición de PYMES manufactureras de Guayaquil, según la variación del PIB anual. En porcentajes. Años 2019-2021. ....	68
Tabla 10. Participación de PYMES por actividad económica en el 2022 .....	75
Tabla 11. Matriz MEFE de PYMES manufactureras .....	77
Tabla 12. Matriz MEFI de PYMES manufactureras.....	81
Tabla 13. Matriz FODA de PYMES manufactureras .....	83
Tabla 14. Plan estratégico de RSE para PYMES manufactureras.....	84
Tabla 15. Presupuesto del plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil .....	89
Tabla 16. Cronograma del plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil. Año 2023.....	91

## Índice de Figuras

Figura 1. Clasificación de las MIPYMES.....	27
<i>Figura 2. Producto Interno Bruto (PIB) anual. Millones de dólares. Años 2010-2020.....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 3. Producto Interno Bruto (PIB) trimestral. En millones de dólares de 2007. Años 2019–2021.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 4. Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 5. Composición de las PYMES de Guayaquil. En Porcentajes.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 6. Organización.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 7. Gobernanza de la organización.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 8. Derechos humanos.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 9. Prácticas laborales.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 10. Medio ambiente.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 11. Prácticas justas de operación.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 12. Asuntos de consumidores.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 13. Participación activa y desarrollo de la comunidad.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 14. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 15. Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 16. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.....</i>	<i>69</i>

## Índice de Anexos

ANEXO 1. Formulario de encuestas dirigidas a los representantes de las PYMES manufactureras de Guayaquil.....	103
---	-----

## INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas, por su denominación PYME, se refieren a establecimientos económicos que mantienen ingresos, activos, así como una cantidad de trabajadores por debajo de lo que establece la ley, para ser considerada una gran empresa, sin embargo, cada nación puede tener una noción diferente del significado de una PYME, porque es necesario que se cumplan con estos criterios de ingresos, tamaños y activos, para operar bajo esa modalidad (INEN, 2022).

Sin importar su tamaño, las PYMES representan uno de los pilares de la economía de un país, porque generan fuentes de trabajo, dinamizan la economía, pero, sobre todo, porque generan la satisfacción de muchas necesidades humanas, por ello, es necesario que el estado pueda brindar las condiciones suficientes para el desarrollo de este sector, que para muchos países ha sido vital en su proceso (López J. &., 2018).

De esta manera, las PYMES forman parte de un conglomerado de empresas con gran potencial para aportar al crecimiento económico de una localidad o estado, las cuales, a pesar de tener menor producción e ingresos que las compañías situadas entre las grandes empresas, tienen una gran influencia en el desarrollo de un país y en el bienestar de la comunidad, razón por la cual, deben seguir los mismos pasos que las organizaciones de mayor tamaño, para mantenerse en el mercado, siendo uno de los requisitos asociados con las PYMES, la responsabilidad social.

En sí, la responsabilidad social surge como un componente novedoso en la microeconomía, que está tratando de fomentar la toma de conciencia en los accionistas, inversionistas y directivos de las organizaciones del sector productivo, para que a través de sus actividades, pueden demostrar su contribución a la sociedad (Fundación Ecología y Desarrollo, 2014), la cual a pesar de que se encuentra implícita en su implementación y crecimiento, sin embargo, muchas veces sufre tergiversaciones, debido a que no se ha podido

demostrar el aporte de una empresa a la sociedad, en este caso, en clara referencia a las PYMES.

Por otra parte, un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es muy importante, porque permite que las PYMES manufactureras incorporen en sus políticas y objetivos organizacionales, el modelo de RSE, para potenciar su competitividad y productividad, de modo que puedan satisfacer las necesidades de sus clientes, de la sociedad en general, generar mayor estabilidad laboral y fomentar un mayor desarrollo económico de este sector productivo, de gran relevancia en la transformación de la matriz productiva.

# CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

## 1.1. Antecedentes de la investigación

Se revisó el artículo de González et al. (2022), que tuvo el objetivo de explorar cómo se encuentra la responsabilidad social corporativa, según la percepción de los consumidores de los bienes que elaboran los supermercados del centro sur chileno. La metodología empleada se basó en un enfoque cuantitativo, descriptivo, análisis factorial exploratorio y de clúster. Se encontró como resultados, diferencias estadísticamente significativas en diversos grupos considerados en el estudio, obteniéndose un alfa de Cronbach de 0,94, con mayor puntuación en el componente ético-legal, que obtuvo 0,94 de alfa de Cronbach. En conclusión, los consumidores estiman que los supermercados sí son socialmente responsables.

Se revisó la investigación de Barbosa et al. (2021), que tuvo el propósito de diseñar un plan estratégico empresarial en la IPS Renacerá, perteneciente a la ciudad de Villavicencio, Colombia. Como metodología, se aplicó un estudio observacional, cualitativo, interpretativo, documental, con visitas de campo y la elaboración del modelo con fundamento en la norma ISO 26000. Los resultados indicaron que, una RSE es un mecanismo que despierta el interés de las organizaciones económicas, para potenciar su reputación y lograr la fidelización de los clientes, minimizando costes. En conclusión, la construcción de un plan estratégico empresarial para la IPS Renacerá, mejorará la participación de la empresa, a favor de los grupos de interés (*stakeholders*), para cumplir con los propósitos de la norma ISO 26000.

Se revisó el artículo elaborado en Perú, por Valencia y Janqui (2022), que tuvo el propósito de analizar el impacto que ha tenido la RSE como mecanismo para enfrentar las consecuencias de la pandemia en las naciones latinoamericanas. La metodología aplicada fue la PRISMA, empleando la revisión sistemática de más de 20 artículos de bases de datos científicas. Los resultados evidenciaron que 52% de artículos fueron cuantitativos y aplicaron la encuesta y la

correlación para determinar los hallazgos, mientras que 19% fueron cualitativos y 29% fueron mixtas. Se concluyó que, la implementación de la RSE puede generar mayor crecimiento económico, porque contribuye a una mayor productividad y rentabilidad de las organizaciones, para aportar a su sostenibilidad, favoreciendo al respeto a los recursos del entorno natural, para la preservación y conservación de la naturaleza.

Se revisó la investigación de Álvarez et al. (2021), que tuvo como objetivo determinar cómo incide la RSE en la competitividad de las PYMES de la localidad de Riobamba. Se aplicó la metodología cuantitativa empleando un cuestionario, con una muestra de 198 PYMES, empleando el coeficiente de alfa de Cronbach. Los resultados demostraron un alto nivel de correlación con las variables RSE y competitividad, con un alfa de Cronbach de 0,7, con una media de 3,891. En conclusión, la RSE aportó casi siempre a la competitividad de estas empresas.

Se revisó la investigación de Padilla y Gutiérrez (2022), que tuvo el objetivo de conocer el grado de prácticas de RSE en las PYMES de compra y venta de materiales para la construcción, en Santa Elena. Se realizó la investigación cuantitativa, a muestra de 54 PYMES comerciales, a cuyos representantes se encuestó. Los resultados obtenidos demostraron prácticas legales y económicas, aplicadas por las PYMES, según las regulaciones gubernamentales y normativas de RSE, no así, las dimensiones éticas y discrecionales, reflejando una debilidad en la cultura organizacional y valores de estas organizaciones. En conclusión, la dimensión discrecional fue la menos aplicada.

Se revisó la investigación de Quimí y Zambrano (2021), que tuvo el objetivo de construir una hoja de ruta para la aplicación de un programa que permita implementar una cultura de responsabilidad social en las PYMES logísticas portuarios de Guayaquil. La metodología fue de campo, cuyos resultados evidenciaron que la RSE debe enfatizar en el bienestar de los clientes (40%) y en menor medida, de los trabajadores (34%) y la comunidad (14%). En



conclusión, se requiere implementar un programa que pueda crear una cultura de RSE en las PYMES.

## **1.2. Planteamiento del problema de investigación**

La principal problemática que se pretende analizar en la investigación, radica en la falta de planes estratégicos en las empresas, para implementar los principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), por ello, en este trabajo investigativo se debe determinar la incidencia de este problema, en el crecimiento económico de las PYMES, del sector manufacturero de Guayaquil, uno de los sectores que mayor impacto negativo sufrió, por causa de las restricciones de movilidad de la pandemia y la crisis que ocasionó este evento, en la economía de las familias ecuatorianas (Maldonado, 2022).

A pesar que el presente tema está asociado al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8, incorporado a la Agenda 2030, que se refiere al trabajo digno y crecimiento económico, debido a la presencia de una variable asociada al crecimiento económico, la problemática radica principalmente en la falta de planes estratégicos de RSE, en donde también pueden incluirse los ODS 1 sobre el fin de la pobreza, el ODS 10 sobre la reducción de la inequidad, el ODS 11 sobre la sostenibilidad de las comunidades, el ODS 13 sobre la acción por el clima, entre las más relevantes, fines que deben cumplir las PYMES en su accionar, pero que al no contar con un plan estratégico de RSE, no pueden comprobarlo (ONU, 2022).

A nivel de Latinoamérica, se ha podido conocer un grave impacto negativo en la economía de las PYMES manufactureras, el cual debe ser potenciado a través de mecanismos que aseguren la optimización de las relaciones entre estas organizaciones productivas y la sociedad en general, debido al alto nivel de desempleo e inestabilidad laboral existente en este sector, que todavía no puede recuperarse de la pandemia, en donde la estrategia planificada de RSE, puede servir para que este sector productivo pueda recuperar su productividad y competitividad (Valencia & Janqui, 2022).

A pesar que las PYMES manufactureras refieren la falta de capitales y de recursos para la implementación de planes estratégicos de RSE, esto no siempre ha sido un obstáculo para que las pequeñas y medianas empresas pueden aplicar esta estrategia en sus organizaciones, la cual tiene un impacto negativo, debido a que al no contar a los principios de RSE en sus políticas y objetivos organizacionales, pueden limitar su crecimiento económico, al restar competitividad y productividad en su sector productivo, además de incumplir con las normativas vigentes, que les impiden ser considerados como proveedores de grandes empresas o de compañías extranjeras que facilitan la exportación de ciertos productos ecuatorianos en función del grado de responsabilidad empresarial implementado en dichas empresas (Moreno, Mora, & Parrales, 2022).

### **1.2.1. Formulación del problema**

¿Cómo influye la falta de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil?

### **1.2.2. Sistematización del problema**

- ¿Cuál es la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?
- ¿Cuál es la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil?
- ¿Cómo un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial puede potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil?

Tabla 1. Cuadro de congruencia metodológica

Título	Objetivo general	Objetivos específicos	Preguntas de investigación
Propuesta de Plan de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil	Diseñar una propuesta de plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.</li> <li>• Evaluar la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.</li> <li>• Proponer un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.</li> </ul>	<p>¿Cuál es la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?</p> <p>¿Cuál es la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil?</p> <p>¿Cómo un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial puede potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil?</p>

**Fuente:** Elaboración de la autora.

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Diseñar una propuesta de plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Analizar la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.
- Evaluar la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.
- Proponer un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

### **1.4. Justificación de la investigación**

La presente investigación pretende sobre la base de la información analizada, diseñar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el firme propósito de potencializar el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector manufacturero de la ciudad más poblada del Ecuador, que representa el pulmón económico de la nación, en referencia a Guayaquil.

El motivo para realizar este trabajo investigativo, es porque la responsabilidad social permite a las empresas que además de maximizar el valor para los accionistas, actúen de manera que beneficie a la sociedad. La responsabilidad social se ha vuelto cada vez más importante para los inversores y consumidores que buscan inversiones que no solo sean rentables, sino que también contribuyan al bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Sin embargo, los críticos argumentan que la naturaleza básica de las empresas no considera a la sociedad como una parte interesada (Delgado, 2018).

Esto quiere decir, que un plan estratégico de RSE, favorecerá que las personas y las empresas, puedan cumplir con el deber de actuar en el mejor interés de su medio ambiente y de la sociedad en su conjunto, reconociendo que la responsabilidad social, tal como se aplica a las empresas, se conoce como responsabilidad social corporativa (RSC).

Por ello, al plantear el plan estratégico de RSE, se propone visualizar oportunidades, que permitan mejorar la situación actual de las PYMES del sector manufacturera, que fueron bastante perjudicadas durante la pandemia, para que puedan tender a un desarrollo económico de mayor sostenibilidad, manteniendo óptimas relaciones con todos los *Stakeholders* involucrados en su entorno organizacional.

Esto significa que, el *management*, contarán con un cuerpo teórico y empírico, que podrá servir como fundamento para el mejoramiento de las soluciones en materia del modelo RSE, que contribuya con el crecimiento económico de las PYMES manufactureras, a partir de la importancia que tienen un plan estratégico de RSE, en este cometido.

Con este plan estratégico de RSE, se espera beneficiar a todas las partes interesadas, tanto a los clientes, proveedores, trabajadores de las PYMES del sector manufacturero y a la comunidad que los rodea, incluyendo al propio estado, para garantizar un desarrollo sostenible que permita cumplir con la legislación vigente y con los ODS de Naciones Unidas, así como con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025.

### **1.5. Marco referencial de la investigación**

Para el desarrollo del marco referencial, se ha considerado emplear la revisión literaria, ya que, es necesario que la presente investigación, contenga un marco teórico de las variables que desglose el tema central, seleccionado por la autora, además que, con ello, se cumplirá con el primer objetivo específico de fundamentar el estudio.

Por otro lado, en la ambigüedad se entendía que la Responsabilidad Social Empresarial, solo cumplía con generar utilidades. Sin embargo, en la actualidad este pensamiento no fue suficiente, debido a que, la asociación debía acoger todas las responsabilidades, para evitar afectaciones a la calidad de vida de los colaboradores y de las comunidades vinculadas.

### **1.5.1. Responsabilidad Social Empresarial**

#### **1.5.1.1. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial**

Si bien es cierto, la Responsabilidad Social Empresarial, concierne en una asociación donde los miembros, acogen responsabilidades, compromisos y obligaciones entre la comunidad y el resto de la ciudadanía, donde deben contribuir de manera positiva a la economía, al ambiente, entre otros sectores importantes para el desarrollo del país.

De acuerdo con el autor Aguilar (2018), el RSE concierne “a la contribución social, que favorece a los sectores sociales, ambientales, económicas; gracias a las estrategias y a las operaciones comerciales, que generan un tributo, contribuyendo positivamente al mercado”.

En efecto, una organización que forma parte de esta responsabilidad social corporativa, también posee obligaciones con la sociedad y con el medio ambiente, debido a que, contribuye a mejorar los principales sectores de una nación. Por otro lado, las empresas logran fortalecer la competitividad y el valor añadido de sus bienes o servicios, este tipo de sistema debe ser evaluado en las tres vertientes.

Otro concepto dado por Ormaza et al. (2020), expresa que “el RSE consiste en un conjunto de acciones aplicadas para que las actividades obtengan resultados positivos, de manera que, puedan ser cotizadas en áreas no financieras para que su desempeño económico sea objetivo de la importancia de una empresa”.

La responsabilidad corporativa se refiere al desempeño de una empresa que cotiza en bolsa de áreas no financieras como la de responsabilidad social y la sostenibilidad, con cuyo fin que la organización actúe con obligaciones que implica la conciliación de la comunidad, sirviendo a este grupo con aquellos productos útiles, respetando los derechos humanos en la seguridad y el desarrollo de los trabajadores.

#### **1.5.1.2. Responsabilidad corporativa en la historia**

En cuanto, a la historia de la responsabilidad corporativa, se conoce que este fue conformado por los Consejos de administración, que hoy en día, gracias a su evolución dio paso a la política de RSE, con el propósito de emplear estrategias en materia socioeconómica y ambientalista. Por otro lado, el gobierno en turno no posee autoridad para regular aquellas organizaciones, sin embargo, al aprobar una legislación puede determinar excepciones con el fin de que normalicen algunas prácticas.

Si bien es cierto, el origen del RSE, fue dado, por el economista Bowen Howard, quien en una investigación en 1953, estableció que, la responsabilidad recaía en el individuo, mismo que, era el principal sujeto en tomar decisiones sujetas a los objetivos de la sociedad. No obstante, en 1962, por medio de su segunda obra denominada *Capitalism and Freedom*, expresó que, solo existía una persona quien tomara la responsabilidad social de las compañías, empleando los recursos disponibles de la sociedad, con ello, se visualizaba el incremento de los beneficios, la competitividad (Saá & Vasco, 2020).

Por otro lado, Andreu y Fernández (2020) expresan sobre la agenda pública del Ceo, donde el RSC da importancia a los inversionistas, por lo que, en el 2019, BlackRock forma parte de los fondos de esta inversión y del cual a la sociedad lo convierte en un consorcio con mayor rentabilidad y con mayores propósitos relacionados a los asuntos sociales y económicos principalmente.

Sin embargo, este hecho, que para muchos fue beneficioso y para otros provocó la indignación, debido a que, la compañía antes mencionada agrupaba

algunas empresas, entre ellas organizaciones que producen tabaco, el público no aprobó los anuncios televisivos y radiales, porque incitaba a la generación de nuevos fumadores, mismo que, llevo a realizarse un informe al organismo de la salud, alegando que este tipo de compañía era peligroso para la salud de las personas.

### 1.5.1.3. Tipos de responsabilidad corporativa para una empresa

El fundador de la obra de la Responsabilidad Social Empresarial, desde sus inicios estableció que, el nuevo sistema debía contribuir a ciertos sectores que aportan al desarrollo de la nación, así como también respetar al medio ambiente, por lo que, reconoció que tanto los empleados y clientes deben centrarse en las siguientes categorías:

- **Esfuerzos ambientales:** para aquellas compañías, sin importar el tamaño, estos poseían el deber y la obligación de reducir los contaminantes, en beneficio de la sociedad y para los mismos trabajadores de la empresa, (Vidal, 2020).
- **Filantropía:** se considera que las compañías pueden ser donantes de sus productos, servicio o dinero, con el fin de practicar la responsabilidad social. Por otro lado, las empresas grandes podían beneficiar en los programas e inclusive a las organizaciones pequeñas sin fines de lucro (Vélez & Cano, 2018).
- **Prácticas laborales éticas:** los empleados deben ser tratados de manera justa y con ética, esto demuestra que el RSE, opera con leyes laborales (Barrio, 2018).
- **Voluntariado:** participar en causas locales u ofrecer su tiempo habla sobre la sinceridad de una empresa. las buenas acciones sin esperar nada a cambio, expresan su preocupación por los problemas específicos y causas sociales (Ayala, 2021).

Pese a que, la RSE, se vincula a las organizaciones, en la actualidad se ha convertido en una forma de llevar la gestión y de efectuar negocios, por lo que, la institución se ocupa por las operaciones, ya que busca que estas sean



sustentables dentro de lo social, económico y ambiental, debido a que, el interés principal a los que se debe regir es preservar el medio ambiente y de mantener la sustentabilidad para las próximas generaciones.

Además, la Responsabilidad Social Empresarial no solo se enfoca en los intereses de los sectores antes mencionados, sino que, dentro de la organización se integran los valores humanísticos, para que la visión de los negocios, no sean desorientados en ninguna de sus etapas, de esta manera se mantiene la gestión de la empresa.

#### **1.5.1.4. Construyendo un negocio socialmente responsable**

La construcción de un negocio socialmente responsable, permite que las organizaciones vinculadas utilicen aquellas habilidades que los fortalecen dentro del mercado competitivo, además que, por medio del dinero pueden continuar acogiendo nuevos desafíos. La cultura organizacional representa un aspecto positivo y beneficioso para la comunidad, ya que, las compañías asociadas poseen el poder de utilizar los recursos para enfrentar los problemas sociales.

Por ello, Vidal (2020) estima que, las nuevas y pequeñas empresas que inician actividades comerciales, sean ofertando productos o bienes, pueden presentar un verdadero desafío, debido a que, requieren de esfuerzos muy significativos para preservar los intereses que a lo largo permitirá llevar la sustentabilidad económica.

Por otro lado, al formar parte del RSE, la empresa toma la iniciativa de emplear decisiones dentro del equipo organizacional, ya que, deben direccionar sus objetivos hacia el logro de sus metas dentro de un determinado tiempo, así como también minimizar las causas y consecuencias que pueden influir en los indicadores financieros e intereses de los sectores asociados (Ayala, 2021).

En efecto, la motivación de los empleados, también forma parte de esta creación social, porque puede contribuir al aumento del compromiso laboral, ya

que, el proceso puede ser tomado con mayor claridad y que al momento de considerar decisiones, se fortalecerá la seguridad del equipo, desarrollando sus actividades de la mejor manera.

#### **1.5.1.5. Responsabilidad social en la práctica**

Si bien es cierto, la Responsabilidad social destaca la capacidad que posee una organización para continuar con el equilibrio y el desempeño de enfrentar problemas de tipo social o ambiental, ya que, como se conoce la RSE, acoge a estos sectores en búsqueda de mejorar la economía para operar de forma efectiva y eficiente.

La RSE, puede obtener otros tipos de nombres o significados, sin embargo, cumple con los mismos objetivos de llevar sus operaciones hacia la meta. Por otro lado, también coexiste una RSE para los empleados, basados en éticas y valores, ofreciendo un salario justo y leyes que protegen los derechos y la salvaguarda la salud de los trabajadores Vidal (2020).

Si bien es cierto, para dar marcha a la responsabilidad social empresarial, se debe incluir el voluntariado de las empresas, que estén dispuestos a adoptar medidas extremas de cambios positivos para todos los integrantes, además de incluir el desinterés de afectar de alguna manera a otras instituciones, sino que estos sea de beneficio hacia el ambiente, por lo que, la gestión será direccionado al impacto medioambiental que busca minimizar factores que destruyen a este sector (Ayala, 2021).

En efecto, no todas las organizaciones plantean la práctica de la responsabilidad social, por la falta de conciencia y del rigor para analizar temas que beneficien a los sectores más vulnerables. Sin embargo, se cree que la RSE solo cumple con el beneficio propio de la empresa de conseguir el beneficio por encima de todo, por lo que, algunos casos muestran que empleadores se han separados por diferencias éticas y morales a los que maneja la compañía.

### **1.5.1.6. Otras campañas de responsabilidad corporativa**

El organismo que acoge las multinacionales y la acción de Responsabilidad Empresarial, manifiesta que el funcionamiento de las operaciones se basa en la comunicación inteligente y creativa dentro de los negocios, por lo que, las instituciones que cumplen con esta visión son consideradas dentro de la RSC-E.

Por otro lado, González et al. (2022) destacan que, la Responsabilidad Social Corporativa, concierne a ser de tipo político corporativo, que acoge a grandes y pequeñas compañías, donde pueden implementar cambios a beneficio de la sociedad. Por lo que, al ser lo correcto a nivel social, este grupo puede generar la confianza en los consumidores de las compañías, hasta el punto de beneficiarse ambos.

Dentro de las compañías que mantiene el éxito de la RSE, se mencionan algunos a continuación:

1. Johnson & Johnson
2. Google
3. Coca Cola Company
4. Netflix y Spotify
5. The Walt Disney Company

Las empresas citadas, han realizado actividades a favor de los sectores vulnerables, por lo que, el éxito de la Responsabilidad Social Cooperativa se basó en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, el compromiso de proteger al medio ambiente, también se asocia el interés de observar los problemas de los consumidores, para emplear nuevas estrategias evitando la injusticia y la explotación de los trabajadores, la corrupción y el soborno.

### **1.5.1.7. Informes de responsabilidad corporativa**

Dado al acogimiento de grandes y pequeñas empresas, que forman parte de la Responsabilidad Social Corporativa, se ha considerado llevar a cabo la emisión de informes, con la finalidad de precautelar la ética y la responsabilidad de los movimientos. Por otro lado, se estima que, la elaboración del informe no se rige a un formato específico, pero puede desarrollarse con claridad para que, esta evidencia que sus prácticas cumple con las normativas o pautas.

En efecto, Murillo et al. (2022) expresan que, el desarrollo de estos informes contribuye en la imagen de la compañía ya que muestran la responsabilidad que poseen con la sociedad. Por ello, dentro de este documento debe describir los datos sobre los empleados, objetivos de las actividades y funciones, valores, gestiones y estimaciones de las prácticas comerciales de la organización.

Por otro lado, se recalca que la RSC, posee enfoques claros relacionados a la responsabilidad, por lo que, sus estrategias son indispensables para generar e influir un buen comportamiento, tanto de los altos mandos, como de los colaboradores. Por ello, también se considera a los actores sociales y políticos para el bien de la compañía (Lazo, 2022).

Si bien es cierto, la existencia de un documento que muestra la responsabilidad con sus trabajadores, aumenta la relación pública con otras empresas, debido a que, los estándares éticos serán vistos de buena manera, por lo que, el riesgo comercial y legal se disminuirá, mientras que las acciones de la organización serán incrementadas. La RSE como se ha descrito anteriormente, alientan a que más compañías se unan al cambio del medio ambiente, ya que todas las personas que se vinculan crean este impacto positivo.

#### **1.5.1.8. Enfoques de RSE**

Entre los enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial, se encuentra un propósito muy importante, como lo es la ayuda a las comunidades u organizaciones pequeñas, así como también las donaciones monetarias a sectores como el medio ambiental y social que, son más vulnerables en la actualidad, por hechos contaminantes que cada vez destruye el ecosistema, minimizando un futuro próspero para las generaciones siguientes.

Si bien es cierto, la Responsabilidad Social Empresarial, se enfoca en el éxito de la gestión empresarial, en el medio ambiental y en el bienestar social. Sin embargo, esta organización excluye aquellos patrocinios de algunos eventos comerciales y de las contribuciones políticas. No obstante, aquellas donaciones se mantienen en la educación de los niños, en las viviendas, la salud, y otras áreas donde el derecho debe ser respetado (Lazo, 2022).

Con la finalidad de que, la sociedad continúe prosperando, se ha implementado desarrollar y apoyar a los negocios que son rentables y competitivos en el mercado, esto conlleva a la generación de ingresos, de tipo fiscales y filantropía. Por otro lado, para que el enfoque de resultados sea beneficioso, la RSC ha desarrollado estrategias para los sectores comerciales, vinculado a sus empleados y sus derechos (Torres, 2022).

Si bien cierto, uno de las estrategias de la RSE, es la aplicación de evaluaciones de tipo comparativa, en lo referente a la política y eficacia de las actividades. Por otro lado, también se implica la revisión iniciativa de la competencia, de tal manera de medir el impacto que posee la sociedad y la contribución con el medio ambiente.

#### **1.5.1.9. Análisis coste-beneficio**

En relación al análisis coste-beneficio, la compañía que involucra la RSE, debe mantener altos rendimientos, para que este beneficie a otros sectores involucrados, por lo que, cada planificación debe ser de uso exclusivo de cada

empresa. Por otro lado, en el caso de imitar dicha estrategia se busca que todos los sectores sociales sean favorecidos, ya que, la RSE se orienta en contribuir a la sociedad actuando responsablemente.

En efecto, según Murillo et al. (2022), las compañías que poseen recursos y capacidades obtienen la movilidad de sus indicadores financieros libremente, sin embargo, los costes que efectuó la compañía, deben ser analizados para evitar el despilfarro de los recursos, por otro lado, la movilidad imperfecta contribuirá a la ventaja competitiva para adquirir aquellos recursos inmóviles. Dentro del análisis del costo-beneficio, este se encuentra estrechamente vinculado con el desempeño de la Responsabilidad Social Corporativa, debido a que, este genera un beneficio que supera los costos al ser responsable con la sociedad (Torres, 2022).

En sí, la Responsabilidad Social Empresarial se orienta a la misión de contribuir a la organización, así como servir de guía para sus consumidores. Por otro lado, la ética de la empresa, debe ser aplicada para examinar los principios éticos de los trabajadores, incluso evaluar los valores con el fin de proporcionar un ambiente adecuado. Se recalca que, el sector público puede formar parte de la RSE, siempre y cuando cumplan con los principios sin el acto legislativo.

#### **1.5.1.10. Iniciativas sociales corporativas**

Se conoce que, la Responsabilidad Social Empresarial, no es algo ajeno, sino que, empuja a cumplir con la conciencia colectiva de impactar positivamente a las sociedades afiliadas a esta operación. Por ello, contiene a capacidad de responder aquellos desafíos de buscar soluciones para minimizar los impactos negativos que influyen en las funciones empresariales, por lo que, al manejar estos factores mejoran los negocios y las expectativas de los consumidores.

Las iniciativas corporativas son aquellas formas de agrupar a una ciudadanía colectiva. Por otro lado, estas actividades de la Responsabilidad Social Empresarial, elevan el nivel de marketing, debido a que se planifica una

campaña de promoción de una compañía que posee el doble propósito de aumentar la rentabilidad y mejorar la sociedad (Torres, 2022).

La responsabilidad social empresarial, incluye seis tipos de iniciativas sociales empresariales, las cuales se describen a continuación:

- **Filantropía corporativa.** – donaciones de la empresa a organizaciones benéficas, incluido efectivo, bienes y servicios, a veces a través de una fundación corporativa.
- **Voluntariado comunitario.** – actividades de voluntariado organizadas por la empresa, a veces mientras un empleado recibe un pago por trabajo pro-bono en nombre de una organización sin fines de lucro
- **Prácticas comerciales socialmente responsables.** – productos producidos éticamente que atraen a un segmento de clientes
- **Promociones de causas y activismo.** – campañas de promoción financiadas por la empresa
- **Marketing relacionado con una causa.** – donaciones a organizaciones benéficas basadas en la venta de productos
- **Marketing social corporativo.** – campañas de cambio de comportamiento financiadas por la empresa (Fonseca, 2022).

Por otro lado, las organizaciones no poseen o no se asocian por obtener un lucro dentro de la participación de las actividades filantrópicas corporativas y voluntariado comunitario. Sin embargo, las iniciativas sociales de tipo corporativas pueden ser ejemplos de marketing de causa, en el que existe tanto un interés social como un motivo de lucro.

#### **1.5.1.11. Diferenciación de marca**

La Responsabilidad Social Empresarial dentro de las organizaciones con pocos beneficios de marcas, pueden contribuir en mejorar o fortalecer la reputación de su marca, esto siempre y cuando, la empresa tenga el deseo por ayudar y favorecer a sus consumidores. Por lo tanto, lo que busca la RSE es mejorar la

percepción de la marca, esto a su vez conduce a las evaluaciones positivas del producto, no obstante, este efecto depende mucho de la variedad de factores que incluyen, el grado de los consumidores que valoran la iniciativa de la RSE.

En cuanto a la diferenciación de marca, algunas compañías describen a la Responsabilidad Social Empresarial, como un programa que influye negativamente en la calidad de sus productos, así como los objetivos de los consumidores, lo que alude a que, la RSE toma atribuciones que motivan socialmente a los consumidores (Torres, 2022).

De lo contrario, existen compañías que emplean a la RSE como una herramienta de posicionamiento de productos o como metodologías que propician tácticas con la finalidad de obtener un apoyo adicional con los consumidores o públicos, donde la presencia de estas personas favorece a una ventaja competitiva de posicionar más la publicidad de su bien o servicio.

Por otro lado, no es pertinente olvidar los objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial, una vez que, forma parte de la organización, ya que la visión principal de la RSE, es reducir el carbono de aquellas fábricas industriales y de participar dentro del comercio justo, logrando minimizar los costos e incrementar las ganancias para las compañías. Bajo este escenario, los consumidores pueden asimilar el interés de las empresas con la RSE que, al mismo tiempo, mejora y aumenta las ventas (Fonseca, 2022).

Si bien es cierto, aquellas compañías que aplican la RSE dentro de sus actividades, tienden por conquistar la atención de sus consumidores, con el fin de que, adquieren cualquier producto que ofertan, sin importar el costo establecido. Parte de esto, ayuda al aumento de la competencia entre otras empresas, ya que, esta iniciativa aporta a la compañía en lograr mejorar el potencial, debido a que, no solo agrega valor a la organización, sino que sus productos o servicios también son favorecidos.



#### **1.5.1.12. Ética y Filantropía vs. Responsabilidad Social Empresarial**

Si bien es cierto, la ética forma parte de una rama, donde trata de los problemas morales, que se presentan dentro de las organizaciones y de los negocios. Por otro lado, la ética corporativa agrupa todo lo relacionada a la empresa, con el fin de obtenga el problema suscitado, y que mediante un proceso se concilie la toma de decisiones.

En efecto, en algunas ocasiones, dentro de las empresas se implementa la ética como parte de una codificación, debido a que, esta palabra representa las normas, leyes y reglamentos donde la compañía debe cumplir con los trabajadores y con los grupos de interés como parte de su contrato social (Padilla & Gutiérrez, 2022).

Pese a que, el RSE implica efectuar estrategias con doble enfoque, beneficios y favorecer al mejoramiento de los negocios y aportar a los sectores sociales y medioambientales, posee una vinculación con la teoría de stakeholders, mismo que, permite la práctica de la ética empresarial, siendo este un elemento clave para la Responsabilidad Social Empresarial (Fonseca, 2022).

La RSE es la responsabilidad que tienen las empresas por su impacto en la sociedad, y por tanto, esta asociación busca minimizar los impactos negativos en la sociedad e incrementar los positivos. En cambio, la sostenibilidad se refiere a la capacidad de la empresa para satisfacer sus necesidades sin comprometer a las generaciones futuras, aunque sus prácticas implican desarrollar estrategias de negocio para obtener beneficios y contribuir a la mejora del medio ambiente.

#### **1.5.1.13. Estrategias de responsabilidad corporativa**

Hoy en día, existen algunas escuelas de negocios que se dedican a promocionar, la supuesta Responsabilidad Social Empresarial en redes sociales o por correos electrónicos. Sin considerar que en la actualidad existen

otros grupos de interés que proporcionan información coherente y verídica que hace que las empresas confíen en esta institución.

En otros casos, según Álvarez et al. (2021), se emplea como estrategia el internet, solo con el fin de, intercambiar información sobre la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial y los beneficios de aplicarla dentro de sus negocios. Este tipo de herramienta fue cambiado por la actualización de las tecnologías, debido a que, en tiempos pasados, la publicidad era exhibida dentro de secciones de periódicos.

La RSE estratégica proporciona a las empresas soluciones para:

- Equilibrar la creación de valor económico con la de valor social
- Cómo gestionar sus relaciones con las partes interesadas (especialmente aquellas con valores en competencia)
- Identificar y responder a las amenazas y oportunidades que enfrentan sus partes interesadas
- Desarrollar prácticas comerciales sostenibles
- Decidir la capacidad de la organización para actividades filantrópicas (Valencia & Janqui, 2022).

En sí, al adoptar un enfoque estratégico, las empresas pueden determinar qué actividades tienen los recursos para dedicar a ser socialmente responsables y pueden elegir aquello que fortalezca su ventaja competitiva. Por lo que, al planificar la RSE como parte del plan general de una empresa, las organizaciones pueden garantizar que las ganancias y el aumento del valor para los accionistas no empobrezcan la necesidad de comportarse de manera ética con sus partes interesadas.

#### **1.5.1.14. Ejemplos de iniciativas de responsabilidad social empresarial**

La Responsabilidad Social, ha acogido a un sin número de empresas sin importar la actividad a las que se dedican, su única función es abordar las

preocupaciones sociales de estas compañías, por lo que, su iniciática favoreció a lo largo de este tiempo a los sectores sociales y medioambientales. Por ello a continuación se describen algunos ejemplos de iniciativa de la RSE:

- **Abastecimiento ético.** – el gestionar la logística desde el origen de un producto hasta su llegada al almacén de la empresa. Las empresas que enfatizan una cadena de suministro ética pueden trabajar con organizaciones. También pueden insistir en trabajar con empresas que participan en prácticas laborales justas
- **Impacto ambiental.** – los consumidores son cada vez más conscientes del impacto que tienen muchos productos y cadenas de suministro en el medio ambiente. Además de obtener materiales y productos orgánicos, las empresas también pueden participar en los esfuerzos de reciclaje o tomar medidas para utilizar envases reciclados.
- **Sin crueldad animal.** – como se conoce algunas empresas anuncian abiertamente su compromiso de ofrecer solo ingredientes y productos libres de crueldad animal. Debido a que, optan por evitar el uso de cosméticos y productos de cuidado personal que han sido probados en animales o derivados como parte de sus componentes.
- **Fabricado localmente.** – las empresas que venden productos fabricados localmente no solo apoyan a sus vecinos, sino que también pueden reducir la huella de carbono dentro de sus cadenas de suministro.
- **Esfuerzos de voluntariado.** – algunas empresas hacen hincapié en el voluntariado, alentando a los empleados a apoyar a organizaciones benéficas y sin fines de lucro locales ofreciéndose como voluntarios para trabajar en proyectos específicos.
- **Donaciones benéficas.** – Otra opción para las empresas socialmente responsables es donar un porcentaje de las ventas a una o más causas benéficas (Valencia & Janqui, 2022).

La Responsabilidad Social Empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la

empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva. Por lo que, se rigen por una línea estratégica vinculando la ética, la calidad, el compromiso, cuidado y preservación al medioambiente y a los animales que por algunos años han sido parte de experimentos crueles, para conseguir productos a su beneficio.

### **1.5.2. PYMES**

Como parte del apartado correspondiente a las PYMES, se ha descrito conceptualmente el significado de esta sigla, indicando su importancia para el desarrollo de las naciones, además de expresar su clasificación, de conformidad con el contexto legal en vigencia, para culminar señalando los problemas que actualmente enfrentan las PYMES, debido al escenario pandémico actual y a las consecuencias que ha dejado a su paso, la COVID-19, en esta región

#### **1.5.2.1. Concepto de PYMES**

En este sub-apartado se aborda la segunda variable del estudio, correspondiente a las PYMES, misma que, se encuentra conformado por pequeñas y medianas organizaciones, donde no superan los 100 colaboradores. Además que, mantienen ingresos por ventas, activos, patrimonio, producción, entre otras que contribuyen al crecimiento.

Al respecto, Ruiz et al. (2020), manifiesta que las PYME se refiere a las organizaciones que poseen una cantidad de trabajadores, y que de acuerdo a sus niveles de producción y otras características que representan su capital, puede contribuir al cambio de la economía de una nación.

Las pequeñas y medianas empresas, por su denominación PYME, se refieren a establecimientos económicos que mantienen ingresos, activos, así como una cantidad de trabajadores por debajo de lo que establece la ley, para ser considerada una gran empresa, sin embargo, cada nación puede tener una noción diferente del significado de una PYME, porque es necesario que se

cumplan con estos criterios de ingresos, tamaños y activos, para operar bajo esa modalidad (INEN, 2022).

Esto significa que, las PYMES adquieren esta categoría en el sector económico, por la cantidad de ingresos que generan, así como por los activos y el patrimonio que mantienen, desde que se fundaron como organizaciones productivas, añadiendo que, en el Ecuador, también se considera el número de trabajadores que forman parte de estos establecimientos, que pueden operar como comercios, prestadores de servicios o entidades dedicadas a la manufactura.

#### **1.5.2.2. Importancia de las MIPYMES en la matriz productiva**

La literatura teórica en economía, ha manifestado la importancia que han tenido las PYMES, en el desarrollo industrial de muchos países que, actualmente se encuentran inmersos entre las potencias mundiales, demostrando la gran relevancia de mantener políticas orientadas al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, por parte de los gobiernos de turno, quienes a través de sus decisiones, pueden generar el desarrollo sostenido de estos establecimientos y de sus respectivos pueblos.

Así por ejemplo, estudios realizados en la Unión Europea y el Asia, demostraron que varios países europeos como España, Francia, Portugal, entre otro, lograron hacer frente a crisis severas durante diferentes siglos de la humanidad, mediante las políticas económicas gubernamentales, que fortalecieron las PYMES, también fue el caso del Japón de la post guerra, a mediados del siglo XX, que pudo convertirse en una potencia económica mundial, gracias al crecimiento de sus PYMES. A diferencia, en Latinoamérica, los estados de los países que forman parte de esta región, no tomaron políticas públicas favorables al desarrollo de las PYMES, observándose bajo progreso industrial (Dini & Stumpo, 2020).

Ante ello, Acuria et al. (2021) expresaron que, a pesar que en Latinoamérica, las PYMES generan casi el 50% de los trabajos que requiere la población

mundial, sin embargo, se ha observado que, durante la pandemia, no ha habido los incentivos suficientes para que este sector pueda crecer, más aún, están desapareciendo debido a las deudas adquiridas y a no lograr acuerdos favorables con las entidades financieras, a lo que se añade el incremento de los impuestos, que también está debilitando este sector productivo, que no ha tenido mayor acceso al crédito.

Es incuestionable el papel de las PYMES en el contexto económico mundial y nacional, debido a que representan la base fundamental del crecimiento de un país, no solo en el ámbito de la economía, sino también en el aspecto social, debido a que además de la generación de divisas, es importante la creación de fuentes de empleo, con un impacto positivo en el fortalecimiento del aparato productivo.

### **1.5.2.3. Clasificación de las MIPYMES**

Si bien es cierto, estos tipos de organizaciones contribuyen, de forma muy significativa en el desarrollo económico de un país, ya que, para su funcionamiento requiere una cierta cantidad de trabajadores, y de inversionista que sostenga y sustente la empresa. Por otro lado, la generación de divisas crea fondos para utilitarios, lo que de da mayor prosperidad a la reactivación económica.

Describir la clasificación de la MIPYMES, expone las características con la que debe contar, para ser considerada dentro de este grupo, además que, se menciona el capital económico por la que, debe estar compuesto:

<b>Grande:</b>
•V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
<b>Mediana "B":</b>
•V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199
<b>Mediana "A"</b>
•V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99
<b>Pequeña :</b>
•V: \$100.001 a \$1'000.000. P: 100a 49
<b>Microempresa:</b>
•V: menor o igual a \$100.000. P: 1 a 9

Figura 1. Clasificación de las MIPYMES

Fuente: (Juárez, 2020).

De acuerdo al esquema de las MIPYMES, se inicia con la microempresa, donde la cantidad de trabajadores, no puede sobrepasar de 9 individuos, ya que esto se encuentra establecido dentro de la legislación nacional, por su parte, la pequeña organización puede contener más de 49 colaboradores, la mediana compañía acoge a 199 empleados. De la misma manera, para los montos de capital del patrimonio de estas tres principales empresas, no deben ser menor a \$100.000 y no sobrepasar los dos millones de dólares.

#### 1.5.2.4. Problemas que enfrentan las PYMES

Según el análisis de Ruiz (2021), la pandemia de COVID-19, ha agravado la crisis ya existente en las PYMES de Latinoamérica, que por las altas cargas impositivas, los extensos trámites burocráticos para su funcionamiento y continuidad operacional y el difícil acceso al crédito, ya tenía suficientes problemas que obstaculizaban su desarrollo, pero en el contexto pandémico, se observan otros aspectos que también afectan a las pequeñas y medianas organizaciones productivas, como por ejemplo, la caída de sus ingresos y activos, el alto endeudamiento y la falta de estrategias que puedan coadyuvar a la recuperación de este sector económico, en el escenario post pandemia.

Ante tal situación, surgen diferentes desafíos para rescatar a las PYMES de la difícil situación actual que atraviesan, pese a que ya se han levantado muchas de las restricciones que, afectaron a estas organizaciones durante los meses más duros de la pandemia, no solo en el Ecuador, sino también a nivel mundial. Por ello, surge como interrogante, ¿se podrán recuperar las PYMES con las políticas económicas actuales tomadas por los estados latinoamericanos?

Hasta el momento, el principal desafío de las PYMES, se encuentra en el ámbito de sus relaciones con la banca privada, debido al alto endeudamiento que mantienen algunas de estas organizaciones, al no haber cancelado sus obligaciones con estos entes financieros, durante los años 2020 y 2021. Si ya era difícil obtener crédito de la banca privada, en los actuales momentos, la morosidad constituye todavía un limitante más, que obstruye la probabilidad de desarrollo de las PYMES (Barrera M. , 2021).

No obstante, no se debe enfatizar únicamente en la falta de crédito y el endeudamiento con la banca privada, al realizar el tratamiento de los problemas que afectan a las PYMES, debido a que la mayoría de los estados latinoamericanos, incrementó los impuestos a estas organizaciones, un fenómeno que no solo se ha visto en el Ecuador, sino a nivel mundial, del cual también se debe abordarlo, aunque sea, de manera superficial.

### **1.5.3. Plan estratégico**

Como parte del apartado correspondiente al plan estratégico, se ha descrito conceptualmente el significado de esta herramienta de gestión, haciendo alusión al análisis FODA, como una de las estrategias más importantes para la aplicación de la misma, por parte de los directivos de las organizaciones PYMES, considerando para el efecto, el análisis externo e interno, para la identificación de oportunidades y riesgos, además de la evaluación de fortalezas y déficit empresariales, en este sector productivo.



### **1.5.3.1. Concepto de plan estratégico**

El plan estratégico es el siguiente apartado, el cual representa a su vez, una herramienta administrativa de un elevado potencial para la reactivación económica, pero que, además, fortalece la toma de decisiones directivas, a favor del desarrollo económico de la organización y de los miembros que forman parte de la misma.

Como un antecedente previo a mencionar lo que significa el plan estratégico, desde el punto de vista administrativo, se pudo establecer el origen del término estrategia, cuya palabra contiene un significado militar, porque según Wheelen y Hunger (2018), a este término se le otorgó como significado, una acción que permite realizar un pronóstico de los respectivos movimientos logísticos que podría realizar el enemigo y el ejército propio, en el plano de una guerra o de la preparación para la misma.

Sin embargo, desde que la estrategia fue tomada para referirse a los diferentes pasos y pronósticos en la actividad militar, su esencia ha cambiado, transformándose en un término de uso común en el argot de la administración de empresas. Ante ello, Heizer y Render (2018) han expresado que este término, denota más bien, la organización de los procesos empresariales, que deben orientar al logro de los objetivos macros y micros, que ha planeado la alta dirección.

En consecuencia, si bien, en el origen, la estrategia estuvo dirigida a los planes y la organización de los procesos para la consecución de propósitos militares, este concepto pasó muy pronto a incorporarse en la administración de la empresa, gracias al reemplazo de la guerra por la empresa, como nuevo ámbito de la competencia de los países desarrollados, en el ámbito mundial, especialmente después de 1950, en donde poco a poco, el término estrategia pasó a transformarse en un hito para las ciencias administrativas.

Siendo definido el plan estratégico por Estrada et al. (2022), como un documento macro, con objetivos a largo plazo, que expone lo que quiere conseguir el negocio, en un tiempo prudencial para mantenerse en el mercado.

En definitiva, un plan estratégico permite a la organización, contar con un documento que permita conocer, con qué actividades, recursos y herramientas, se pueden lograr las metas organizacionales, para ser competitiva y permanecer en el mercado, señalando que el concepto de estrategia implica largo plazo.

### **1.5.3.2. Análisis FODA**

Prosiguiendo con las concepciones del plan estratégico, es necesario mencionar que el corazón de esta herramienta administrativa, se encuentra representado por el análisis FODA, es decir que, lo principal previo a la exposición del plan estratégico, consiste en la identificación de las oportunidades y fortalezas empresariales, para hacer frente a los riesgos externos y los propios déficits de las organizaciones.

Ante este particular, Arguello et al. (2022) manifestó conceptualmente que, “el análisis FODA constituye una herramienta que facilita la identificación de oportunidades en el entorno organizativo, considerando que también sirve para enfrentar el riesgo, pero que internamente, puede conocerse la situación diagnóstica de la organización, al reconocer fortalezas y problemas internos, derivados del propio andamiaje de sus procesos.

Para algunos autores, esta herramienta administrativa recibe el nombre de DAFO, pero solo es un cambio de las siglas, acotando que inicialmente, el término fue FODA y que su mecanismo consiste en realizar un análisis extenso del entorno de la organización, para luego proseguir identificando los factores internos, utilizando matrices que sirvan para la revisión macro y sencilla o simplificada, de los factores que pueden ser aprovechados o deben ser enfrentados adecuadamente, con la estrategia empresarial

### **1.5.3.3. Factores externos e internos en la organización**

Al respecto, es necesario considerar los siguientes factores externos inherentes al FODA, de acuerdo a lo expuesto por los autores Guasumba y Calero (2021), como se aprecia seguido:

- Las oportunidades se refieren a sucesos que acontecen en el entorno y que son positivos para la organización, por consiguiente, si son aprovechados, pueden mejorar la posición competitiva de la empresa en el mercado en donde participa.
- Las amenazas, por el contrario, son sucesos negativos para la organización, por consiguiente, pueden causar daño a la empresa, si estos riesgos no son enfrentados de manera adecuada, con la estrategia directiva.

Esto significa que los riesgos o amenazas de daños, deben ser identificados y enfrentados, al igual que las oportunidades que deben ser identificadas, valga la redundancia, pero para aprovecharlas en favor del crecimiento organizacional y de su desarrollo permanente.

Mientras que, también se consideraron los siguientes factores internos inherentes al FODA, de acuerdo a lo expuesto por los autores Abril y Suquisupa (2022), como se aprecia seguido:

- Las fortalezas se refieren a circunstancias positivas para la organización, que se encuentran formando parte de la entidad y que son manejadas por sus directivos, por consiguiente, pueden mejorar la posición competitiva de la empresa, porque refuerzan su imagen.
- Las debilidades se refieren a circunstancias negativas para la organización, que se encuentran obstaculizando los procesos internos que realiza la entidad, pero que pueden ser enfrentadas mediante decisiones internas de los altos directivos, por consiguiente, pueden afectar la posición competitiva de la empresa y se manifiestan como síntomas de problemas.

Es recomendable que, la organización pueda identificar los respectivos factores que pueden beneficiar o afectar a la empresa y los procesos que realiza en favor de sus clientes y de las partes interesadas.

No obstante, se destacar que, debido al aporte de la responsabilidad social empresarial en la competitividad de las PYMES, el enfoque del plan estratégico y del uso de la herramienta FODA, en conjunto con la evaluación de sus factores externos e internos, se lo pueda orientar al fortalecimiento del cumplimiento de la norma ISO 26000, que a su vez asume la RSE, dentro del contexto empresarial nacional y mundial.

## **CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación**

#### **2.1.1. Tipo de diseño**

El diseño investigativo utilizado en este estudio, es no experimental, el cual según Escobar y Bilbao (2020), es aquel que no necesita por ningún motivo, manipular deliberadamente variables, debido a que su base sustancial, consiste en la observación de fenómenos, desde su perspectiva inicial y natural, para posteriormente proceder a su análisis.

En el presente estudio, se analizaron las variables pertinentes al plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, para definir cómo influyó en el crecimiento económico de las PYMES manufactureras de Guayaquil, para lo cual se necesita contar con datos secundarios y primarios, los cuales no fueron alterados, sino que, sobre la base de los mismos, se emitió un diagnóstico de la situación de esta problemática.

#### **2.1.2. Alcance de la investigación**

La presente investigación tuvo alcance descriptivo, el cual según Guevara et al. (2020), consiste en el detalle individualizado de las características de un tema, objeto o problema; además, tuvo alcance correlacional, que de acuerdo a Leyva y Guerra (2020), se refiere a aquella que asocia a dos variables, para determinar su nivel de dependencia o independencia.

Esto quiere decir que, el proyecto de investigación detalló el modelo de RSE y la importancia que un plan estratégico en este sentido, para promover el desarrollo económico de las PYMES manufactureras de Guayaquil. Demostró, además, la correlación existente entre ambas variables, a partir de la aplicación de un ejercicio estadístico.

### **2.1.3. Enfoque de la investigación**

La investigación presente tuvo un enfoque cuantitativo, el cual fue definido por Rasinger (2020), como aquella investigación que utilizó datos numéricos, recopilados en el campo o a través de la revisión documental, que permitió la realización de análisis descriptivos y/o correlacionales, para facilitar las respuestas las preguntas y/o hipótesis de investigación, sobre la influencia que tiene un plan estratégico de RSE en el crecimiento económico de las PYMES manufactureras de Guayaquil.

### **2.2. Métodos de investigación**

El análisis de un estudio, consiste en la separación progresiva del mismo, en varias partes de esas realidades, hasta obtener sus elementos fundamentales e inclusive, establecer las relaciones entre sus variables. Entre tanto, la síntesis, concierne a la composición de un todo, cuando se logra reunir todas sus partes constitutivas (Rodríguez & Pérez, 2017).

En el presente estudio, se tomaron preceptos generales sobre la Responsabilidad Social Empresarial y el plan estratégico, para luego, aplicar un instrumento personalizado a una muestra de representantes de las PYMES manufactureras, que facilitó la determinación del cumplimiento de la hipótesis de la investigación, que determinó la influencia entre la estrategia RSE y el crecimiento económico de este sector productivo

### **2.3. Unidad de análisis**

La unidad de análisis se refiere a las PYMES agrupadas en el sector manufacturero de la principal ciudad del Ecuador, en referencia a la localidad de Guayaquil, Guayas.

### 2.3.1. Población

La población definida para el estudio, estuvo determinada por las empresas manufactureras de la ciudad de Guayaquil, quienes deben direccionar su propuesta comercial. De acuerdo con las cifras publicadas en el artículo de Peña y Vega (2020), quienes obtuvieron los datos del Catastro de PYMES del Servicio de Rentas Internas, se registraron 26.319 PYMES en la ciudad de Guayaquil, de las cuales el 10% son manufactureras, es decir, 2.632 PYMES industriales en esta localidad.

### 2.3.2. Muestra

Con base a este dato numérico, se establece que la muestra utilizada es la finita. La muestra permitió utilizar una parte de la población para realizar el cuestionario de la encuesta:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Datos:

$$n = ?$$

$$N = 2.632$$

$$Z = 90\% (1.96)$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 5\% (0.05)$$

$$n = \frac{(2.632) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (2.632 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = 335$$

Se aplicó la encuesta a 335 representantes de la misma cantidad de PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil.

## 2.4. Variables:

La presente investigación se realizó en función de dos variables:

- **Independiente:** Crecimiento PYMES manufactureras de Guayaquil.
- **Dependiente:** Responsabilidad Social Empresarial.

### Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables

Objetivos específicos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
Analizar la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de Responsabilidad Social Empresarial	Crecimiento PYMES manufactureras de Guayaquil	Establecimientos económicos que mantienen ingresos, activos, así como una cantidad de trabajadores por debajo de lo que establece la ley, para ser considerada una gran empresa	Ingresos  Activos  Trabajadores	% de ingresos de PYMES manufactureras de Guayaquil  % de activos de PYMES manufactureras de Guayaquil  % de trabajadores de PYMES manufactureras de Guayaquil	Documentos del internet	Revisión documental
	Responsabilidad Social Empresarial	Autorregulación con el objetivo de ser socialmente empático, para beneficio de la satisfacción de <i>Stakeholders</i>	Clientes  Proveedores  Comunidad  Estado  Inversionistas o directivos  Trabajadores	% de clientes satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras  % de proveedores satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras  % de comunidad satisfecha con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras  % de estado satisfecho con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras  % de directivos satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras  % de trabajadores satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras	Muestra de investigación (de campo)	Encuesta



Evaluar la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil	Crecimiento PYMES manufactureras de Guayaquil	Establecimientos económicos que mantienen ingresos, activos, así como una cantidad de trabajadores por debajo de lo que establece la ley, para ser considerada una gran empresa	Ingresos Activos Trabajadores	% de ingresos de PYMES manufactureras de Guayaquil % de activos de PYMES manufactureras de Guayaquil % de trabajadores de PYMES manufactureras de Guayaquil	Documentos del internet	Revisión documental
Proponer un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para potencializar el crecimiento económico del sector manufacturero de Guayaquil	Responsabilidad Social Empresarial	Autorregulación con el objetivo de ser socialmente empático, para beneficio de la satisfacción de Stakeholders	Clientes Proveedores Comunidad Estado Inversionistas o directivos Trabajadores	% de clientes satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras % de proveedores satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras % de comunidad satisfecha con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras % de estado satisfecho con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras % de directivos satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras % de trabajadores satisfechos con responsabilidad empresarial de PYMES manufactureras	Autora de la investigación, textos, artículos	Plan estratégico

**Fuente:** Elaboración de la autora

## 2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de la información

### 2.5.1. Técnicas de investigación para la recolección de información

La técnica de investigación aplicada en el presente estudio, con el propósito de recolectar datos cuantitativos, fue la encuesta, definida por Fera et al. (2020), como aquella que permitió recoger información, mediante el uso de un instrumento con preguntas cerradas, que facilitó sustancialmente, la agrupación

de respuestas y la transformación de los mismos, en cantidades porcentuales o numéricas.

En el caso del presente estudio, se aplicó una encuesta, realizando preguntas a los 335 representantes de la misma cantidad de PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil, para conocer la influencia entre el plan estratégico RSE y el crecimiento económico de este sector productivo.

### **2.5.2. Instrumento de recopilación de información**

El instrumento que se aplicó en el presente estudio, con el propósito de recolectar datos cuantitativos, fue el cuestionario, definido por Cisneros et al. (2022), como aquel que permitió recoger información paramétrica o no paramétrica, mediante el uso de un formulario con preguntas cerradas, que permitió la agrupación de respuestas y la transformación de los mismos, en cantidades porcentuales o numéricas.

En el caso del presente estudio, se aplicó el cuestionario de la encuesta, realizando preguntas cerradas a los 335 representantes de la misma cantidad de PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil, para conocer la influencia entre el plan estratégico RSE y el crecimiento económico de este sector productivo.

### **2.6. Tratamiento de la información**

Aquella técnica consiste en la recolección de los datos primarios, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego fueron analizados por el beneficiario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente.

#### **Tabulación**

Consiste en presentar los datos estadísticos en forma de tablas o cuadros., con la finalidad de generar resultados que se mostraron en cuadros (o tablas) y en gráficos, mediante la ayuda del software SPSS.

### **Presentación gráfica**

Proporciona una mayor rapidez en la comprensión de los datos, una gráfica es una expresión artística usada para representar un conjunto de datos.

### **Estructura del plan estratégico**

Se va a estructurar el plan estratégico, mediante la realización del análisis PESTEL, en donde se analizaron las dimensiones políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales, asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial y al crecimiento económico de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

Luego se sugirió analizar los factores del entorno próximo, a través de la aplicación del método de las cinco fuerzas competitivas de Porter, en referencia al poder de los proveedores, compradores, productos sustitutos, clientes actuales y potenciales.

Finalmente, se analizaron los factores internos de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, como su capacidad directiva, competitiva, de talento humano, financiera, entre las más importantes.

Con estos análisis, se elaboró las matrices de factores externos e internos (MEFE) y (MEFI), por sus siglas, con cuya integración se construyó la matriz FODA, del cual se plasmaron las estrategias FO-FA-DO-DA que se propuso en el plan estratégico.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1. Análisis de la situación actual

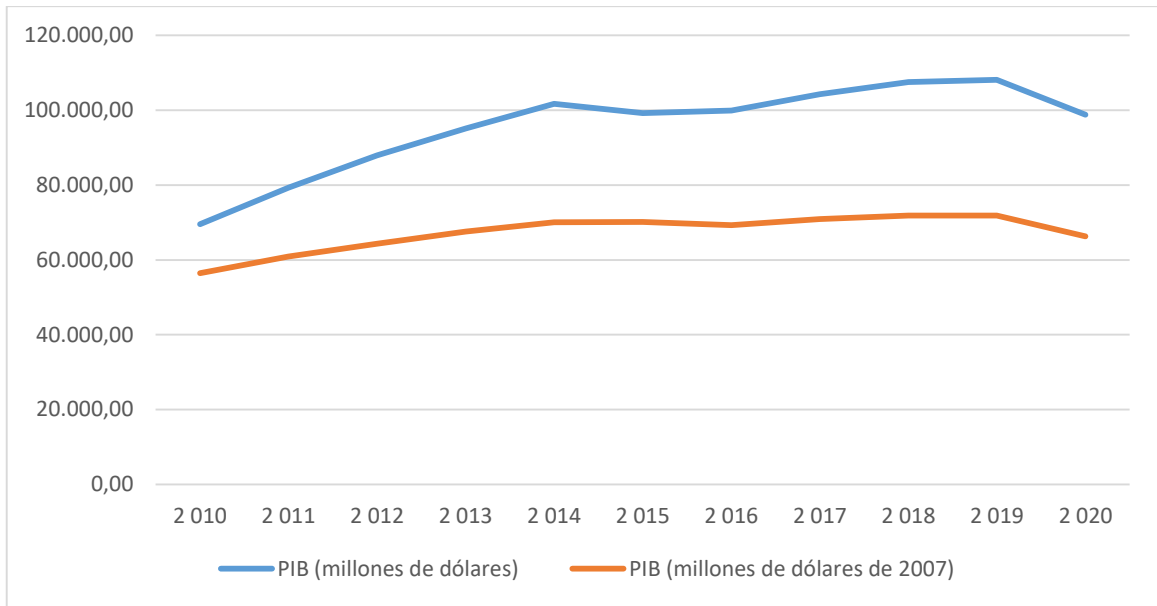
El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en los últimos tres años, sufrió el impacto de la pandemia de la COVID-19, razón por la cual, no ha podido alcanzar los niveles que tuvo en el año 2019, previo a la crisis sanitaria y económica que todavía vive el país y el mundo entero.

Al respecto, se expone en la siguiente tabla, la variación anual del PIB nacional, durante los años 2010 al 2020:

Tabla 3. *Producto Interno Bruto (PIB) anual. Millones de dólares. Años 2010-2020.*

<b>Año</b>	<b>PIB (millones de dólares)</b>	<b>PIB (millones de dólares de 2007)</b>	<b>Tasa de variación</b>
2 010	69.555,37	56.481,06	3,5
2 011	79.276,66	60.925,06	7,9
2 012	87.924,54	64.362,43	5,6
2 013	95.129,66	67.546,13	4,9
2 014	101.726,33	70.105,36	3,8
2 015	99.290,38	70.174,68	0,1
2 016	99.937,70	69.314,07	-1,2
2 017	104.295,86	70.955,69	2,4
2 018	107.562,01	71.870,52	1,3
2 019	108.108,01	71.879,22	0
2 020	98.808,01	66.308,49	-7,8

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2022).



*Figura 2. Producto Interno Bruto (PIB) anual. Millones de dólares. Años 2010-2020.*

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2022).

El Producto Interno Bruto ha tenido una tendencia de variación creciente, desde el año 2010 hasta el 2014, con mayor crecimiento en el 2011, donde se alcanzó 7,9% de incremento anual, sin embargo, en el 2015 el PIB solo aumentó 0,1%, para descender en el 2016 en 1,2%, volviendo a crecer en el 2017 y 2018, pero en menor medida, volviendo a decrecer en el 2020 en -7,8%.

Además, el Banco Central del Ecuador ha expuesto las siguientes variaciones del PIB nacional, expresados en millones de dólares del 2007, durante los trimestres de los años 2019, 2020 y 2021, como se puede apreciar en el siguiente esquema:

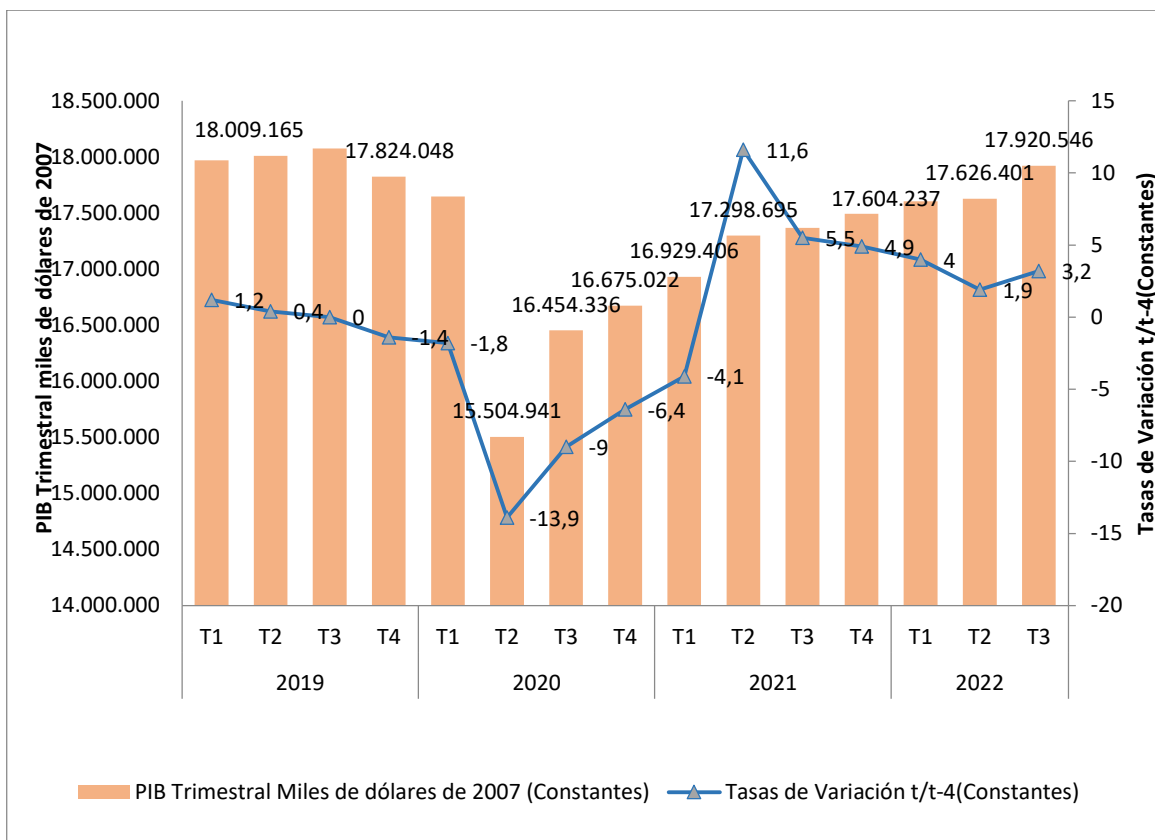


Figura 3. Producto Interno Bruto (PIB) trimestral. En millones de dólares de 2007. Años 2019–2021.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2022).

Se observa una reducción drástica del PIB correspondiente al -13,9%, durante el segundo trimestre del 2020, debido a que el 16 de marzo de aquel periodo anual, el Estado ecuatoriano decretó el primer confinamiento para minimizar el contagio comunitario de la COVID-19, a pesar que en los siguientes trimestres que siguieron hasta la culminación del año 2021, se avizoró un crecimiento paulatino del PIB, este incremento fue insuficiente, porque no alcanzó a llegar al PIB nacional del tercer trimestre del 2019.

Con relación a la participación de la pequeña y micro empresa en el Ecuador, según la variación del PIB obtenido en los últimos tres años, 2019, 2020 y 2021, se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 4. *Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.*

<b>Años</b>	<b>PIB de las PYMES del Ecuador</b>	<b>Variación</b>
2012	33.393	3,09%
2013	43.021	9,21%
2014	46.075	7,10%
2015	45.476	-1,30%
2016	42.490	-6,57%
2017	44.789	5,41%
2018	46.918	4,75%
2019	45.388	-3,26%
2020	32.476	-28,45%
2021	40.219	23,84%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021)

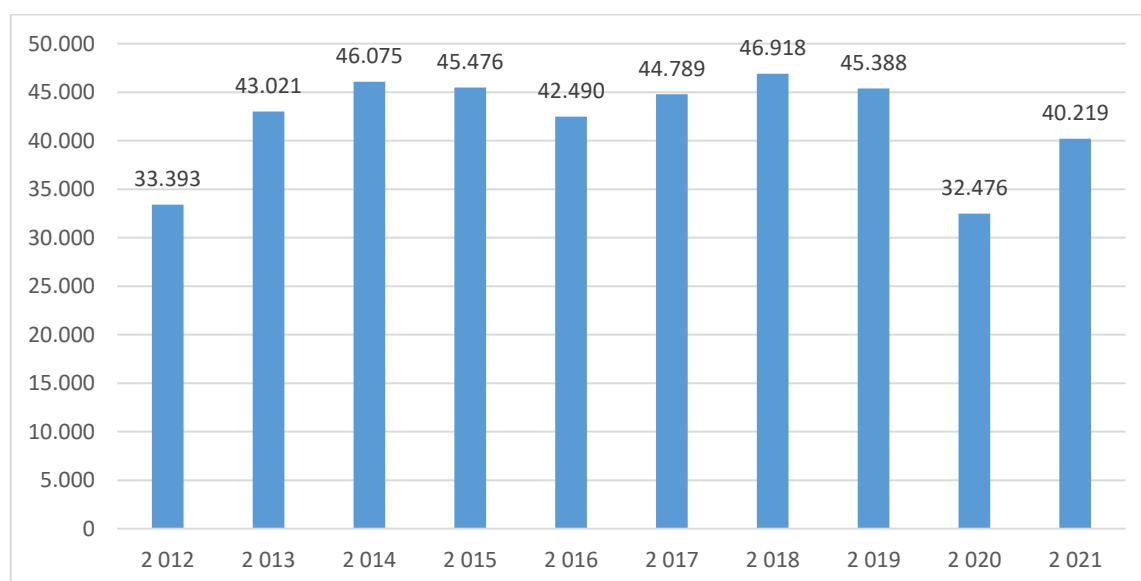


Figura 4. *Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.*

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021)

Se observa que las PYMES tuvieron crecimientos notables durante los años 2012 al 2014, sin embargo, su PIB cayó en el 2015 y 2016, en niveles del 1,30% y 6,57%, respectivamente, volviendo a crecer en el 2017 y 2018, en 4,75 y 3,26%, sin embargo, los años 2019 y 2020 fueron negativos nuevamente,

sobre el último año en mención, en donde apareció la pandemia COVID-19 en el país, que generó una caída de las PYMES en el 28,45%, para volver a crecer en 26,92% en el 2021, pero sin recuperar el nivel del 2019.

### 3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

El análisis comparativo guarda relación con la composición de las PYMES en el Ecuador, para lo cual, se optado por esquematizar la clasificación de las pequeñas y medianas empresas, en la ciudad de Guayaquil.

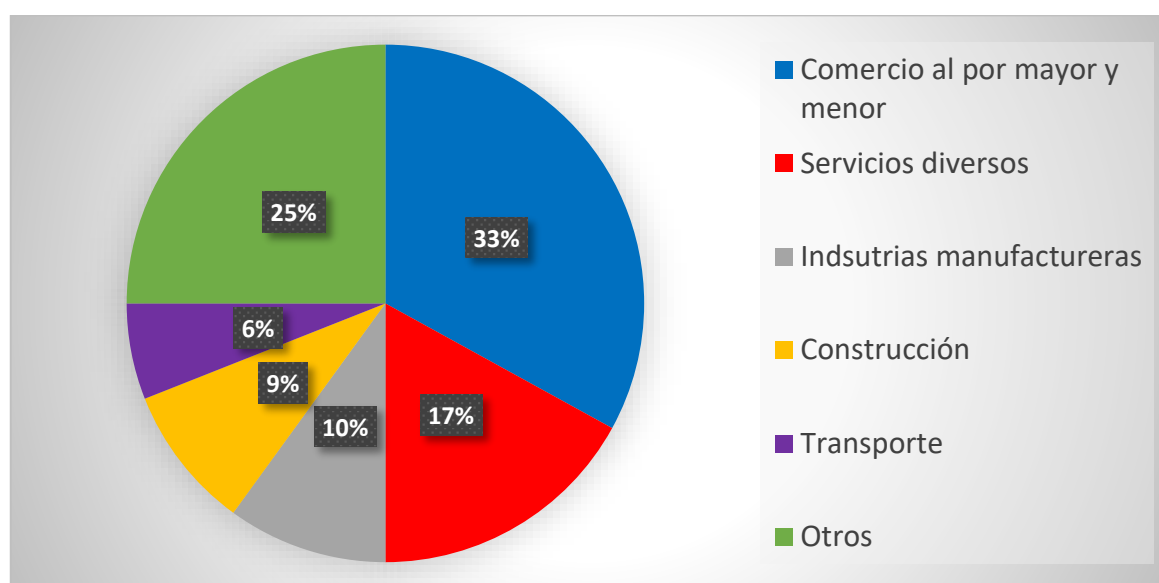


Figura 5. Composición de las PYMES de Guayaquil. En Porcentajes.

Fuente: Tomado del artículo de (Peña & Vega, 2020) que obtuvo los datos del Catastro de PYMES del Servicio de Rentas Internas.

De acuerdo a la información recopilada acerca de las PYMES de las 26.319 PYMES existentes en la ciudad de Guayaquil, la tercera parte (33%) se dedican al comercio al por mayor y menor, mientras que la sexta parte (17%) realizan tareas de servicios, mientras que 10% son manufactureras, 9% pertenecen al área de la construcción, 6% están en el transporte y la cuarta parte (25%) efectúan varias actividades.



Mientras tanto, la composición de las PYMES manufactureras de Guayaquil, según las variaciones que ha seguido el PIB en este sector productivo, se detallan seguidamente.

Tabla 5. *Composición de PYMES manufactureras de Guayaquil, según la variación del PIB anual. En porcentajes. Años 2019-2021.*

<b>Industrias manufactureras (variación primer trimestre)</b>	<b>2021 vs 2019</b>	<b>2021 vs 2020</b>
Procesamiento y conservación de pescados y otros productos acuáticos	18,2%	16,2%
Fabricación de productos del caucho y plástico	10,7%	14,6%
Elaboración de bebidas	2,2%	7,7%
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	-7,6%	5,9%
Elaboración de otros productos alimenticios	15,7%	5,7%
Procesamiento y conservación del camarón	15,1%	3,3%
Fabricación de papel y productos de papel	0,1%	2,1%
Procesamiento y conservación de carne	-1,5%	1,5%
Industria manufactureras ncp	3,0%	0,6%
Fabricación de muebles	-5,6%	0,2%
Fabricación de sustancias y productos químicos	-10,7%	-0,2%
Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	-4,4%	-0,4%
Fabricación de maquinaria y equipo	-11,6%	-0,5%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	-17,7%	-0,8%
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	0,7%	-0,9%
Elaboración de productos lácteos	-2,1%	-3,4%
Elaboración de tabaco	10,4%	-4,8%
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	-13,4%	-5,1%
Elaboración de azúcar	-2,9%	-5,8%
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	-6,4%	-6,2%
Producción de madera y de productos de madera	-24,8%	-12,5%
Fabricación de equipo de transporte	-44,4%	-19,3%

Fuente: Cámara de Industrias y Producción (Cámara de Industrias y Producción, 2021).

El análisis comparativo entre el PIB del primer periodo semestral del 2021, frente al mismo periodo del 2020, indicó que los sectores manufactureros agrupados a las PYMES de Guayaquil, que sufrieron mayor afectación por la

pandemia de COVID-19, fueron precisamente la fabricación de equipos de transporte, que tuvo un descenso del 19,3%, mientras que, la producción maderera también disminuyó 12,5%, en cambio, la producción cacaofera cayó 6,2%.

Sin embargo, el análisis comparativo del primer semestre del 2020 con relación al periodo similar del 2019, evidenciaron que los sectores manufactureros incluidos dentro de las PYMES guayaquileñas, que sufrieron mayor afectación, se orientaron a la fabricación de equipos de transporte, cuyo decrecimiento se situó en 44,4%, la manufactura maderera descendió 24,8%, y, la manufactura de minerales no metálicos cayó 17,7%.

Las PYMES industriales guayaquileñas estables en el primer semestre del 2021, en comparación al mismo periodo del 2020, fueron la manufactura de muebles (0,2%), de químicos (-0,2%), de aceites vegetales y/o animales (-0,4%). Mientras que, al comparar el primer semestre del 2020 con el 2019, la manufactura de panadería y fideos (0,7%) y de papel (0,1%), también permanecieron, casi cambios.

Por último, los sectores ganadores de PYMES manufactureras de Guayaquil, en el primer semestre del 2020-2019 y 2021-2020, fueron: manufactura de pescado (18,2% y 16,2%, respectivamente); industria de caucho y plástico (10,7% y 14,6%); industria camaronera (15,1% y 3,3%); y manufactura de productos alimenticios (15,7% y 5,7%).

### **3.3. Presentación de resultados**

Los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario de evaluación de aplicabilidad de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial, en las PYMES manufactureras de Guayaquil, escogidas en calidad de muestra de estudio, se presentan en las siguientes tablas y gráficos estadísticos.

### 3.3.1. Resultados de las encuestas aplicadas a los representantes de PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil

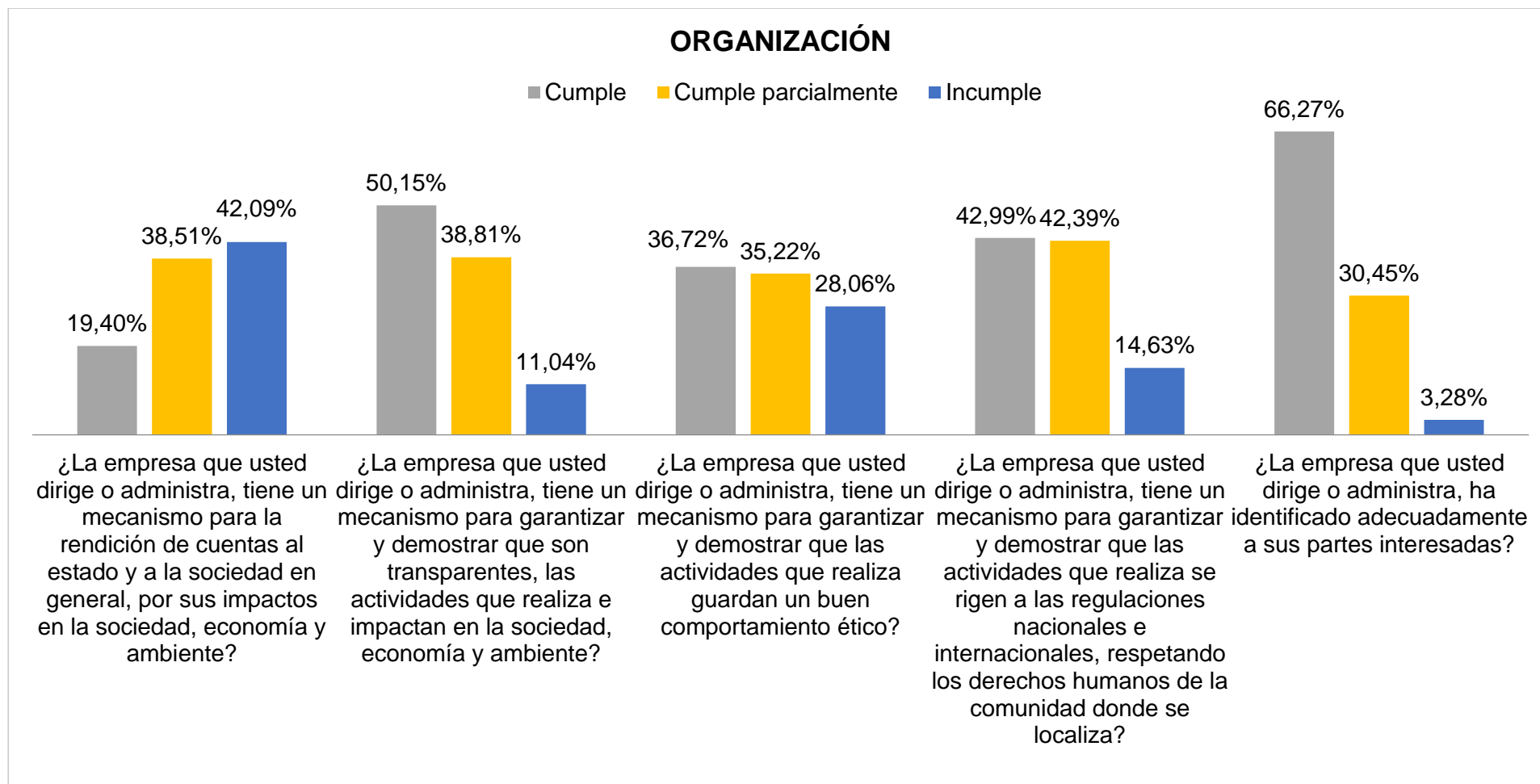


Figura 6. Organización

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Dentro de la dimensión de la organización, se englobaron interrogantes relacionados a la gestión de las PYMES del área de manufactura en la ciudad de Guayaquil, donde en primer lugar, se hace referencia a la existencia de un mecanismo para la redición de cuentas al estado y a la sociedad, reflejándose el incumplimiento en un 42,09% en estas empresas PYMES. En segundo lugar, la pregunta sobre garantizar y demostrar la transparencia de las actividades, obtuvo 50,15% de cumplimiento. La tercera interrogación concerniente a un mecanismo para garantizar y demostrar que, las actividades guardan un comportamiento ético, el 36,72% de los representantes encuestados expresó el cumplimiento de la misma. La cuarta pregunta hace mención, si las actividades se rigen a los derechos humanos de la comunidad, se encontró que 42,99% de las PYMES cumplen con esto. Y la última interrogante consistente en la identificación de las partes interesadas, se evidenció que 66,27% de empresas pequeñas y medianas cumple con ello.

Los hallazgos evidenciaron que, la mayoría de las PYMES manufactureras de la ciudad de Guayaquil, no cuentan con una estrategia para la redición de cuentas, por lo que, ha impactado en los sectores, donde la Responsabilidad Social Empresarial debe contribuir para su bienestar. Por otro lado, la mitad de los representantes manifestaron que, las actividades de su organización tienen nexos con la sociedad, economía y ambiente. Sin embargo, una porción menor de las PYMES, mostró un comportamiento ético aceptable en sus funciones, pero casi la mitad de estas organizaciones cumplen con un mecanismo de garantía de los derechos humanos, no obstante, en su mayoría, sí identificaron a sus partes interesadas para garantizar la continuidad de sus negocios.

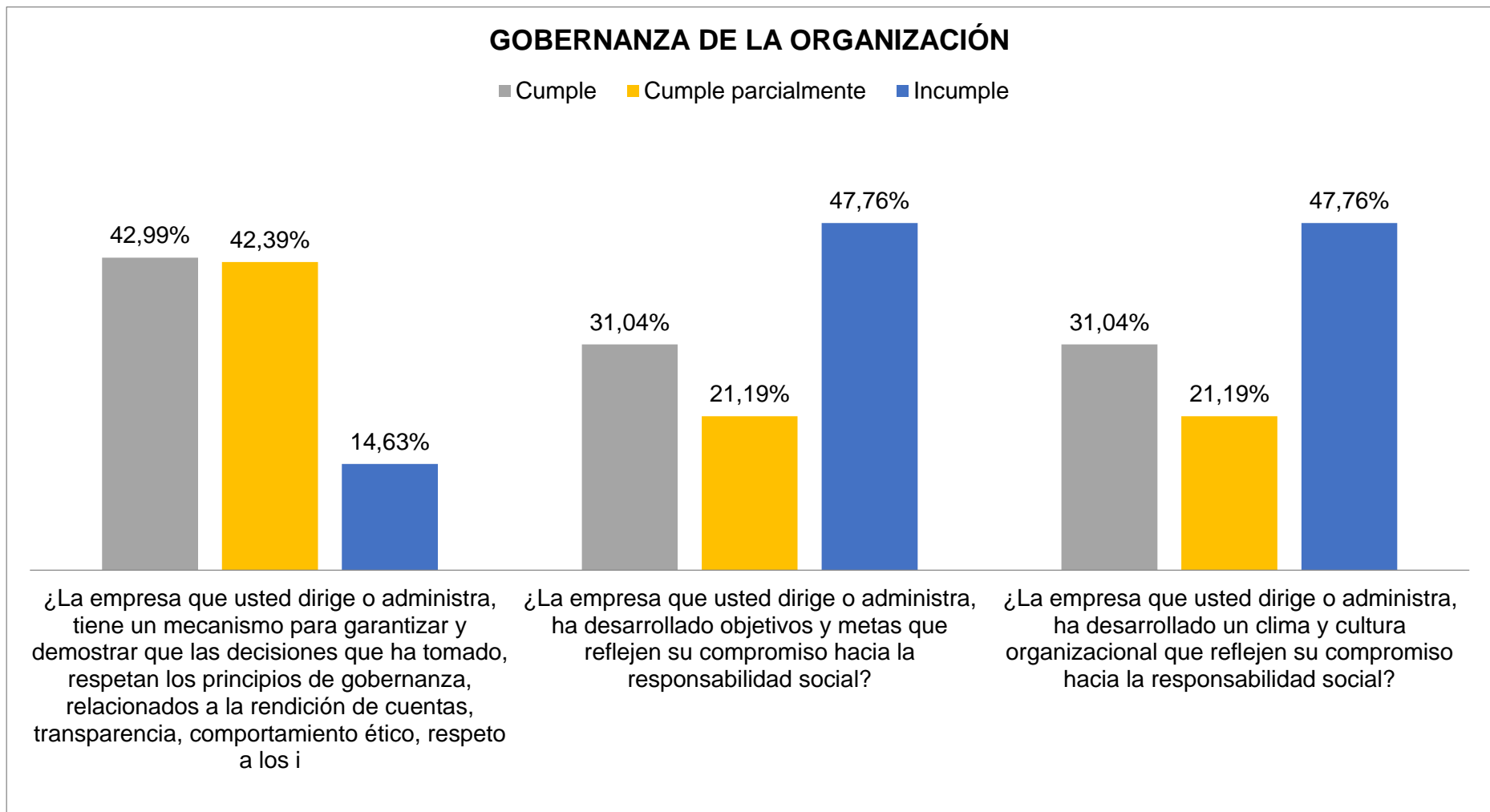
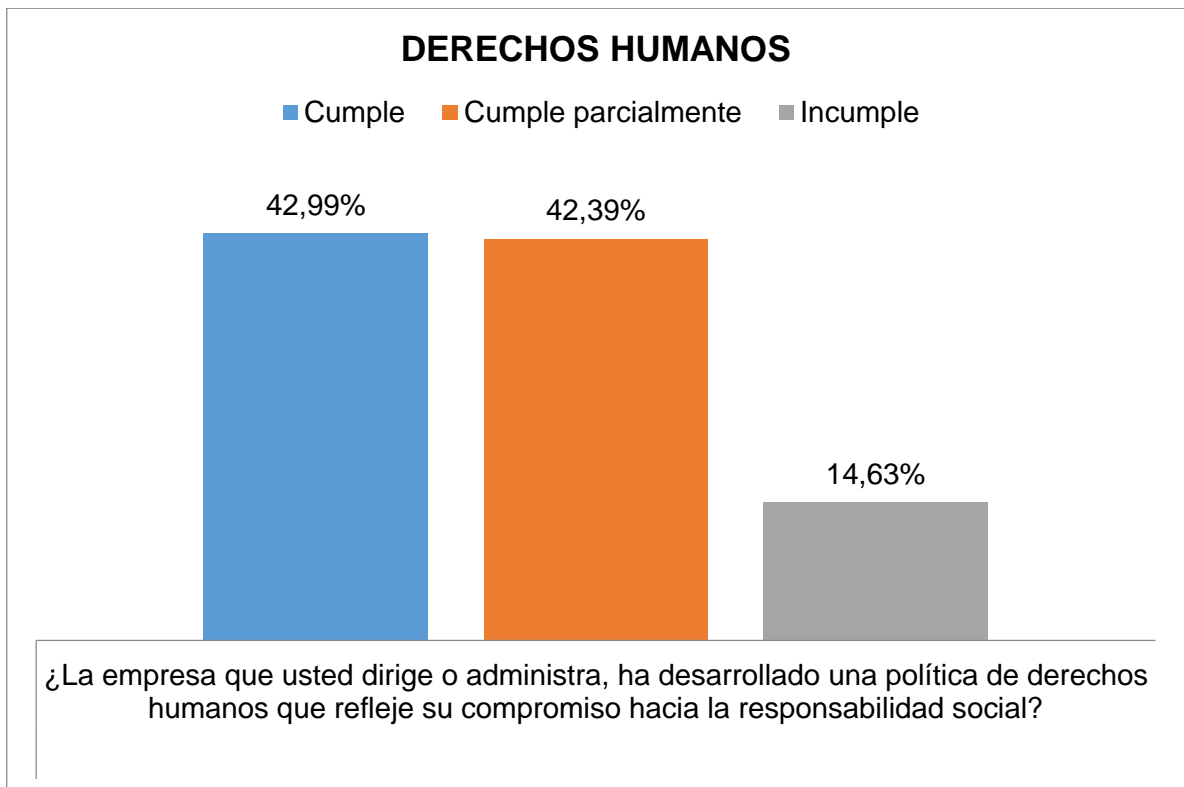


Figura 7. Gobernanza de la organización

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Dentro del componente de la gobernanza de la organización, se reflejaron los mecanismos para garantizar y demostrar que, las decisiones tomadas por los directivos de las PYMES de manufactura de Guayaquil, respetaron los principios de gobernanza, se obtuvo que, 42,99% de las empresas cumplen con ello. Mientras que, con el desarrollo de objetivos y metas relacionados a la Responsabilidad Social Corporativa, se mostró incumplimiento de 47,76%. Asimismo, con la interrogante de efectuar un clima adecuado basado en el compromiso de la RSE, también se reflejó 47,76% de incumplimiento, por parte de las PYMES.

Los hallazgos evidenciaron que, casi la mitad de los representantes encuestados, cumplen garantizando decisiones para el respeto de los principios de gobernanza, mismas que, se sujetaron al comportamiento ético, al respeto por los intereses de las partes involucradas, a los derechos humanos de los trabajadores y a la sociedad. Sin embargo, estas PYMES manufactureras todavía no tienen claro como cumplir con los objetivos, propósitos con relación a la RSE, además que, tampoco han proporcionado un clima ni una cultura organizacional que se asocie al compromiso de la responsabilidad social.



*Figura 8. Derechos humanos*

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Al respecto de la dimensión de los derechos humanos, donde la interrogante hace mención, al desarrollo de una política sobre este componente y el compromiso de la RSE, se refleja que el 42,99% de los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil, cumplen con ello. De acuerdo con el resultado obtenido, casi la mayoría de los encuestados, han considerado importante desarrollar este tipo de acción, con el fin de, respetar los principios de defensa y protección de los derechos de las personas, mismo que, se ve reflejado como un factor positivo para estas organizaciones, debido a que, existe un compromiso con la responsabilidad social y con los sectores vulnerables.

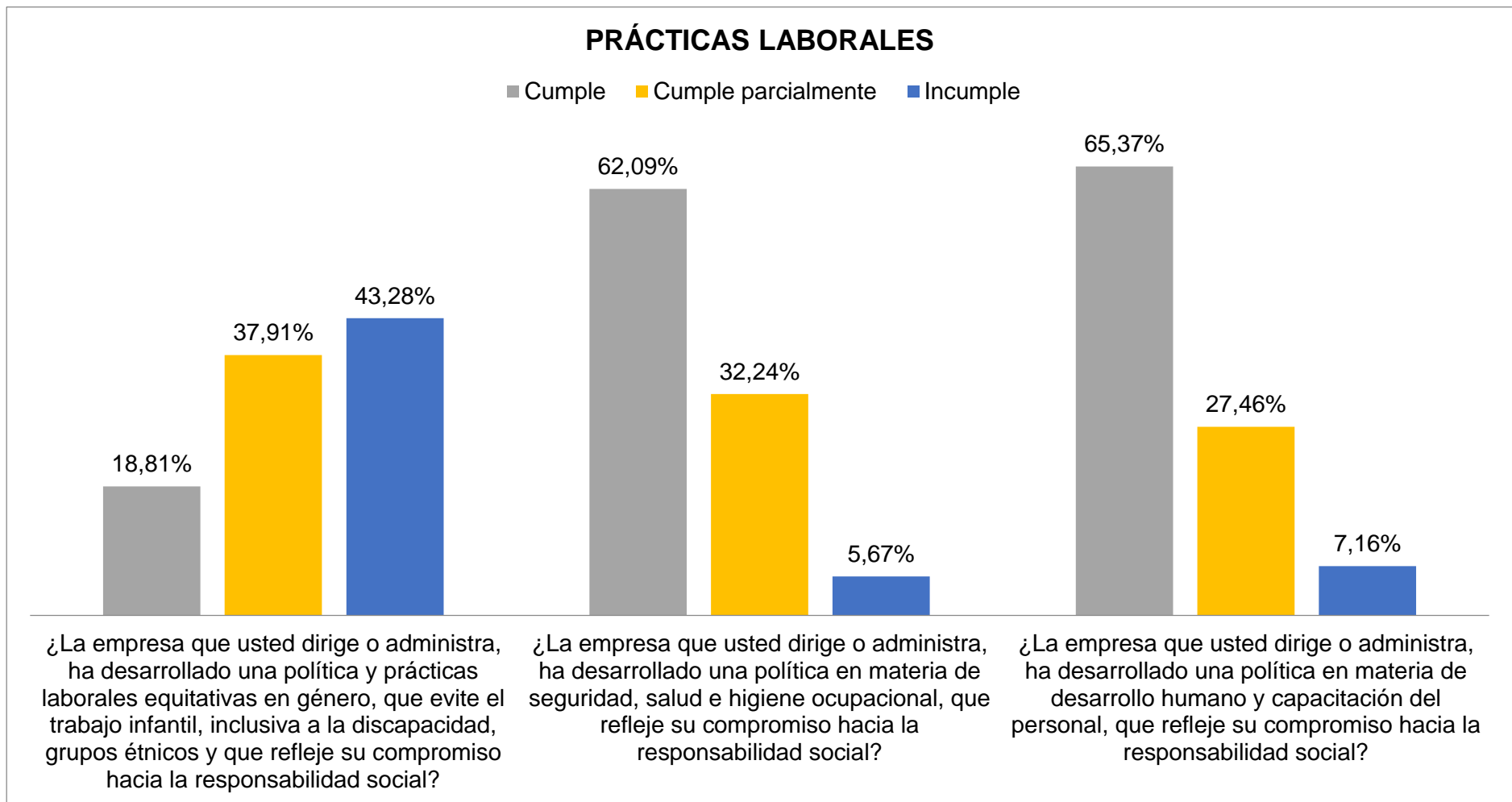


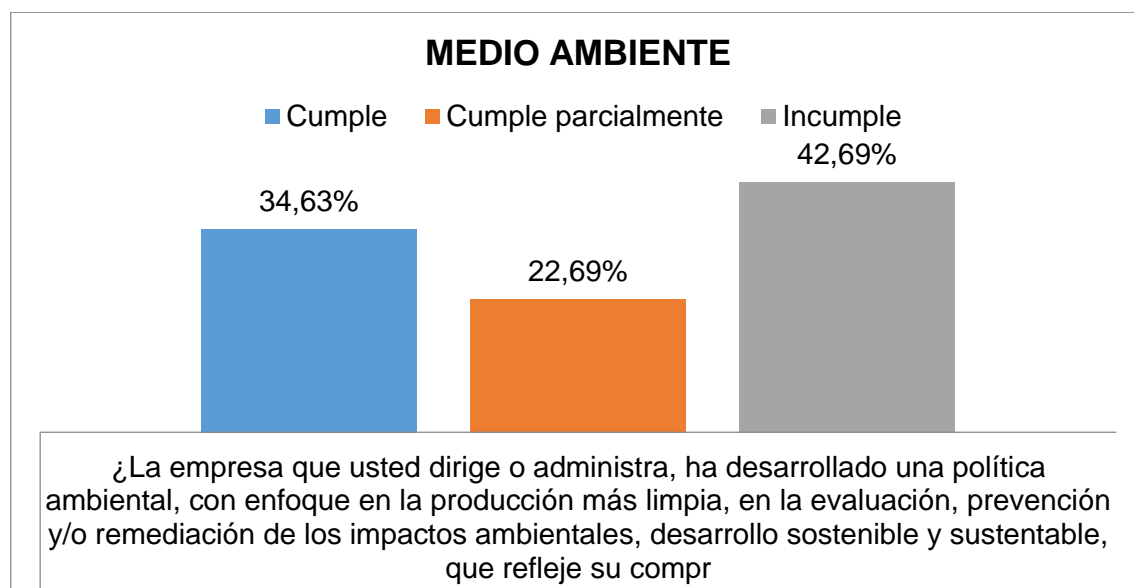
Figura 9. Prácticas laborales

Fuente: Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.



Con relación a la dimensión de las prácticas laborales, se obtuvo que, el desarrollo de política y prácticas laborales equitativas en las PYMES manufactureras de Guayaquil, reflejó 43,28% de incumplimiento. Sin embargo, en materia de seguridad, salud e higiene laboral, se demostró cumplimiento de 62,09%, de la misma manera, se evidenció 65,37% de cumplimiento en el desarrollo de una política en materia de desarrollo humano y capacitación del personal.

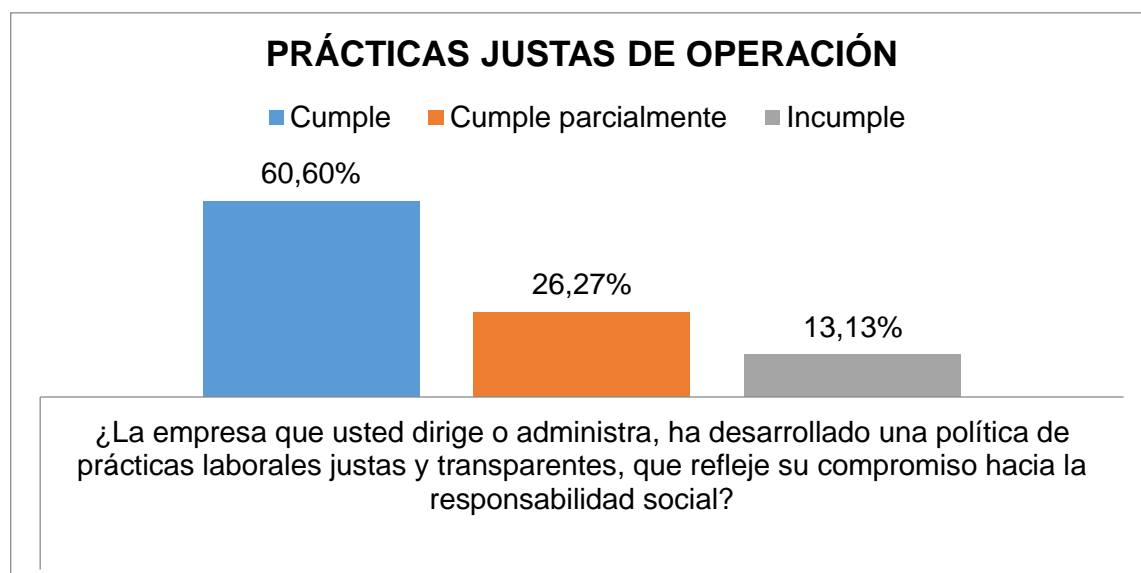
La información descrita sobre las prácticas laborales, evidenció una situación que puede acarrear resultados negativos, debido a la inexistencia de una política que asegure y garantice la equidad de género y el respeto de los derechos de los grupos étnicos, así como otros compromisos que la responsabilidad social, los señala como prioritario. No obstante, más de la mitad de los representantes expresaron cumplir con la política en temas de seguridad laboral, para beneficio de los trabajadores, porque las PYMES mantienen la capacitación de su personal, para que continúen obteniendo conocimientos sobre su comportamiento a favor de su propio bienestar laboral y el compromiso con la RSE.



*Figura 10. Medio ambiente*

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Por otro lado, el componente del medio ambiente, señala sobre la política ambiental, la cual la incumplieron el 42,69% de las PYMES de manufactura de Guayaquil, hallazgo que, refleja un problema en el orden de la protección ambiental, debido a que, no se ha demostrado el compromiso por mantener un ambiente sano, para las futuras generaciones. Por otro lado, la falta de una producción limpia, sin impactos ambientales, puede influir en la sustentabilidad y sostenibilidad de las PYMES. Además, que, el principal objetivo de la Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a contribuir con un medio ambiente adecuado, fuera de contaminantes, manteniendo la prevención y remediación de la contaminación en las fuentes no renovables, para su protección.



*Figura 11. Prácticas justas de operación*

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Respecto a la dimensión de las prácticas justas de operación, esta estuvo direccionada al desarrollo de una política justa y transparente, donde 60,60% de PYMES manufactureras, expresaron su cumplimiento. La información indicó que, más de la mitad de los encuestados respondieron positivamente, lo que, favorece a los trabajadores de cada una de estas compañías, debido a que, su trabajo ha sido considerado como parte del compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial, además, las PYMES cumplieron con los objetivos empresariales, obligaciones legales, contractuales y sociales.

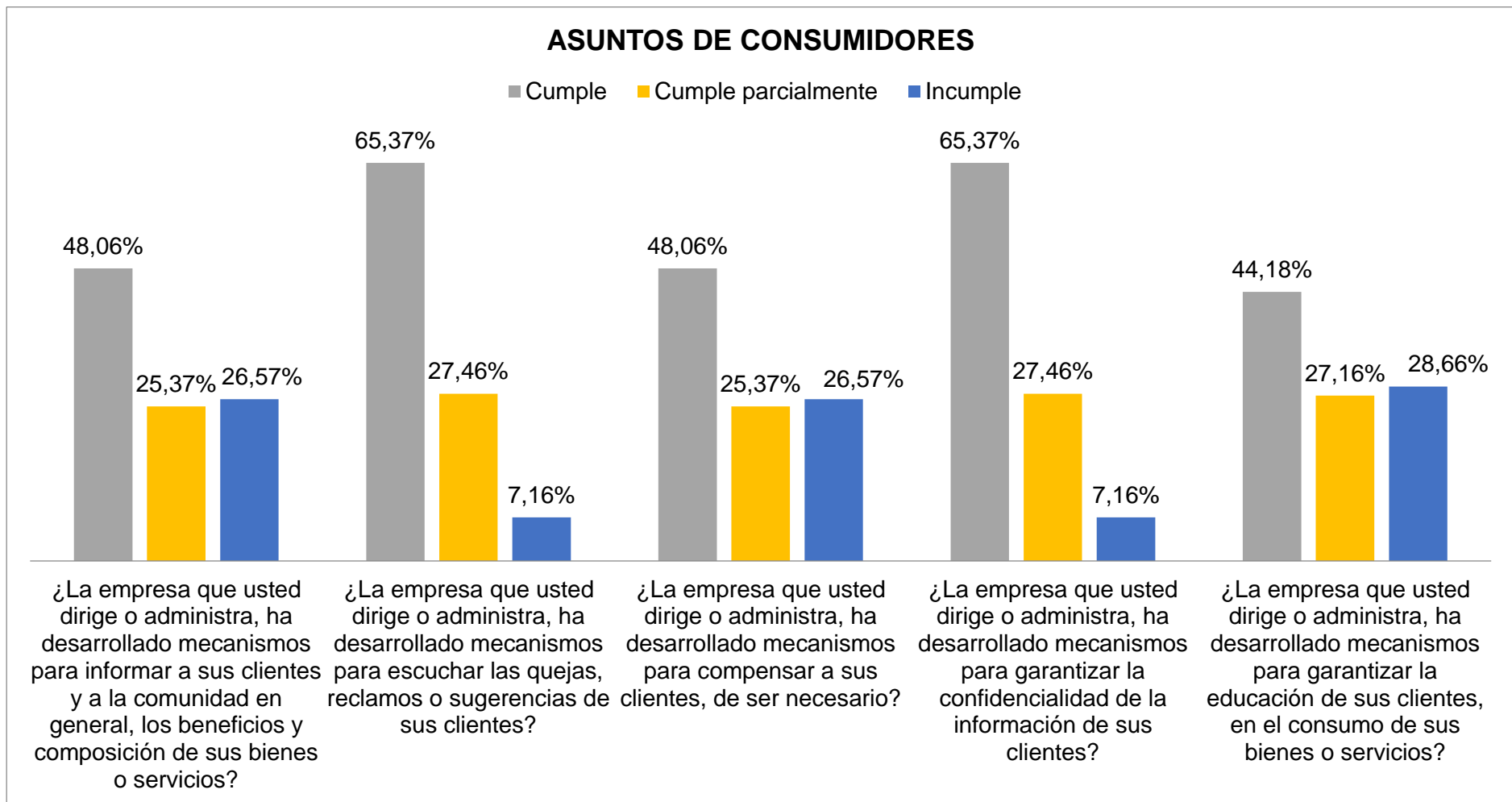


Figura 12. Asuntos de consumidores

Fuente: Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Dentro del componente de asuntos concernientes a los consumidores, se hizo referencia a los mecanismos para informar a los clientes, donde se obtuvo que 48,06% de las PYMES guayaquileñas de manufactura, cumplen con esta premisa. Por otro lado, el desarrollo de mecanismos para escuchar quejas o sugerencia de los consumidores, también indicó 65,37% de cumplimiento, de parte de los representantes de las PYMES. Con relación a la compensación, casi la mitad (48,06%) de encuestados, afirmaron cumplir con esta acción. Mientras que, con respecto a la confidencialidad de información, 65,37% expresaron que garantizaron la reserva de datos personales y, por último, en la educación de sus clientes se reflejó un cumplimiento de 44,18%.

Mediante los hallazgos descritos, se pudo evidenciar que, la mayoría de las PYMES cumplieron con el mantenimiento de mecanismos, para favorecer la satisfacción de sus clientes, sobre todo en el ámbito de la confidencialidad de la información, la educación del cliente y la atención de las sugerencias de los consumidores, para proteger su bienestar, señalando, además, algunos mecanismos para la compensación de los clientes que no hayan podido satisfacer adecuadamente sus expectativas.

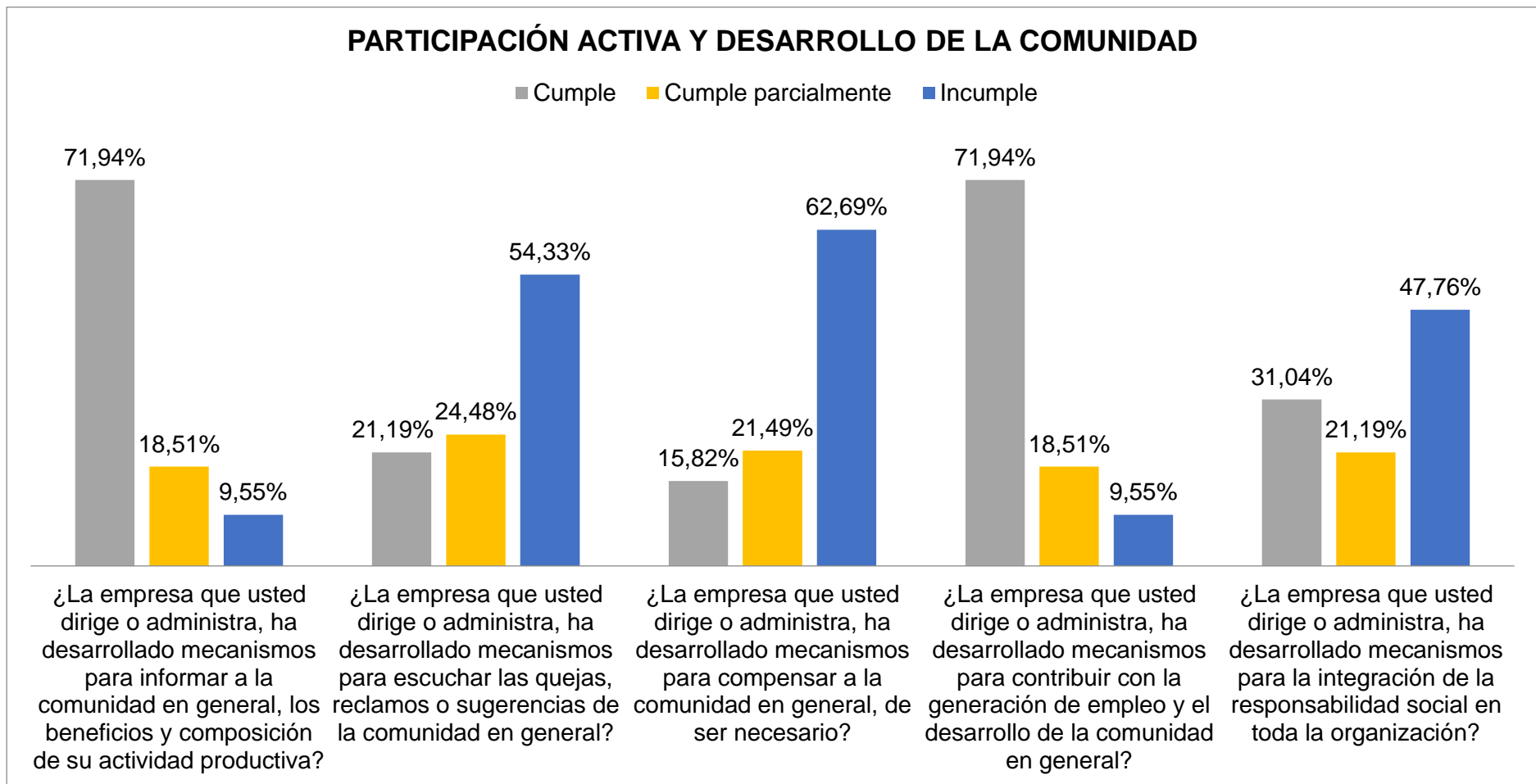


Figura 13. Participación activa y desarrollo de la comunidad

Fuente: Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Como parte del componente de participación activa y desarrollo de la comunidad, se hizo referencia a los mecanismos para informar a la comunidad, donde se obtuvo que 71,94% de las PYMES del sector manufactura de Guayaquil, cumplen con esta premisa.

Por otro lado, el desarrollo de mecanismos para escuchar quejas o sugerencia de los clientes, obtuvo 54,33% de incumplimiento, de parte de los representantes de las PYMES. Con relación a la compensación de la comunidad, 62,69% de encuestados incumplen con esta acción.

Mientras que, con respecto a la generación de empleo y desarrollo comunitario, 71,94% de PYMES expresaron que con sus decisiones tratan de garantizar el trabajo en la población, y, por último, en la integración de la responsabilidad social en la comunidad, se reflejó un incumplimiento de 47,76%.

Mediante los hallazgos descritos, se pudo evidenciar que, la mayoría de las PYMES incumplen con escuchar las sugerencias de la comunidad, porque tampoco compensan a la ciudadanía por el daño que puedan recibir, debido a las operaciones de estas empresas. A pesar de ello, las acciones de las PYMES, para permanecer en el mercado, garantizan el empleo de la comunidad.

Con relación a la inversión per cápita en RSE, por parte de cada una de las PYMES manufactureras de Guayaquil pertenecientes a la muestra, se citan los siguientes resultados:

Tabla 6. Ingresos per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.

Montos	Frecuencia															
	2 017	%	Marca clase	Producto \$	2 018	%	Producto \$	2 019	%	Producto \$	2 020	%	Producto \$	2 021	%	Producto \$
<\$5.000,00	49	14,63%	\$2.500,00	\$122.500,00	42	12,54%	\$105.000,00	45	13,43%	\$112.500,00	74	22,09%	\$185.000,00	65	19,40%	\$162.500,00
\$5.000,00 a \$9.999,00	69	20,60%	\$7.500,00	\$517.500,00	64	19,10%	\$480.000,00	67	20,00%	\$502.500,00	89	26,57%	\$667.500,00	74	22,09%	\$555.000,00
\$10.000,00 a \$14.999,00	85	25,37%	\$12.500,00	\$1.062.500,00	77	22,99%	\$962.500,00	78	23,28%	\$975.000,00	70	20,90%	\$875.000,00	75	22,39%	\$937.500,00
\$15.000,00 a \$19.999,00	77	22,99%	\$17.500,00	\$1.347.500,00	83	24,78%	\$1.452.500,00	82	24,48%	\$1.435.000,00	68	20,30%	\$1.190.000,00	72	21,49%	\$1.260.000,00
\$20.000,00 a \$24.999,00	45	13,43%	\$22.500,00	\$1.012.500,00	55	16,42%	\$1.237.500,00	54	16,12%	\$1.215.000,00	32	9,55%	\$720.000,00	37	11,04%	\$832.500,00
\$25.000,00 a \$29.999,00	5	1,49%	\$27.500,00	\$137.500,00	6	1,79%	\$165.000,00	5	1,49%	\$137.500,00	2	0,60%	\$55.000,00	8	2,39%	\$220.000,00
\$30.000,00 a \$34.999,00	3	0,90%	\$32.500,00	\$97.500,00	4	1,19%	\$130.000,00	2	0,60%	\$65.000,00	0	0,00%	\$0,00	2	0,60%	\$65.000,00
\$35.000,00 a \$39.999,00	2	0,60%	\$37.500,00	\$75.000,00	2	0,60%	\$75.000,00	1	0,30%	\$37.500,00	0	0,00%	\$0,00	2	0,60%	\$75.000,00
\$40.000,00 a \$44.999,00	0	0,00%	\$42.500,00	\$0,00	1	0,30%	\$42.500,00	1	0,30%	\$42.500,00	0	0,00%	\$0,00	0	0,00%	\$0,00
\$45.000,00 a \$49.999,00	0	0,00%	\$47.500,00	\$0,00	1	0,30%	\$47.500,00	0	0,00%	\$0,00	0	0,00%	\$0,00	0	0,00%	\$0,00
\$50.000,00 a más		0,00%	\$52.500,00	\$0,00		0,00%	\$0,00		0,00%	\$0,00		0,00%	\$0,00		0,00%	\$0,00
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>100,00%</b>		<b>\$4.372.500,00</b>	<b>335</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$4.697.500,00</b>	<b>335</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$4.522.500,00</b>	<b>335</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$3.692.500,00</b>	<b>335</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$4.107.500,00</b>
<b>Promedio</b>				<b>\$13.052,24</b>			<b>\$14.022,39</b>			<b>\$13.500,00</b>			<b>\$11.022,39</b>			<b>\$12.261,19</b>

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Tabla 7. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.

Años	Inversión per cápita promedio en RSE	Variación %
2 017	\$13.052,24	
2 018	\$14.022,39	7,43%
2 019	\$13.500,00	-3,73%
2 020	\$11.022,39	-18,35%
2 021	\$12.261,19	11,24%

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

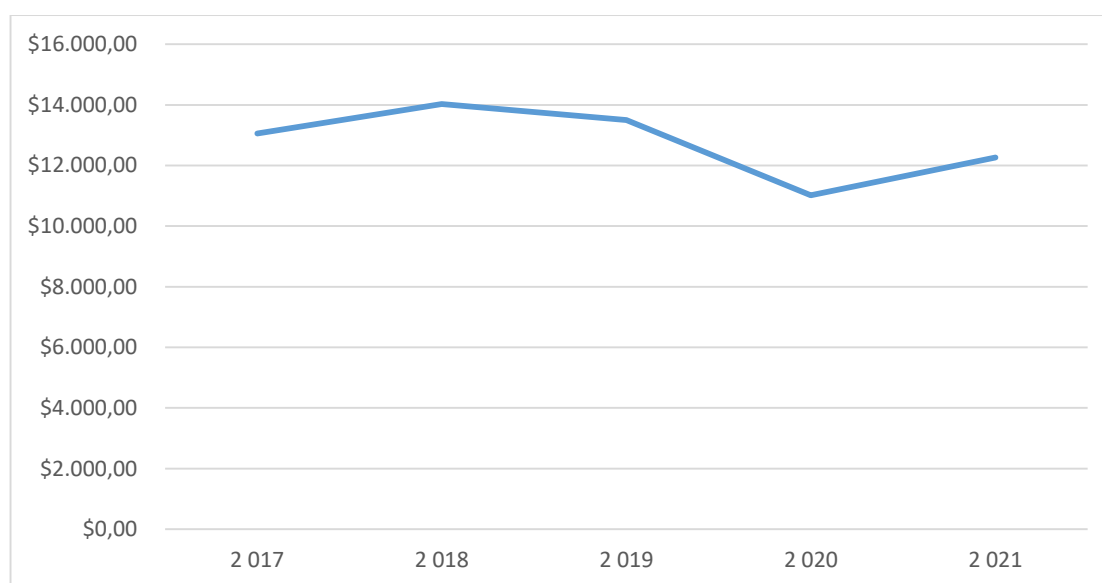


Figura 14. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Los resultados evidenciaron que, en el año 2018, hubo un crecimiento de 7,43% en la inversión per cápita promedio en RSE, mientras que en el 2019 hubo un decrecimiento del 3,73%, que fue más pronunciada en el 2020, como consecuencia de la pandemia, donde se observó una caída de 18,35% y que, a pesar de volver a incrementar 11,24% en el 2021, sin embargo, no alcanzó los mismos niveles del 2019, ni siquiera comparándolos con el año 2017.

Además, se realizó la siguiente prueba de correlación, para estimar la asociación entre la inversión per cápita de cada PYME manufacturera de la ciudad de Guayaquil en RSE y la variación del PIB de las pequeñas y medianas empresas, bajo la siguiente hipótesis:



- $H_0$  = La inversión per cápita de cada PYME manufacturera de la ciudad de Guayaquil en RSE no varió proporcionalmente con relación al PIB de las pequeñas y medianas empresas
- $H_1$  = La inversión per cápita de cada PYME manufacturera de la ciudad de Guayaquil en RSE varió proporcionalmente con relación al PIB de las pequeñas y medianas empresas

Se aplicó la prueba estadística del coeficiente de Pearson, para determinar si la hipótesis planteada es verdadera o falsa, reconociendo que un p-valor  $<0,001$  y un coeficiente de Pearson mayor a 0,90, evidenciaría asociación entre las variables del estudio. Para el efecto, se tabularon los datos y resultados obtenidos:

Tabla 8. *Cálculo del coeficiente de Pearson*

<b>Años</b>	<b>Inversión per cápita promedio de PYME manufacturera de Guayaquil en RSE</b>	<b>PIB PYMES</b>
2 017	\$13.052,24	\$44.789,00
2 018	\$14.022,39	\$46.918,00
2 019	\$13.500,00	\$45.388,00
2 020	\$11.022,39	\$32.476,00
2 021	\$12.261,19	\$40.219,00
Pearson	0,98	
P-valor	$<0,001$	

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Los resultados evidenciaron un coeficiente de Pearson de 0,98 y un p-valor  $<0,001$ , el cual evidenció que, en efecto, se destaca que, es correcta la hipótesis alternativa, por consiguiente, la inversión per cápita de cada PYME manufacturera de la ciudad de Guayaquil en RSE varió proporcionalmente con relación al PIB de las pequeñas y medianas empresas.

### **3.3.2. Discusión de resultados**

Los hallazgos evidenciados, indicaron la composición del sector manufacturero de Guayaquil y su participación en el PIB del Ecuador en los últimos cinco años, observándose que desde el año 2018, en donde el PIB de las PYMES

manufactureras creció en 4,75%, estos indicadores descendieron en 3,26% y 28,45%, en el 2019 y 2020, respectivamente, y, a pesar de aumentar en 23,84% en el 2021, no alcanzó los niveles pre pandemia. Se evidenció además que, la fabricación de equipos de transporte, la producción maderera y cacaoera, cayeron en niveles superiores al 10%, durante los años 2020y 2021, respectivamente, siendo los sectores de PYMES, donde hubo mayores pérdidas económicas por la pandemia.

Al respecto, según Ruiz (2021), la pandemia de COVID-19, ha agravado la crisis ya existente en las PYMES manufactureras de Latinoamérica y del Ecuador, debido a las altas cargas impositivas, difícil acceso al crédito, la caída de sus ingresos y activos, el alto endeudamiento y la falta de estrategias que puedan coadyuvar a la recuperación de este sector económico, en el escenario post pandemia.

La participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de responsabilidad social empresarial en los últimos cinco años, fue decreciente en términos generales, demostró limitaciones en la gobernanza, políticas de derechos humanos, de protección ambiental y en participación activa en la comunidad, con incumplimientos superiores al 40% de estas organizaciones, con n mejor cumplimiento en materia de consumidores, prácticas laborales, sobre todo en materia de seguridad y salud ocupacional, con 65% de cumplimiento.

Los resultados obtenidos coincidieron con los obtenidos en la investigación de Padilla y Gutiérrez (2022), que demostraron prácticas legales y económicas, aplicadas por las PYMES, según las regulaciones gubernamentales, en el 75% de casos, pero con mayor debilidad en lo inherente a la ausencia de políticas ambientales y prácticas dirigidas al bienestar de la comunidad, donde solo se alcanzó el 55% de cumplimiento, cifras mayores a los hallazgos plasmados en este estudio.

En consecuencia, la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en los últimos cinco años, indicó mediante un

coeficiente de Pearson de 0,98 y un p-valor  $<0,001$  que, la inversión per cápita de cada PYME manufacturera ubicada en la ciudad de Guayaquil en RSE varió proporcionalmente con relación a la tendencia del PIB de las pequeñas y medianas empresa.

Estos resultados coincidieron con los hallazgos del estudio de Álvarez et al. (2021), quienes obtuvieron un alfa de Cronbach de 0,7, al asociar las dimensiones de las RSE de las PYMES y la variación de las PIB de este sector económico, el cual, a pesar de ser menor al obtenido en este estudio, demuestran un alto nivel de correlación de las variables en estudio, que ponen de manifiesto, la importancia de elaborar un plan estratégico de RSE para mejorar el crecimiento de las PYMES manufactureras de Guayaquil, durante el periodo post pandemia que se avecina.

## **CAPÍTULO IV. PROPUESTA**

### **4.1. Justificación**

El principal hallazgo de la investigación, ha puesto de manifiesto una reducción de los ingresos (PIB) de las pequeñas y medianas compañías del sector manufacturero, durante los dos primeros años de la pandemia, que coincidió con la disminución de la inversión per cápita promedio de cada PYME manufacturera de Guayaquil, en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Además de ello, se pudo evidenciar limitaciones en varios componentes de la Responsabilidad Social Empresarial, como es el caso de la gobernanza, las políticas de derechos humanos, además de las políticas de protección ambiental y la participación activa en la comunidad, que justifican el desarrollo de la propuesta del diseño de un plan estratégico de responsabilidad social empresarial en el crecimiento económico de las PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Guayaquil.

Se mantiene la expectativa de que, con el diseño de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, se podrá fortalecer el crecimiento económico de este sector económico, para promover su reactivación en el periodo post – pandemia que se avecina.

Los principales beneficiarios de la propuesta, serán sin duda alguna, la población en general que, podrá obtener fuentes de trabajo en un periodo donde el estado está tratando de luchar contra el desempleo y/o mantener su estabilidad laboral, como producto del esperado crecimiento de las PYMES manufactureras, al diseñar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial.

## **4.2. Propósito general**

Diseñar un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

### **1.5.4. Objetivos específicos**

- Realizar el análisis externo de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.
- Realizar el análisis interno de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.
- Plantear estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, a partir del análisis FODA.

## **4.3. Desarrollo**

La propuesta se clasifica en tres partes, la primera que enfatiza en el análisis externo de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, con relación a la Responsabilidad Social Empresarial, la segunda que indica el análisis interno de estas organizacionales dedicadas a la producción de bienes, culminando con la elaboración de la matriz FODA, en donde se destacan las estrategias para el crecimiento de estas empresas, con relación a RSE.

### **4.3.1. Análisis externo de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.**

La evaluación de los factores externos que están favoreciendo o afectando a las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, se ha realizado utilizando la herramienta PESTEL, que es la abreviatura de cada una de las áreas macro del entorno empresarial, es decir, los aspectos político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

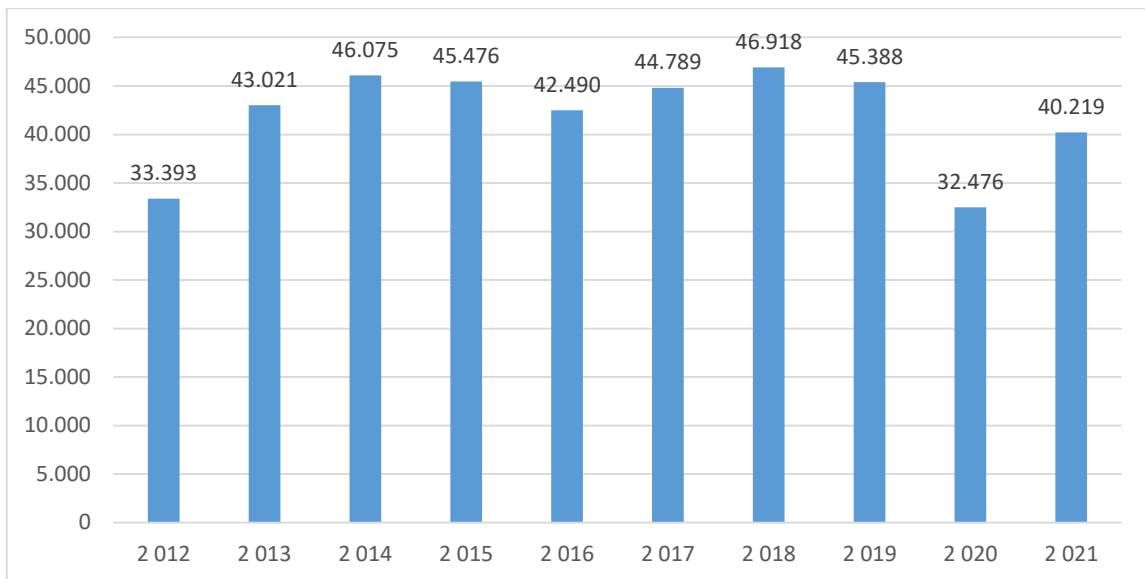
#### **4.3.1.1. Factores Políticos.**

La política gubernamental del Ecuador, en materia de Responsabilidad Social Empresarial, se asocia al control del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que también protegen los derechos de los trabajadores, de la comunidad y de los consumidores, en general, para lo cual, el Ministerio de Industria y Productividad, en el año 2016, estipuló como política, la frase hace bien y hace mejor, para impulsar el cumplimiento de los ODS en el país, que también implicaban un incentivo para el establecimiento de RSE en la empresa privada, principalmente, situación que ha sido favorable para la implementación de RSE en las PYMES manufactureras, más allá del cumplimiento de esta política (Ormaza J. , Ochoa, Ramírez, & Quevedo, 2022).

Esta situación de las PYMES manufactureras, que se conjuga con los ODS pertinentes a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, es favorable para que las organizaciones pertenecientes a este sector productivo, puedan implementar estrategias que permitan el fortalecimiento del cumplimiento de la norma ISO 26000, inherente a RSE, en sus respectivas empresas.

#### **4.3.1.2. Factores Económicos.**

La participación de la pequeña y micro empresa en el Ecuador, según la variación del PIB obtenido en los últimos tres años, 2019, 2020 y 2021, se presenta en la siguiente figura:



*Figura 15.* Producto Interno Bruto (PIB) de las PYMES del Ecuador. Millones de dólares. Años 2010-2020.

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021)

Se observó que las PYMES tuvieron crecimientos notables durante los años 2012 al 2014, sin embargo, su PIB cayó en el 2015 y 2016, en niveles del 1,30% y 6,57%, respectivamente, volviendo a crecer en el 2017 y 2018, en 4,75 y 3,26%, sin embargo, los años 2019 y 2020 fueron negativos nuevamente, sobre el último año en mención, en donde apareció la pandemia COVID-19 en el país, que generó una caída de las PYMES en el 28,45%, para volver a crecer en 26,92% en el 2021, pero sin recuperar el nivel del 2019.

Mientras tanto, la composición de las PYMES manufactureras de Guayaquil, por sectores económicos, según las variaciones que ha seguido el PIB en este sector productivo, se detallan seguido.

Tabla 9. Composición de PYMES manufactureras de Guayaquil, según la variación del PIB anual. En porcentajes. Años 2019-2021.

Industrias manufactureras (variación primer trimestre)	2021 vs 2019	2021 vs 2020
Procesamiento y conservación de pescados y otros productos acuáticos	18,2%	16,2%
Fabricación de productos del caucho y plástico	10,7%	14,6%
Elaboración de bebidas	2,2%	7,7%
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	-7,6%	5,9%
Elaboración de otros productos alimenticios	15,7%	5,7%
Procesamiento y conservación del camarón	15,1%	3,3%
Fabricación de papel y productos de papel	0,1%	2,1%
Procesamiento y conservación de carne	-1,5%	1,5%
Industria manufactureras ncp	3,0%	0,6%
Fabricación de muebles	-5,6%	0,2%
Fabricación de sustancias y productos químicos	-10,7%	-0,2%
Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	-4,4%	-0,4%
Fabricación de maquinaria y equipo	-11,6%	-0,5%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	-17,7%	-0,8%
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	0,7%	-0,9%
Elaboración de productos lácteos	-2,1%	-3,4%
Elaboración de tabaco	10,4%	-4,8%
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	-13,4%	-5,1%
Elaboración de azúcar	-2,9%	-5,8%
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	-6,4%	-6,2%
Producción de madera y de productos de madera	-24,8%	-12,5%
Fabricación de equipo de transporte	-44,4%	-19,3%

Fuente: Cámara de Industrias y Producción (Cámara de Industrias y Producción, 2021).

El análisis comparativo entre el PIB del primer periodo semestral del 2021, frente al mismo periodo del 2020, indicó que los sectores manufactureros agrupados a las PYMES de Guayaquil, que sufrieron mayor afectación por la pandemia de COVID-19, fueron precisamente la fabricación de equipos de transporte, que tuvo un descenso del 19,3%, mientras que, la producción maderera también disminuyó 12,5%, en cambio, la producción cacaotera cayó 6,2%.

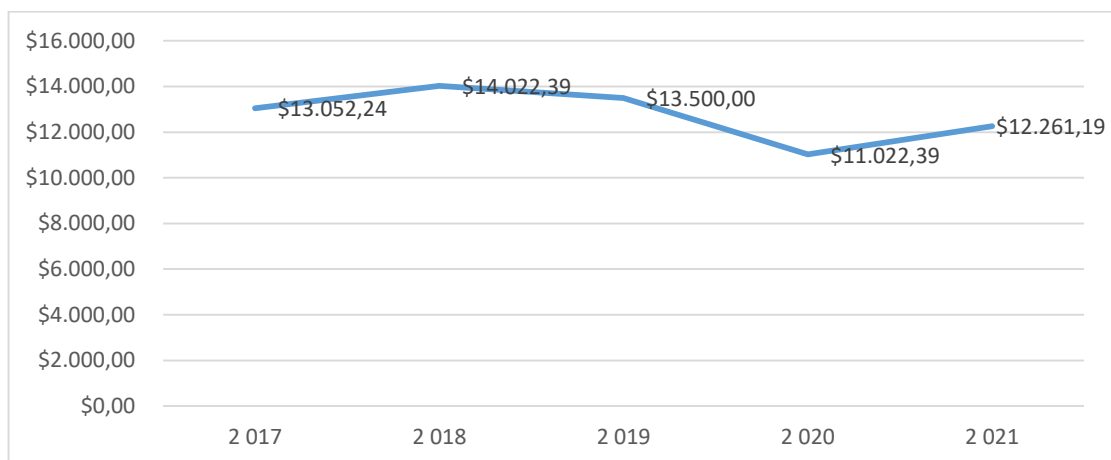


Sin embargo, el análisis comparativo del primer semestre del 2020 con relación al periodo similar del 2019, evidenciaron que los sectores manufactureros incluidos dentro de las PYMES guayaquileñas, que sufrieron mayor afectación, se orientaron a la fabricación de equipos de transporte, cuyo decrecimiento se situó en 44,4%, la manufactura maderera descendió 24,8%, y, la manufactura de minerales no metálicos cayó 17,7%.

Las PYMES industriales guayaquileñas estables en el primer semestre del 2021, en comparación al mismo periodo del 2020, fueron la manufactura de muebles (0,2%), de químicos (-0,2%), de aceites vegetales y/o animales (-0,4%). Mientras que, al comparar el primer semestre del 2020 con el 2019, la manufactura de panadería y fideos (0,7%) y de papel (0,1%), también permanecieron, casi cambios.

Por último, los sectores ganadores de PYMES manufactureras de Guayaquil, en el primer semestre del 2020-2019 y 2021-2020, fueron: manufactura de pescado (18,2% y 16,2%, respectivamente); industria de caucho y plástico (10,7% y 14,6%); industria camaronera (15,1% y 3,3%); y manufactura de productos alimenticios (15,7% y 5,7%).

Mientras tanto, las inversiones de las PYMES en RSE, se citan en la siguiente figura:



*Figura 16. Ingresos promedios per cápita de PYMES manufactureras de Guayaquil. En dólares.*

**Fuente:** Encuesta a aplicadas a los representantes PYMES manufactureras de Guayaquil.

Los resultados evidenciaron que, en el año 2018, hubo un crecimiento de 7,43% en la inversión per cápita promedio en RSE, mientras que en el 2019 hubo un decrecimiento del 3,73%, que fue más pronunciada en el 2020, como consecuencia de la pandemia, donde se observó una caída de 18,35% y que, a pesar de volver a incrementar 11,24% en el 2021, sin embargo, no alcanzó los mismos niveles del 2019, ni siquiera comparándolos con el año 2017.

Al comparar la inversión per cápita promedio de cada PYME en RSE y la variación del PIB de PYMES manufactureras en los últimos cinco años, se pudo notar una correlación entre las variables, debido a que, al minimizarse los ingresos de estas PYMES, también se redujo la inversión en RSE, situación que no es conveniente para este sector productivo, que necesita mejorar en este sentido, para garantizar su reactivación económica en el periodo post – pandemia.

#### **4.3.1.3. Factores Sociales.**

Uno de los factores asociados al crecimiento de las PYMES, es el empleo, el cual disminuyó en el 2020 un 6%, con relación al año 2019, observándose que, alrededor de 436.290 individuos dejaron de trabajar en el año donde la pandemia causó el mayor problema en la sociedad ecuatoriana, registrándose además, un incremento del 68% en la tasa de desempleo, como consecuencia de la reducción del empleo pleno, según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2020).

A pesar que, en el 2021 se recuperó en alguna medida el empleo, sin embargo, no fue suficiente para alcanzar los niveles del año 2019, lo que se evidenció en el registro del INEC (2022), en donde se pudo apreciar una tasa de empleo pleno de 45,3% en el 2019 y de 43,6% en el 2021, en la provincia del Guayas, es decir, una reducción cercana a 2 puntos porcentuales, muy similar a aquella reportada en la provincia de Los Ríos. A pesar de ello, Pichincha si creció en la tasa de empleo, de 47,6% en el 2019 a 48% en el 2021.

Las cifras de empleo y desempleo deben preocupar, no solo a las PYMES manufactureras, sino a toda la matriz productiva, porque las personas que no tienen un trabajo, tampoco logran conseguir los ingresos económicos suficientes para el gasto diario de sus hogares, lo que se transforma en compras limitadas de productos manufacturados por estas industrias pequeñas y medianas, porque solo se gasta lo necesario, significando una amenaza para estas empresas.

#### **4.3.1.4. Factores Ecológicos**

Con respecto a los factores ecológicos, una encuesta realizada por el INEC (2020), puso de manifiesto que alrededor de las dos terceras partes de PYMES, no invierten en materia de protección ambiental, evidenciándose que 33,7% de compañías han realizado inversiones en equipos para la disminución de emisión de contaminación al aire, mientras que, el 40% han invertido en accesorios para el ahorro de energía y/o a agua, pero solo el 10% han fortalecido su sistema de recolección de desechos, y, solo 2% han tratado de reducir las emanaciones de ruido.

Estos hallazgos demuestran que, existe poca inversión en protección ambiental, por parte de las pequeñas y medianas empresas, en un contexto pandémico que, ha impedido a estas organizaciones, destinar una mayor cantidad de presupuesto al fortalecimiento de sus sistemas de protección ambiental. Por consiguiente, no se ha podido minimizar las emisiones contaminantes al aire, agua ni al suelo, lo que puede afectar a la comunidad circundante a estas entidades productivas del sector manufacturero, lo cual se interpreta como una amenaza latente en este sector económico.

#### **4.3.1.5. Factores Legales**

A pesar que, la Responsabilidad Social Empresarial tuvo su mayor apogeo después del año 2008, año en que se publicó la Constitución de la República del Ecuador en vigencia, sin embargo, las normas ISO 26000 de RSE, que fue publicada en el año 2010, contiene algunas similitudes con las normas

constitucionales nacionales, más aún, porque los componentes de derechos humanos, prácticas laborales, gestión ambiental, consumidores y comunidad, pertenecientes a RSE, también forman parte de los preceptos constitucionales del buen vivir, mencionados en los artículos 14-15, relacionados a la protección del ambiente, art. 33 asociado al derecho al trabajo, art. 66 inherente al derecho de libertad y de protección de los derechos humanos, art. 53 derecho de los consumidores (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Es decir que, el aspecto legal es favorable e incentiva la implementación de estrategias para el fortalecimiento de las RSE en el sector de las PYMES manufactureras, para potenciar su crecimiento en el mercado y el mejoramiento de las relaciones con sus partes interesadas.

#### **4.3.1.6. Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter**

Prosiguiendo con la evaluación de los factores externos que afectan o benefician a las PYMES, para cumplir con las normas de Responsabilidad Social Empresarial, se ha realizado el análisis de las fuerzas competitivas de Porter.

#### **4.3.1.7. Clientes**

Los clientes de las PYMES son empresas y usuarios. Las primeras en mención, han sufrido el impacto de la pandemia, a pesar que, existe una recuperación de los mercados, después del año 2020, sobre todo en el consumo interno, porque a nivel internacional, la guerra Rusia – Ucrania, ha generado la reducción de las exportaciones a varias partes de Europa, sin embargo, esta reactivación aún no se encuentra en los niveles esperados por las PYMES manufactureras de Guayaquil.

Por otra parte, las pequeñas y medianas empresas que venden a los usuarios, si bien, la población ecuatoriana consumidor de bienes alimenticios, textiles, para la construcción, para el hogar y otros, está consumiendo en mayor medida, debido a que, la mayoría de las restricciones de la pandemia han

dejado de afectar a los consumidores, no obstante, el desempleo que aún sigue afectando a los ecuatorianos y la carestía de los bienes de primera necesidad, han generado una recesión en la economía ecuatoriana, a lo que se añade una reducción de la tasa de natalidad y aumento de la tasa de mortalidad en el país, al considerar la comparación con el año 2019.

En efecto, los datos del INEC (2022), señalan una disminución de la tasa de natalidad de la población ecuatoriana, que pasó de 285.827 nacidos vivos en el 2019 a 251.106 nacimientos en el 2021, pero no solo eso, la tasa de mortalidad en cambio, se incrementó de 73.431 fallecimientos en el 2019 a 105.248 en el 2021 (INEC, 2022).

Estos datos evidencian que las PYMES manufactureras tendrán un mercado más reducido, a lo que se debe añadir la reducción del poder adquisitivo de los consumidores, situación que es una amenaza actual que debe ser tratada adecuadamente por los directivos de estas organizaciones empresariales.

#### **4.3.1.8. Proveedores**

La carestía de las materias primas importadas y nacionales, debido a la pandemia y la guerra entre Rusia – Ucrania, ha generado un incremento de los precios de los productos que manufacturan las PYMES industriales. Por ejemplo, en Ecuador, uno de los efectos de la subida del precio del petróleo, a más de \$100,00 el barril, posterior al mes de marzo del 2022, fue precisamente el alza de los precios del combustible, situación que derivó en un paro nacional en junio del presente año, que causó pérdidas millonarias al país.

Así, por ejemplo, un artículo publicado en la revista Gestión Digital (2022), manifestó que los sectores primarios, como el banano, la floricultura y el sector camaronero, han visto reducir sus exportaciones a Rusia y Ucrania, en niveles superiores al 15%, situación que ha generado un impacto negativo a las PYMES que entregan productos a estos sectores, a lo que se añade el encarecimiento de las materias primas, por la subida en los precios de los

abonos provenientes de los países en guerra, que a su vez, genera un aumento en los costos de las frutas utilizadas por las PYMES manufactureras.

Obviamente, este encarecimiento de las materias primas importadas e inclusive, de algunos materiales que se adquieren en el Ecuador, ha generado que las PYMES del país, atraviesen una amenaza, a pesar que, en la agroindustria, los ingredientes de los bienes manufacturados, son de producción nacional, sin embargo, significa una amenaza para estas organizaciones económicas, en los actuales momentos.

#### **4.3.1.9. Productos sustitutos**

La gran empresa manufacturera conforma este factor de las fuerzas competitivas de Porter, porque puede sustituir a las PYMES industriales, considerando además que, algunas de estas instituciones productivas, más bien son clientes de las PYMES.

Ahora, a pesar que, las PYMES junto con las microempresas, participan con más del 90% de las organizaciones empresariales, debido a que la gran empresa solo participa con menos del 10% de los establecimientos económicos a nivel nacional, sin embargo, la gran empresa aporta más del 50% de los ingresos generados por todo el sector manufacturero, mientras que las PYMES participan con el 30% de los ingresos, generados por todas las organizaciones a nivel nacional (INEN, 2022).

A pesar de ello, como ya se lo manifestó con anterioridad, la gran industria del Ecuador, no representan ningún peligro para las operaciones de las PYMES manufactureras, porque su actividad productiva se complementa con la gran empresa, en muchos de los casos, como por ejemplo, en la producción bananera, camaronera, cacaotera, entre otros sectores económicos.

#### 4.3.1.10. Competidores actuales y potenciales

La competitividad actual de las PYMES manufactureras, se encuentra clasificada de la siguiente manera:

Tabla 10. *Participación de PYMES por actividad económica en el 2022*

<b>PYMES manufactura</b>	<b>Participación %</b>
Productos alimenticios	14,5%
Bebidas	1,6%
Cacaoteras	3,2%
Textiles	4,8%
Bebidas alcohólicas	4,8%
Cuero	1,6%
Alimentos para animales	1,6%
Papel	4,8%
Gases industriales	1,6%
Refinerías de petróleo	1,6%
Productos farmacéuticos	3,2%
Productos de plástico	16,1%
Diluyentes de pintura	3,2%
Productos de limpieza	1,6%
Materiales de construcción	9,7%
Transformadores de distribución	1,6%
Equipo eléctrico	6,5%
Máquinas industriales	6,5%
Piezas de vehículos	1,6%
Buques	1,6%
Insecticidas	3,2%
Otros	4,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2022).

Como se puede observar, las PYMES que manufacturan productos plásticos y alimenticios, son las que ocupan la mayor participación en el mercado, con 16,1% y 14,5%, respectivamente, las cuales, al sumarse a la que fabrica materiales de construcción (9,7%), asciende a más del 40% de todas las PYMES manufactureras, siendo estas, las de mayor competitividad en el mercado de Guayaquil.

Aunque la situación actual de las PYMES manufactureras, no es muy halagadoras, debido a la crisis política y económica que ha dejado a su paso la pandemia, agravándose aún más esta condición, por causa de la guerra Rusia – Ucrania, sin embargo, las PYMES que han permanecido operando durante estos dos últimos años, podrán reactivar su economía, siempre y cuando, puedan adoptar estrategias que le permitan aprovechar las oportunidades que estarán presentes en la nueva normalidad.

#### **4.3.1.11. Matriz MEFE**

La matriz de evaluación de factores externos (MEFE), se presenta en la siguiente tabla:



Tabla 11. *Matriz MEFE de PYMES manufactureras*

<b>Factores</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación sobre 100 puntos</b>	<b>Calificación ponderada</b>
<b>Oportunidades</b>			
Política gubernamental del Ecuador, en materia de Responsabilidad Social Empresarial	0,07	80	5,6
Leyes que favorecen la RSE	0,07	80	5,6
Productos sustitutos	0,07	70	4,9
Reducción de restricciones por pandemia	0,07	100	7
<b>Calificación oportunidades</b>			<b>23,1</b>
<b>Amenazas o riesgos</b>			
Variación del PIB	0,07	70	4,9
Baja inversión en RSE	0,08	90	7,2
Reducción de tasa de empleo	0,07	70	4,9
Baja inversión en protección ambiental	0,08	90	7,2
Consumo interno de la población nacional	0,07	70	4,9
Reducción de la tasa de natalidad e incremento de la tasa de mortalidad	0,07	40	2,8
Incremento de la inseguridad y delincuencia	0,07	80	5,6
Incremento del costo de las materias primas	0,07	80	5,6
Competidores actuales	0,07	70	4,9
Competidores potenciales	0,07	40	2,8
<b>Calificación amenazas</b>	<b>1,00</b>		<b>50,8</b>

**Fuente:** Evaluación de factores externos.

La evaluación de los factores externos presentes en el entorno de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, puso de manifiesto una calificación de oportunidades, igual a 23,1 puntos, mientras que la calificación de amenazas o riesgos, es de 50,8 puntos, por consiguiente, existen más riesgos que oportunidades en el entorno de las PYMES manufactureras para cumplir con las normativas asociadas a la RSE, en gran medida, por la baja inversión en RSE, debido a la crisis económica generada por la pandemia y la guerra entre Rusia y Ucrania, a lo que se añade la grave situación generada por la inseguridad en la ciudad de Guayaquil.

#### **4.3.2. Análisis interno de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.**

La evaluación de los factores internos que están fortaleciendo o debilitando a las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, se ha realizado utilizando la matriz MEFI, que es la abreviatura de matriz de evaluación de factores internos.

##### **4.3.2.1. Capacidad directiva**

Las PYMES manufactureras, por lo general son familiares, por consiguiente, los principales directivos de estas organizaciones productivas, no son escogidos mediante un proceso de selección, sino que, son colocados allí por el gerente general o propietario de la empresa y casi siempre, son familiares cercanos de la cabeza principal del establecimiento económico.

Esta situación no le otorga una fortaleza a las PYMES manufactureras, que más bien, se pueden debilitar si es que no preparan a los directores de cada una de las áreas en que se dividen estas organizaciones productivas, para mejorar el proceso de toma de decisiones y aprovechar las oportunidades del entorno.

#### **4.3.2.2. Capacidad de talento humano**

El talento humano que labora en las PYMES manufactureras, no es totalmente calificado, debido a que estas empresas, minimizan costos en contratación de personal, reclutando jóvenes bachilleres técnicos o estudiantes de los primeros semestres de los establecimientos de educación superior, para abaratar costos de mano de obra. Sin embargo, estos trabajadores tienen algún conocimiento en el sector de manufactura y pueden sacar adelante a estas organizaciones productivas.

Esta situación representa una fortaleza, aunque con sus problemas, por la limitada capacitación que recibe el personal operativo incorporado en las PYMES manufactureras, sin embargo, por los estudios que tienen estos trabajadores, pueden tener un desempeño acorde a lo esperado por la organización, a lo que se añade que, el desempleo puede ser un factor que juegue a favor de estas entidades, porque pueden abaratar los costos de mano de obra.

#### **4.3.2.3. Capacidad financiera**

Las PYMES manufactureras tienen montos de activos y patrimonio delimitados por la legislación de compañía que rige a nivel nacional. A pesar de ello, pueden operar con activos menores a 4 millones de dólares, ventas por año menores a 5 millones de dólares y organizaciones conformadas por menos de 200 trabajadores, de conformidad con el Art. 3 de la Decisión 702 de la (Comunidad Andina de Naciones, 2020).

A pesar de ello y de la crisis económica generada por la pandemia, las PYMES manufactureras tienen recursos para operar y aprovechar las oportunidades del entorno, si bien ha existido un debilitamiento de los ingresos por ventas, en los años 2020 y 2021, es necesario que estas empresas se reactiven para generar desarrollo económico en Guayaquil y en el Ecuador.

#### **4.3.2.4. Capacidad tecnológica**

Se destaca que el nivel de tecnología utilizada por las PYMES manufactureras, no es el más avanzado. Debido al menor capital que tiene e ingresos que genera este tipo de industrias, los equipos y maquinarias son menos sofisticados que aquellos que se encuentran en la gran industria. Por ejemplo, algunos de los equipos con que cuentan las industrias de plástico, suelen ser usados y no nuevos, debido a que se trata de equipos muy costosos, como es el caso de las extrusoras, inyectoras y molinos.

Este factor se considera una debilidad para las PYMES manufactureras, que necesitan fortalecer su nivel de tecnología, para aprovechar las oportunidades que se le pueden presentar en el periodo post pandemia que se avecina y reactivar su desarrollo económico, el de la localidad y del país.

#### **4.3.2.5. Matriz MEFI**

La matriz de evaluación de factores internos (MEFI), se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 12. Matriz MEFI de PYMES manufactureras

<b>Factores</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación sobre 100 puntos</b>	<b>Calificación ponderada</b>
<b>Fortalezas</b>			
Personal calificado	0,09	80	7,2
Personal con experiencia	0,09	80	7,2
Permanencia en el mercado a pesar de crisis económica	0,09	70	6,3
<b>Calificación fortalezas</b>			<b>20,7</b>
<b>Debilidades</b>			
Práctica de empresas familiares	0,09	70	6,3
Inexperiencia del personal directivo	0,09	60	5,4
Falta de planes de capacitación del personal	0,09	80	7,2
Reducción de ingresos en pandemia	0,09	90	8,1
Reducción de rentabilidad y liquidez	0,09	90	8,1
Incremento del endeudamiento	0,09	60	5,4
Limitada estrategia de Marketing	0,10	90	9,0
Limitaciones en el nivel de tecnología utilizada	0,09	80	7,2
<b>Calificación debilidades</b>	<b>1,00</b>		<b>56,7</b>

**Fuente:** Evaluación de factores internos.

La evaluación de los factores internos presentes en el interior de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, puso de manifiesto una calificación de fortalezas, igual a 20,7 puntos, mientras que la calificación de debilidades es de 56,7 puntos, por consiguiente, existen más debilidades que fortalezas en las

PYMES manufactureras, que impiden cumplir eficientemente con las normativas asociadas a la RSE, en gran medida, porque son empresas familiares, cuyos directivos no aplican la planeación estratégica ni las herramientas que pone a disposición el Marketing, a lo que se añade la falta de capacitación del personal y el bajo nivel de tecnología utilizado.

#### **4.3.3. Matriz FODA aplicada a las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.**

La evaluación de los factores externos e internos que están favoreciendo o afectando a las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, se ha realizado utilizando la matriz FODA, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 13. Matriz FODA de PYMES manufactureras

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política gubernamental del Ecuador, en materia de Responsabilidad Social Empresarial</li> <li>• Leyes que favorecen la RSE</li> <li>• Productos sustitutos</li> <li>• Reducción de restricciones por pandemia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variación del PIB</li> <li>• Baja inversión en RSE</li> <li>• Reducción de tasa de empleo</li> <li>• Baja inversión en protección ambiental</li> <li>• Consumo interno de la población nacional</li> <li>• Reducción de la tasa de natalidad e incremento de la tasa de mortalidad</li> <li>• Incremento de la inseguridad y delincuencia</li> <li>• Incremento del costo de las materias primas</li> <li>• Competidores actuales</li> <li>• Competidores potenciales</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia FA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal calificado</li> <li>• Personal con experiencia</li> <li>• Permanencia en el mercado a pesar de crisis económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación de responsabilidad para personal encargado de RSE.</li> <li>• Elaboración de manuales mejorar la comunicación de las PYMES manufactureras, con las partes interesadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y ejecución de la capacitación del personal en materia de RSE</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Estrategia DO</b>	<b>Estrategia DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Práctica de empresas familiares</li> <li>• Inexperiencia del personal directivo</li> <li>• Falta de planes de capacitación del personal</li> <li>• Reducción de ingresos en pandemia</li> <li>• Reducción de rentabilidad y liquidez</li> <li>• Incremento del endeudamiento</li> <li>• Limitada estrategia de Marketing</li> <li>• Limitaciones en el nivel de tecnología utilizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y ejecución de estrategias de Marketing, para promocionar las actividades de las PYMES manufactureras, aprovechando la eliminación de las restricciones en pandemia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión publicitaria para mejorar las relaciones entre las PYMES manufactureras con la comunidad y demás partes interesadas</li> <li>• Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la protección del personal y bienes organizacionales de la delincuencia</li> </ul>

**Fuente:** Evaluación de factores internos y externos.

#### 4.3.4. Plan estratégico para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

El plan estratégico diseñado para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, se ha realizado con base en los resultados obtenidos en la matriz FODA y en las estrategias que se detallaron en esta herramienta de gestión, cuya ampliación se observa en la siguiente tabla:

Tabla 14. *Plan estratégico de RSE para PYMES manufactureras*

Objetivos estratégicos	Indicadores	Actividades	Recursos	Costos por PYME
Potenciar la estructura organizacional para la implementación de RSE	100% de ejecución de actividades pertinentes a la gestión, control y evaluación de la implementación de RSE	Asignación de responsabilidad para personal encargado de RSE, incluyendo en el organigrama la sección para implementación y/o fortalecimiento de RSE, en conjunto con un manual de funciones para este personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministros de oficina</li> <li>• Suministros de computación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$100,00</li> <li>• \$200,00</li> </ul>
Potenciar la comunicación entre las PYMES manufactureras y las partes interesadas	100% de efectividad en la comunicación de las PYMES manufactureras y las partes interesadas	Elaboración de manuales mejorar la comunicación de las PYMES manufactureras, con las partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministros de oficina</li> <li>• Suministros de computación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$100,00</li> <li>• \$200,00</li> </ul>
Fortalecer el conocimiento sobre RSE, en el personal de las PYMES manufactureras	100% del personal de las PYMES manufactureras mejoran su conocimiento sobre la aplicación de los principios y normas de RSE	Planeación y ejecución de la capacitación del personal en materia de RSE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de computación</li> <li>• Suministros de oficina</li> <li>• Suministros de computación</li> <li>• Redes e internet</li> <li>• Material didáctico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> <li>• \$200,00</li> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> </ul>

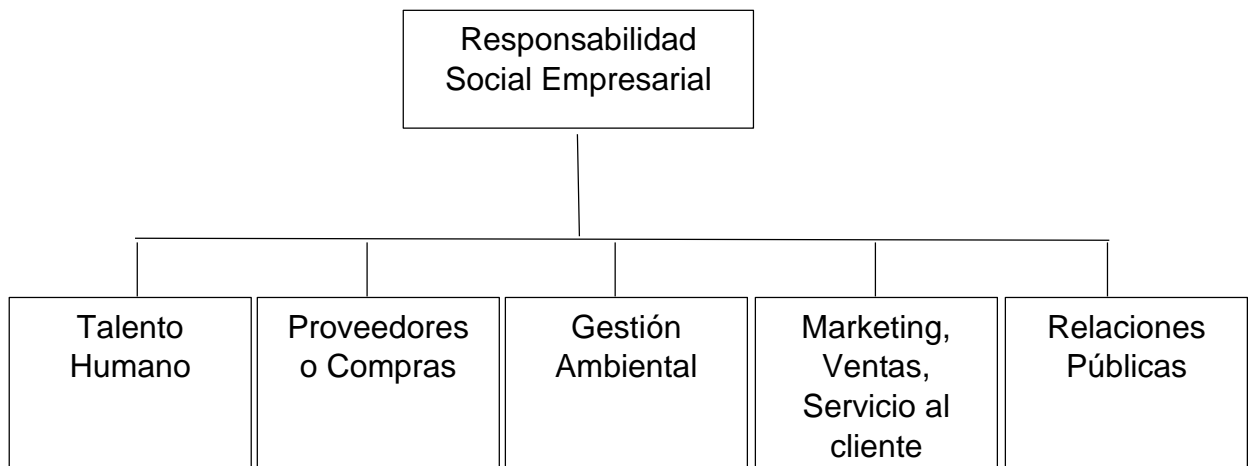


Fortalecer la difusión publicitaria de las actividades de las PYMES manufactureras y el beneficio que generan en la comunidad y en las demás partes interesadas, mediante interacción directa con el personal de estas empresas	100% de clientes, proveedores y comunidad en general, interactuando con el personal de las PYMES manufactureras, a través de redes sociales y plataformas tecnológicas, para el fortalecimiento de la RSE en este sector productivo	Planeación y ejecución de estrategias de Marketing digital (en redes sociales y plataformas tecnológicas), para promocionar las actividades de las PYMES manufactureras, aprovechando la eliminación de las restricciones en pandemia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de computación</li> <li>• Suministros de oficina</li> <li>• Suministros de computación</li> <li>• Redes e internet</li> <li>• Material didáctico</li> <li>• Costos publicitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> <li>• \$200,00</li> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> <li>• \$500,00</li> </ul>
Mejorar las relaciones entre las PYMES manufactureras con la comunidad y demás partes interesadas	100% de clientes, proveedores y comunidad en general, satisfechas de la actividad productiva y del servicio que ofrece el personal de las PYMES manufactureras	Difusión publicitaria para mejorar las relaciones entre las PYMES manufactureras con la comunidad y demás partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de computación</li> <li>• Suministros de oficina</li> <li>• Suministros de computación</li> <li>• Redes e internet</li> <li>• Material didáctico</li> <li>• Costos publicitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> <li>• \$200,00</li> <li>• \$1.000,00</li> <li>• \$100,00</li> <li>• \$500,00</li> </ul>
Mejorar la protección del personal y de los bienes de las PYMES manufactureras	100% de clientes, proveedores, trabajadores de las PYMES manufactureras y comunidad en general, se sienten seguros con las medidas tomadas por los directivos de estas empresas	Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la protección del personal y bienes organizacionales de la delincuencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispositivos electrónicos de seguridad: cámaras y demás dispositivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$5.000,00</li> </ul>
			<b>Total</b>	<b>\$13.800,00</b>

**Fuente:** Elaboración de la autora.

#### 4.3.5. Estructura organizacional para implementación de RSE.

La organización empresarial para la implementación del modelo RSE en las PYMES manufactureras de Guayaquil, debe estipularse con base en los componentes de este modelo, valga la redundancia, como es el caso de los clientes internos, externos, además de los proveedores, el Estado y la colectividad en general, considerando también al medio ambiente.



*Figura 17. Organización del área de Responsabilidad Social.*

*Fuente: Elaboración propia.*

Dentro de las áreas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, se citan el Talento Humano que tiene relación con los trabajadores, el departamento de compras atiende a los proveedores, mientras que Marketing, ventas y servicio al cliente, se asocian con los usuarios externos, además, el departamento de relaciones públicas pueda reunirse con el Estado y los representantes de la comunidad circundante, mientras que el área de Gestión Ambiental, tiene la función de aplicar los principios de protección ambiental.

#### 4.3.6. Modelo de Comunicación para fortalecimiento de RSE en las PYMES de Guayaquil.

El modelo de comunicación para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, corresponde al siguiente esquema:

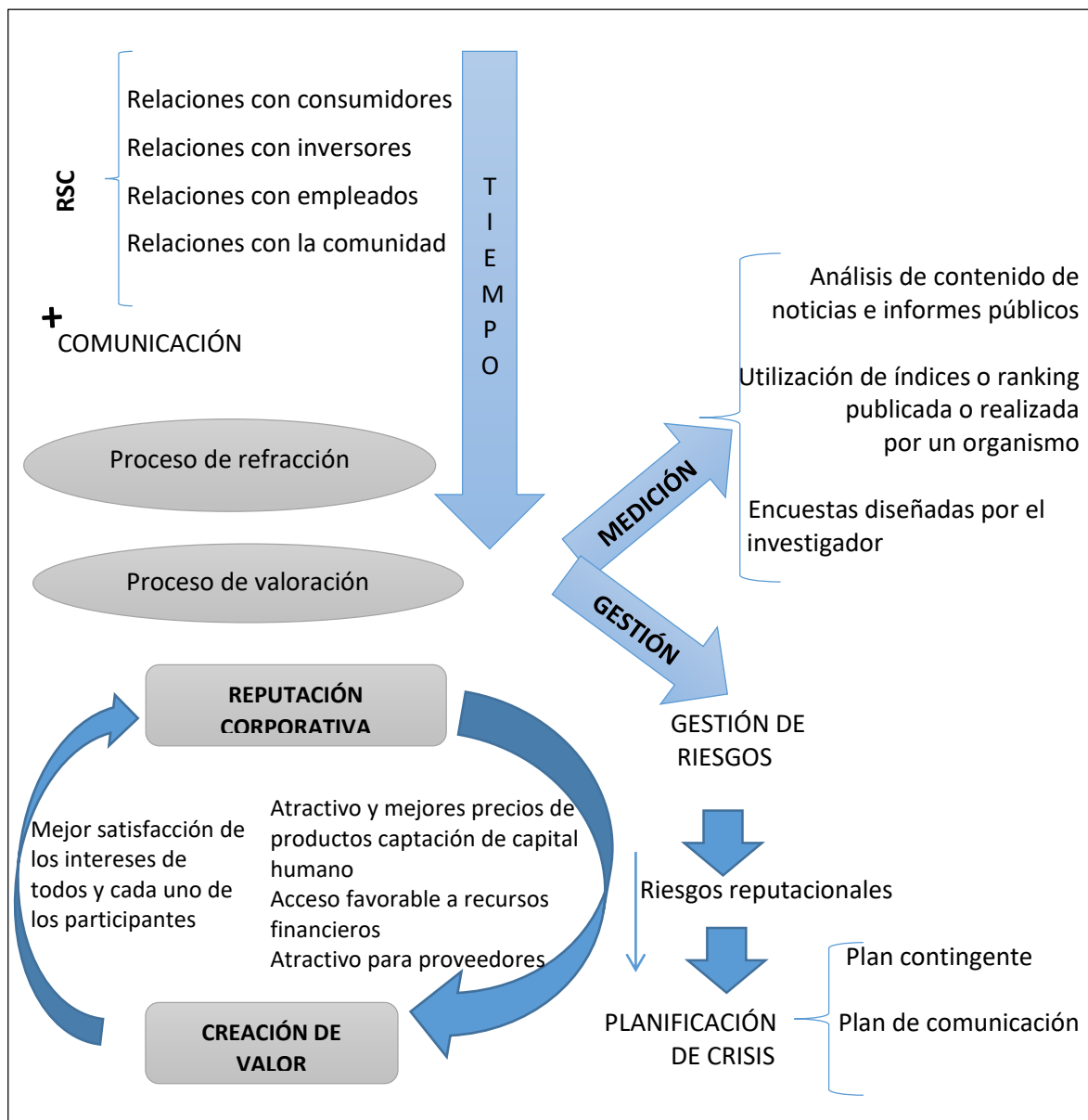


Figura 18. Modelo de comunicación en RSE para PYMES de Guayaquil.

Fuente: Tomado de Pucheta (2020, p.189).

La comunicación es un elemento de esencial importancia para difundir la Responsabilidad Social Corporativa en las PYMES, de modo que, exista una relación favorable entre todas las partes interesadas que intervienen en la RSE, como parte de los Stakeholders.

#### 4.3.7. Difusión publicitaria para implementación de RSE.

Algunas de las actividades para la difusión publicitaria que requiere la implementación de RSE en la PYMES de la ciudad de Guayaquil, requieren el

uso de las redes sociales y el Internet, debido a que, es más fácil llegar a los Stakeholders, por los medios digitales.



*Figura 19. Difusión publicitaria de RSE a través de redes sociales.*

*Fuente: Tomado de Pucheta (2020, p.189).*

Las redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, pueden contribuir con la difusión publicitaria del modelo RSE en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, incluyendo el diseño de un web site que difunda los valores institucionales, asociados a la transparencia, la ética social, el mantenimiento de productos sostenibles que propicien la protección de la naturaleza, el mejoramiento continuo, la responsabilidad para con la colectividad y el respeto al mercado, además de un servicio o producto de elevada calidad para el cliente.

#### **4.4. Presupuesto**

En la siguiente tabla se presenta el presupuesto del plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, para las PYMES manufactureras de Guayaquil:

Tabla 15. *Presupuesto del plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Asignación de responsabilidad para personal encargado de RSE, incluyendo en el organigrama la sección para implementación y/o fortalecimiento de RSE, en conjunto con un manual de funciones para este personal	Suministros de oficina	1	\$100,00	\$100,00
	Suministros de computación	1	\$200,00	\$200,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$300,00</b>
Elaboración de manuales para mejorar la comunicación de las PYMES manufactureras, con las partes interesadas	Suministros de oficina	1	\$100,00	\$100,00
	Suministros de computación	1	\$200,00	\$200,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$300,00</b>
Planeación y ejecución de la capacitación del personal en materia de RSE	Equipo de computación	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Suministros de oficina	1	\$100,00	\$100,00
	Suministros de computación	1	\$200,00	\$200,00
	Redes e internet	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Material didáctico	1	\$1.00,00	\$1.00,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2.400,00</b>
Planeación y ejecución de estrategias de Marketing digital (en redes sociales y plataformas tecnológicas), para promocionar las actividades de las PYMES manufactureras, aprovechando la eliminación de las restricciones en pandemia	Equipo de computación	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Suministros de oficina	1	\$100,00	\$100,00
	Suministros de computación	1	\$200,00	\$200,00
	Redes e internet	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Material didáctico	1	\$1.00,00	\$1.00,00
	Costos publicitarios	1	\$500,00	\$500,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2.900,00</b>
Difusión publicitaria para mejorar las relaciones entre las PYMES manufactureras con la comunidad y demás partes interesadas	Equipo de computación	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Suministros de oficina	1	\$100,00	\$100,00
	Suministros de computación	1	\$200,00	\$200,00
	Redes e internet	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Material didáctico	1	\$1.00,00	\$1.00,00

	Costos publicitarios	1	\$500,00	\$500,00
Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la protección del personal y bienes organizacionales de la delincuencia	Dispositivos electrónicos de seguridad: cámaras y demás dispositivos	1	\$5.000,00	\$5.000,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$5.000,00</b>
			<b>Total</b>	<b>\$13.800,00</b>

**Fuente:** Elaboración de la autora.

El presupuesto para la aplicación del plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil, ascenderá a \$13.800,00, una cifra que no es muy elevada para estas organizaciones.

#### 4.5. Cronograma

En la siguiente tabla se presenta el cronograma para la implementación del plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, para las PYMES manufactureras de Guayaquil:

Tabla 16. Cronograma del plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil. Año 2023.

Descripción de actividades	Enero				Febrero				Marzo			
	1	2	3	4	5	6	7	8				
Asignación de responsabilidad para personal encargado de RSE, incluyendo en el organigrama la sección para implementación y/o fortalecimiento de RSE, en conjunto con un manual de funciones para este personal.	■	■										
Elaboración de manuales mejorar la comunicación de las PYMES manufactureras, con las partes interesadas.	■	■	■	■								
Planeación de la capacitación del personal en materia de RSE.			■	■								
- Definición de objetivos de la capacitación			■	■								
- Selección de fechas y horarios			■	■								
- Selección del lugar de la capacitación			■	■								
- Difusión de la capacitación a los participantes			■	■								
- Designación del instructor			■	■								
Ejecución de la capacitación					■	■	■	■				
- Tema 1: RSE con clientes y proveedores					■	■	■	■				
- Derechos de los consumidores y proveedores					■	■	■	■				
- Calidad de servicio					■	■	■	■				
- Comunicación con clientes y proveedores					■	■	■	■				
- Estrategias para el servicio de calidad					■	■	■	■				
- Tema 2: RSE con la comunidad						■	■	■				
- Comunicación con la comunidad						■	■	■				
- Protección de los recursos naturales						■	■	■				
- Protección de los derechos humanos						■	■	■				
- Tema 3: RSE con trabajadores						■	■	■				
- Protección de derechos laborales						■	■	■				
- Motivación a los trabajadores						■	■	■				
- Protección de la integridad y salud de trabajadores						■	■	■				
Evaluación de la capacitación								■				
Difusión publicitaria para mejorar las relaciones entre las PYMES manufactureras con la comunidad y demás partes interesadas									■	■	■	■
Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la protección del personal y bienes organizacionales de la delincuencia											■	■

**Fuente:** Elaboración de la autora.

El inicio planeado para el plan estratégico de RSE para las PYMES manufactureras de Guayaquil, será el 2 de enero del 2023, esperando que culmine a finales del mes de marzo del mismo año venidero.

#### **4.6. Financiamiento**

Debido a que el monto que deben invertir las PYMES manufactureras de Guayaquil, no es elevado, pueden ser financiadas por dos vías, con un préstamo muy bajo a una entidad del sector financiero, por medio de los recursos propios de estas organizaciones o extendiendo el cronograma de aplicación a un año, para poder inyectar recursos, provenientes de los ingresos por ventas de las propias empresas, en periodos mensuales.



## CONCLUSIONES

Se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- a) Se analizó la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de responsabilidad social empresarial en los últimos cinco años, demostrándose limitaciones en la gobernanza, políticas de derechos humanos, de protección ambiental y en participación activa en la comunidad, con incumplimientos superiores al 40% en estas organizaciones, con mejor cumplimiento en materia de consumidores, prácticas laborales, sobre todo en materia de seguridad y salud ocupacional, con 65% de cumplimiento. Además, la industria representa el 10% de las empresas clasificadas como PYMES, por debajo de la actividad comercial y de servicios, pero por encima del transporte, la construcción y otros sectores económicos de gran importancia en el desarrollo de la localidad y del país.
- b) Se evaluó la evolución y crecimiento de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en los últimos cinco años, evidenciándose que los sectores que más sufrieron por la pandemia, fueron la fabricación de equipos de transporte, que tuvo un descenso del 19,3%, mientras que, la producción maderera también disminuyó 12,5%, en cambio, la producción cacaotera cayó 6,2%, mientras que, los sectores ganadores fueron: manufactura de pescado, con crecimientos de 18,2% y 16,2%, en 2020 y 2021, la industria de caucho y plástico (10,7% y 14,6%, en los mismos periodos; industria camaronera (15,1% y 3,3%); y manufactura de productos alimenticios (15,7% y 5,7%).
- c) Se propuso un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil, que ha contemplado la conformación de una organización que incluya personal responsable en RSE, fortalecimiento de la comunicación con las partes interesadas, capacitación del personal en esta materia, estrategias de Marketing para la difusión del modelo RSE, por medios digitales y fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, cuyas actividades requieren un monto promedio de \$13.800,00 por PYME manufacturera, que se pueden adquirir vía crédito o con recursos propios de estas

organizaciones, esperándose su implementación entre enero a marzo del 2023.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

- a) Al personal directivo de las PYMES manufactureras de la localidad que, fortalezcan la gobernanza, políticas de derechos humanos, de protección ambiental y en participación activa en la comunidad, mediante manuales de procedimientos y políticas, para sentar las bases de la RSE en estas organizaciones productivas.
- b) A las autoridades estatales pertinentes, que viabilicen el crédito para las PYMES manufactureras, para que puedan reactivar su economía en el periodo post pandemia, debido a la importancia que tiene para el desarrollo de la localidad y del país.
- c) Es recomendable que las PYMES manufactureras, implementen el plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, propuesto en este estudio, para potencializar el crecimiento económico PYMES del sector manufacturero de Guayaquil.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, X., & Suquisupa, A. (2022). *Análisis del mercado suizo para la internacionalización de los vinos de fruta de la empresa San Gerónimo*. Cuenca: Universidad del Azuay. <https://doi.org/http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12133>
- Acuria, J., Barahona, K., & Granoble, E. (2021). Burocracia administrativa y microcrédito en las MIPYMES: Una mirada a su eficiencia. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 18. [https://doi.org/ISSN: 2550 - 682X](https://doi.org/ISSN:2550-682X)
- Aguilar, J. G. (2018). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes.//Importance of efficient management of working capital in SMEs. . *Ciencia unemi*.
- Álvarez, K., Mejía, N., & Noriega, A. (2021). *Incidencia de la responsabilidad social empresarial y el capital intelectual en la competitividad de las PYMES en la ciudad de Riobamba, periodo 2021*. Riobamba: UNACH. <https://doi.org/http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9303>
- Andreu, A., & Fernández, M. (2020). *RSC: 70 años de historia para llegar a los consejos de administración*. España: ETHIC.
- Arguello, C., Poveda, S., Guapi, A., & Muñoz, E. (2022). Comercio Justo Estrategias para Pequeños Agricultores de las Parroquias Rurales del Cantón Riobamba. *Polo del Conocimiento*, 7(1), 15. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3489>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República*. Montecristi, Ecuador: Registrro Oficial 449.
- Ayala, C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos . *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 173-198.
- Banco Central del Ecuador. (30 de 09 de 2022). *Prodcto Interno Bruto anual*. Obtenido de Prodcto Interno Bruto anual: <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/pendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=3>
- Banco Central del Ecuador. (30 de 09 de 2022). *Producto Interno Bruto (PIB) trimestral*. Obtenido de Producto Interno Bruto (PIB) trimestral:

- <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/pendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- Barbosa, A., De Jesús, E., Vengoechea, L., Tapias, O., & Méndez, W. (2021). *Plan estratégico de responsabilidad social empresarial en la IPS Renacerá de la ciudad de Villavicencio, Meta*. Villavicencio, Colombia: UNAD.
- <https://doi.org/https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/43990/abarbosas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrera, M. (2021). *Fuentes de financiamiento de PYMES familiares en la ciudad de Neuquén*. Neuquén, Argentina: Universidad Siglo XXI.
- <https://doi.org/https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/25141>
- Barrio, E. (2018). *La gestión de la responsabilidad social corporativa. El caso Unilever España*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Cámara de Industrias y Producción. (27 de 12 de 2021). *Balance del sector industrial en 2021 y proyecciones de la CIP para 2022*. Recuperado el 30 de 09 de 2022, de Balance del sector industrial en 2021 y proyecciones de la CIP para 2022: <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/>
- Cisneros, A., Guevara, A., Urdánigo, J., & Garcés, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Comunidad Andina de Naciones. (2020). *Decisión 702*. Lima: CAN.
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevas desafíos para las políticas de fomento*. Santiago de Chile: CEPAL. <https://doi.org/ISBN:978-92-1-058625-2>
- Escobar, P., & Bilbao, J. (2020). *Investigación y educación superior*. Estados Unidos: MSC en Salud Pública. <https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?id=W67WDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Estrada, J., Campos, Y., Santillán, A., & Lazo, G. (2022). *Plan estratégico 2020-2022 - Guayakí - bebidas orgánicas*. Guayaquil: Universidad del Pacífico. <https://doi.org/https://hdl.handle.net/11354/3232>

- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y encuesta ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 18.  
<https://doi.org/https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didasca/article/view/992>
- Fonseca, I. (2022). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 4(43), 15.  
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8106407>
- Fundación Ecología y Desarrollo. (2014). *Responsabilidad Corporativa. Colección de Artículos*. Aragón, España: Colección La Empresa de Mañana.
- Gestión Digital. (2022). La agroindustria, la más golpeada en Ecuador por la invasión rusa a Ucrania. *Gestión Digital*, 14(12), 16.  
<https://doi.org/https://www.revistagestion.ec/index.php/analisis-economia-y-finanzas/la-agroindustria-la-mas-golpeada-en-ecuador-por-la-invasion-rusa>
- González, P., Acuña, O., González, P., & Araya, I. (2022). Responsabilidad Social Corporativa y Supermercados, explorando la percepción de los consumidores en Chile. *Interciencia*, 47(1/2), 10.  
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/339/33970072004/33970072004.pdf>
- Guasumba, J., & Calero, D. (2021). La planificación estratégica en microempresas de turismo en la ciudad de Manta, Ecuador. *E-IDEA*, 3(7), 15.  
<https://doi.org/https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/esci/article/view/209>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo. Vol. 4 Num 3.*, 4(3), 15.  
<https://doi.org/https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Heizer, J., & Render, B. (2018). *Dirección de la Producción. Decisiones Estratégicas*. México: Editorial Pearson Educación Prentice Hall, Sexta Edición.

- INEC. (2020). *El 80% de las empresas en Ecuador no invierten en protección ambiental*. Quito: INEC.
- INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2020*. Quito: INEC.
- INEC. (20 de 10 de 2022). *Defunciones Generales*. Obtenido de Defunciones Generales: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/defunciones-generales/>
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Quito: INEC.
- INEC. (20 de 10 de 2022). *Nacidos Vivos y Defunciones Fetales*. Obtenido de Nacidos Vivos y Defunciones Fetales: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/nacidos-vivos-y-defunciones-fetales/>
- INEN. (31 de 01 de 2022). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Recuperado el 22 de 06 de 2022, de Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,es%20de%203%20a%3%B1os%20y>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Observatorio de la PYME*. Quito: INEC. <https://doi.org/www.inec.gob.ec>
- ISO. (2018). *Norma ISO 26000*. Suiza: ISO. <https://doi.org/https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Juárez, T. (2020). *Análisis del aporte del Microcrédito como medio de financiamiento a PYMES en el sector agrícola: Arroz y Cacao; en la provincia del Guayas*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <https://doi.org/http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15017/1/T-UCSG-POS-MFEE-209.pdf>
- Lazo, C. (2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador. *Sociedad y Tecnología*, 5(S2), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.276>
- Leyva , J., & Guerra, Y. (2020). Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica.

*EDUMECENTRO* vol.12 no.3 Santa Clara jul.-set. 2020 Epub 22-Jun,  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-28742020000300241](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742020000300241).

- López, J. &. (2018). Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Maldonado, D. (2022). *Estrategias de responsabilidad social interna en el contexto del COVID-19 en las PYMES del sector Esteros, Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.  
<https://doi.org/http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/60769/1/TESIS%20FINAL%20RSCI%20DM%20FINAL.pdf>
- Moreno, A., Mora, G., & Parrales, M. (2022). Microcréditos en la MIPYMES: oportunidad o limitante en su crecimiento empresarial. *Revista Científica Multidisciplinaria UNESUM*, 6(2), 24.  
<https://doi.org/https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/647/543>
- Murillo, G., García, M., & Azuero, A. (2022). Responsabilidad social empresarial, cambio institucional y organizacional del sector petrolero colombiano. *Revista de ciencias sociales*, 28(1), 15.  
<https://doi.org/https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8297217>
- ONU. (16 de 08 de 2022). *¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?* Obtenido de *¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?*:  
<https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 1:  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf>.
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2022). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 18.  
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf>

- Padilla, A., & Gutiérrez, R. (2022). *Responsabilidad social empresarial en las Pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena año 2021*. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://doi.org/https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6892>
- Peña, M., & Vega, N. (2020). Estructura de las PYMES en la economía ecuatoriana. *Sur Academia*, 8(1), 10. <https://doi.org/ISSN:1390-9045>
- Quimí, J., & Zambrano, A. (2021). *Programa de cultura de responsabilidad empresarial para aumentar la productividad en las pymes del sector logístico Portuario de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. <https://doi.org/http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57885>
- Rasinger, S. (2020). *La investigación cuantitativa en Lingüística*. Argentina: AKAL. [https://doi.org/https://www.akal.com/libro/la-investigacion-cuantitativa-en-linguistica\\_35208/](https://doi.org/https://www.akal.com/libro/la-investigacion-cuantitativa-en-linguistica_35208/)
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 12(82), 27. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Ruiz, F. (2021). El desarrollo productivo de las Pymes en la post pandemia. *Perspectivas Revista de Ciencias Sociales*, 6(11), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.35305/prcs.vi11.448>
- Ruiz, M., Zapata, Y., & Areiza, O. (2020). *Análisis de las estrategias efectuadas a causa de la pandemia covid-19 en los procesos de producción de las pymes de confecciones en Antioquia*. Antioquia: Tecnológico de Antioquia. <https://doi.org/https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1713>
- Saá, J., & Vasco, C. (2020). La responsabilidad social empresarial y sus indicadores. *RECIMUNDO*, 4(1), 366-378: <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/734>.
- Superintendencia de Compañías. (20 de 10 de 2022). *PYMES manufactura*. Obtenido de PYMES manufactura: [http://181.198.3.71/portal/cgibin/cognos.cgi?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.objec](http://181.198.3.71/portal/cgibin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.objec)  
[t=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d](http://181.198.3.71/portal/cgibin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.objec)  
[d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d](http://181.198.3.71/portal/cgibin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.objec)



%2freport%5b%40name%3d%27Directorio%20Resumido%27  
%5d&ui.name=Direct

- Torres, N. (2022). Responsabilidad social empresarial de los estudios contables de la ciudad de Pilar. *Ciencia Latina*, 6(1), 15. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i1.1787](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1787)
- Valencia, W., & Janqui, M. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. *Ciencia Latina*, 6(1), 21. <https://doi.org/https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1507/2103>
- Valencia, W., & Janqui, M. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. *Ciencia Latina*, 6(1), 15. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i1.1507](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1507)
- Vélez, X., & Cano, E. (2018). Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas. *Revista de Las Ciencias*, 2(1 esp.), 117-126.
- Vidal, G. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>.
- Wheelen, T., & Hunger, J. (2018). *Administración Estratégica y Política de Negocios. Conceptos y Casos*. México: Editorial Pearson Prentice Hall, Décima Edición.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1. Formulario de encuestas dirigidas a los representantes de las PYMES manufactureras de Guayaquil

**Objetivo:** Analizar la participación de las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil en estrategias de responsabilidad social empresarial en los últimos cinco años.

**Instructivo**

- Seleccione el literal de su elección.
- La encuesta es anónima.

**Inversión en Responsabilidad Social Empresarial:**

Montos	Años				
	2017	2018	2019	2020	2021
<\$5.000,00					
\$5.000,00 a \$9.999,00					
\$10.000,00 a \$14.999,00					
\$15.000,00 a \$19.999,00					
\$20.000,00 a \$24.999,00					
\$25.000,00 a \$29.999,00					
\$30.000,00 a \$34.999,00					
\$35.000,00 a \$39.999,00					
\$40.000,00 a \$44.999,00					
\$45.000,00 a \$49.999,00					
\$50.000,00 a más					

**Cuestionario:**

Ítem	Pregunta	Cumple	Cumple parcialmente	Incumple
1	¿La empresa que usted dirige o administra, tiene un mecanismo para la rendición de cuentas al estado y a la sociedad en general, por sus impactos en la sociedad, economía y ambiente?			
2	¿La empresa que usted dirige o administra, tiene un mecanismo para garantizar y demostrar que son transparentes, las actividades que realiza e impactan en la sociedad, economía y ambiente?			
3	¿La empresa que usted dirige o administra, tiene un mecanismo para garantizar y demostrar que las actividades que realiza guardan un buen comportamiento ético?			
4	¿La empresa que usted dirige o administra, tiene un mecanismo para garantizar y demostrar que las actividades que realiza se rigen a las regulaciones nacionales e			

	internacionales, respetando los derechos humanos de la comunidad donde se localiza?			
5	¿La empresa que usted dirige o administra, ha identificado adecuadamente a sus partes interesadas?			
6	¿La empresa que usted dirige o administra, tiene un mecanismo para garantizar y demostrar que las decisiones que ha tomado, respetan los principios de gobernanza, relacionados a la rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de comportamiento y respeto a los derechos humanos			
7	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado objetivos y metas que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social?			
8	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado un clima y cultura organizacional que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social?			
9	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política de derechos humanos que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			
10	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política y prácticas laborales equitativas en género, que evite el trabajo infantil, inclusiva a la discapacidad, grupos étnicos y que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			
11	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política en materia de seguridad, salud e higiene ocupacional, que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			
12	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política en materia de desarrollo humano y capacitación del personal, que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			

13	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política ambiental, con enfoque en la producción más limpia, en la evaluación, prevención y/o remediación de los impactos ambientales, desarrollo sostenible y sustentable, que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			
14	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado una política de prácticas laborales justas y transparentes, que refleje su compromiso hacia la responsabilidad social?			
15	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para informar a sus clientes y a la comunidad en general, los beneficios y composición de sus bienes o servicios?			
16	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para escuchar las quejas, reclamos o sugerencias de sus clientes?			
17	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para compensar a sus clientes, de ser necesario?			
18	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para garantizar la confidencialidad de la información de sus clientes?			
19	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para garantizar la educación de sus clientes, en el consumo de sus bienes o servicios?			
20	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para informar a la comunidad en general, los beneficios y composición de su actividad productiva?			
21	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para escuchar las quejas, reclamos o sugerencias de la comunidad en general?			
22	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado			

	mecanismos para compensar a la comunidad en general, de ser necesario?			
23	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para contribuir con la generación de empleo y el desarrollo de la comunidad en general?			
24	¿La empresa que usted dirige o administra, ha desarrollado mecanismos para la integración de la responsabilidad social en toda la organización?			

**Fuente: Organización Internacional para la Estandarización (ISO, 2018).**