



Percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector manufacturero del Ecuador

Walter Navas Olmedo

walter.navas@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-1057-3024>

Erika Chaluisa

erika.chaluisa1106@utc.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3809-7437>

Erika Chimbo

erika.chimbo0276@utc.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9108-7898>

Frankz Carrera Calderón

frankz.carrera@iste.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4260-1608>

Instituto Superior Tecnológico España Ambato Ecuador
Universidad Técnica de Cotopaxi Latacunga Ecuador

RESUMEN

La responsabilidad social (RS) es parte de la nueva cultura organizacional en donde los cambios tecnológicos, y de innovación deben ser canalizados desde la empresa a su entorno de influencia a través de un nuevo modelo de gestión estratégica, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) al ser un segmento importante de la economía de un país debe insertar la RS en su modelo de negocio para contribuir a su creación de valor. El objetivo de este estudio es conocer la percepción de la RS en las Pymes del sector manufacturero del Ecuador focalizado en el cantón Latacunga, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, los métodos que se utilizaron son, el deductivo, investigación bibliográfica, investigación de campo, dentro de un nivel descriptivo, se llegó a conocer la percepción de la RS en las Pymes en las dimensiones económico, social y ambiental, y se concluye que existe el compromiso de las Pymes en relación a la RS de contribuir a la reducción de la contaminación ambiental y mejorar la calidad de vida de la población.

Palabras claves: *manufactura; percepción; pymes; responsabilidad social.*

Correspondencia: walter.navas@iste.edu.ec

Artículo recibido: 05 agosto 2022. Aceptado para publicación: 15 agosto 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Navas Olmed, W., Chaluisa, E., Chimbo, E., & Carrera Calderón, F. (2022) Percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector manufacturero del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4) 3172-3186. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2826

Social responsibility perception by SMEs of manufacturing from Ecuador

ABSTRACT

Social responsibility (SR) is part of the new organizational culture where technological and innovation changes must be channeled from the company to its environment of influence through a new model of strategic management, small and medium enterprises (SMEs) as an important segment of the economy of a country must insert SR in its business model to contribute to its value creation. The objective of this study is to know the perception of SR in the SMEs of the manufacturing sector of Ecuador focused on the Latacunga canton, the research had a quantitative approach, the methods used are deductive, bibliographic research, field research, within a descriptive level, we came to know the perception of SR in SMEs in the economic, social and environmental dimensions, and it is concluded that there is the commitment of SMEs in relation to SR to contribute to the reduction of environmental pollution and improve the quality of life of the population.

Keywords: *manufacturing; perception; smes; social responsibility.*

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas Pymes son en la actualidad el mayor contribuyente al Producto Interno Bruto (PIB) de un país de ahí su importancia, el 90% de las Pymes crean el 60% de empleo , son parte del 50% de la producción y generan cerca del 100% de los servicios que usa en un día un ecuatoriano , las Pymes se constituyen en las protagonistas de los vertiginosos cambios estructurales en la sociedad , lo demostraron en la última pandemia del Covid 19 con procesos de adaptación a las amenazas presentadas y aprovechando al máximo en medio de la crisis las oportunidades que se crearon.

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

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

De acuerdo a una encuesta realizada sobre la responsabilidad social en Ecuador en el año 2018, por Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a 62 empresas de distintos sectores como: finanzas, comercio, industria y servicios, indica que el 62% de estos mantienen estrategias de responsabilidad social, el 20% no mantiene estrategias de responsabilidad social y el 18% se encuentra en proceso de aplicación de estrategias de responsabilidad social. (Betancourt, 2017).

En el país las Pymes, nada más lejos de la realidad su verdadero problema es el desconocimiento sobre la responsabilidad social y la falta de apoyo del gobierno con proyectos y estrategias que les sean adaptables, Ecuador ante esta realidad, debe alinearse a la nueva visión transformadora, hacia el cambio de la matriz productiva que conduce al establecimiento de políticas públicas que vayan encaminadas hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con las dimensiones que de igual manera son estudiadas por la responsabilidad social, existe una relación simbiótica entre la responsabilidad social y los contenidos expresados en la agenda 2030, en razón de ello, Ecuador debe alinear sus objetivos estratégicos hacia la agenda 2030 y la consecución sus objetivos; como nación Ormaza, et al, (2020).

La responsabilidad social a través del tiempo va adquiriendo una importancia en el contexto empresarial, son cada vez más stakeholders que se interesan en temas que tienen que ver con la salvación del planeta ,el cambio climático, los fenómenos medioambientales , la salud de sus empleados la interrelación con las comunidades de su entorno de influencia , la preocupación de lo que está pasando con los consumidores ,razones más que suficientes para ser parte de un gobierno corporativo eficiente , todo esto está generando una nueva filosofía empresarial dentro de las organizaciones y la necesidad de establecer relaciones con pares socialmente responsables de ahí la importancia de profundizar este tema de investigación.

Briones Víctor, et al (2017) realizaron una investigación para la revista Espacios con el propósito de mencionar el grado de influencia de las PYMES de confección en el Cantón de Guayaquil y los posibles efectos de implementación de principios éticos, transparentes hacia su entorno, se analiza la posibilidad de que un plan estratégico de responsabilidad social puede ser tomado como una fuente de ingreso para las empresas, ya que el mercado internacional es demandante de productos amigables con el medio ambiente ya que se contribuye a fomentar el desarrollo sostenible.

El resultado de esta investigación demuestra que las PYMES de confecciones de Guayaquil no cuentan con una estructura delimitada, su funcionamiento se da de manera

empírica, la fuerza laborar en algunos casos son la propia familia y en otros casos los empleados no están comprometidos con la empresa, no existe un vínculo entre los empleadores y empleados, el ambiente laboral está deteriorado, los directivos de las PYMES, no presentan la responsabilidad social como una medida de redistribución hacia la sociedad, además se concluye que un pequeño porcentaje de las empresas han implementado acorde a sus limitaciones, normas internacional en carácter social.

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

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

Según Cancino & Morales (2008) expresan que filósofos como Aristóteles, Platón, Freud, Sartre (Colombo, 2008; Mbare, 2007), y teóricos de las ciencias económicas y empresariales como Paccioli (1494), Smith (1776), Nash (1951), entre otros, discutían en sus respectivas épocas temas asociados a la teoría del bienestar y a la inserción de las instituciones del hombre dentro de cada sociedad. Sin duda, los puntos de vista eran distintos. Preocupaciones por el rol del hombre en el desarrollo de la sociedad, las posibles mejoras para sostener el crecimiento económico, las condiciones sociales requeridas para la vida humana, la avaricia humana y sus efectos, entre otros, son ejemplos de cuestionamientos de

cada época para fomentar el desarrollo económico y social de cada comunidad (Mbare, 2007).

Según varios autores (Gibson et al., 2001; Elías y Mascaray, 2003; Furnham, 2001; Lucas y García, 2002), “la discusión específica sobre la gestión y la comunicación estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pymes latinoamericanas tiene pocos años de extensión, trayendo como consecuencia una superficialidad en la comprensión integral del fenómeno”.

Por su parte, Guedez (2006) propone tres dimensiones del concepto. Una definición connotativa que la define como el ejercicio ético y sustentable de la competitividad; otra descriptiva, en la cual RSE es un conjunto de estrategias que permiten identificar y atender, anticipar y sobrepasar, las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés internos y externos; y una tercera, operativa, que complementa los conceptos anteriores y pone de manifiesto su operacionalización.

En el contexto ecuatoriano la investigación llevada a cabo tiene como objetivo identificar el nivel de percepción de la responsabilidad social implementado en las Pymes del sector manufacturero del cantón Latacunga desde las dimensiones social, económica y ambiental tomando en cuenta que no se ha encontrado difusión de sus actividades socialmente responsables. El objetivo de estudio es el de determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial de las Pymes del sector manufacturero del cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi, esta investigación es producto de una monografía para optar por un título de pregrado de la Universidad Técnica de Cotopaxi de Ecuador

METODOLOGÍA

El enfoque es cuantitativo. Los métodos de apoyo son los inductivos, deductivos, explicativo y estadísticos; el enfoque investigativo fue cuantitativo porque se realizó un levantamiento de datos sobre la percepción de la responsabilidad social en 54 Pymes manufactureras del cantón Latacunga.

El estudio responde a una investigación de tipo exploratorio, descriptiva, es exploratoria porque no se dispone de investigaciones previas en el sector por lo que se buscó la opinión de los actores de las medianas empresas para recabar la información requerida. El nivel es descriptivo porque se refiere a los resultados que arrojó la aplicación de las encuestas que se realizó a dichos actores, la recolección de esta información se utilizó el

instrumento del cuestionario previamente validado por expertos externos en el tema, basado en la guía de Acción Empresarial para el Desarrollo (AED) Costa Rica, y adaptado a las necesidades de la población a investigar. Seguidamente el análisis e interpretación de los resultados se aplicó el programa estadístico SPSS versión 24 y “Question Pro” donde se realizó el análisis para conocer el nivel y la importancia de la percepción de la responsabilidad social en las dimensiones económico, social y ambiental, el instrumento fue medido mediante un pilotaje usando la técnica del Alpha de Cronbach y su aplicación se lo hizo con la herramienta Google Form.

El método es deductivo porque se partió de lo general a lo particular y es de tipo explicativa al dar razones del porqué de la situación que se presenta con los grupos de interés de las Pymes del sector productivo del cantón. El diseño utilizado fue el observacional.

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

Tabla 1.

Técnica e instrumento de investigación.

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

Nota: Elaborador por investigadores

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

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

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las tablas de la 2 a la 6, son el resultado del procesamiento, tabulación de la información levantada en territorio, responden a las preguntas de mayor relevancia y de impacto en la presente investigación como es el de conocer el beneficio de las Pymes al aplicar la responsabilidad social, la importancia de realizar alianzas estratégicas con otras Pymes para implementar estrategias de responsabilidad social, conocer el orden jerárquico de limitaciones que tienen las Pymes para la implementación de la RS, cuáles son las

necesidades de formación para poder ser parte de las empresas que inician con procesos de RS , y conocer la importancia que le dan las Pymes a las diferentes dimensiones de la responsabilidad social y los beneficios de rentabilidad y sustentabilidad , cada una de estas tablas está acompañada con su respectivo análisis e interpretación.

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

Tabla 2.

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

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

Nota: Elaborado por investigadores.

Las perspectivas que tienen mayor popularidad entre las respuestas de las Pymes manufactureras es de 34.88% de mayor competitividad, el 27,91% corresponde a mejorar la imagen de la empresa, 20.93% reducción de riesgos ambientales, finalmente el 16.28%

corresponde al reconocimiento empresarial y contribuir con el desarrollo del país.

Tabla 3.

Pregunta N°2. ¿Realizaría usted alianzas con otras empresas para implementar estrategias de responsabilidad social?

¿Realizaría usted alianzas con otras empresas para implementar estrategias de responsabilidad social?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	69.77%
NO	13	30.23%
TOTAL	43	100%

Nota: Elaborado por investigadores

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

Tabla 4.

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

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

Nota: Elaborado por investigadores

Las encuestas realizadas a los propietarios de las Pymes manufactureras respondieron con mayor porcentaje el 51,16% manifestó que su mayor limitante es por falta de

recursos económicos, seguidamente con un valor de 25.58% es por falta de capacitación, por otra parte, el 11,63% mencionaron que es por falta de interés por área de la empresa, y por último un 11.63% por falta de jornada laboral, cada uno de las Pymes tienen diferentes razones que impiden poder implementar prácticas de RS.

Tabla 5.

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

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

Nota: Elaborado por investigadores

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

Tabla 6.

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

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

Nota: Elaborado por investigadores

De acuerdo a los resultados obtenidos relacionados a la percepción de la responsabilidad social por parte de las Pymes manufactureras, de acuerdo al cruce de las dos preguntas seleccionadas para poder medir el nivel de la percepción de la responsabilidad social, se obtuvo un valor con mayor porcentaje de 37.2% en la dimensión ambiental, sugiriendo la protección y el cuidado del medio ambiente para reducir los fenómenos de contaminación ambiental, seguidamente con un valor de 32.6% en la dimensión económica manifestando que los recursos económicos son muy importantes para el crecimiento empresarial, y con un valor de 30.2% en la dimensión social, proponiendo que el factor social es importante para que las Pymes manufactureros progresen socialmente responsables y así contribuir al desarrollo económico, social y ambiental y generar mayor competitividad a nivel local, regional y nacional en el mercado actual.

De acuerdo a la presente investigación se llegó entre otras a las siguientes conclusiones las Pymes del sector manufacturero del cantón Latacunga, no existe ningún estudio e información adecuada, por lo cual solamente se dispone de estudios anteriores realizados sobre empresas del sector industrial, comercial, financiero y de servicios, estos han logrado implementar programas de responsabilidad social, para la gestión de las iniciativas realizadas y principalmente proponen una guía metodológica que permita a las empresas del sector industrial y comercial de cantón Latacunga tener un referente para

reflejar los procesos de responsabilidad social, que en las Pymes observadas la responsabilidad social y la sustentabilidad representan el 81,8% de importancia en la dimensión ambientalista, el 43,8% en lo económico y el 31,3% en lo social respectivamente.

Todas las grandes investigaciones están orientadas a las grandes empresas, los modelos de gestión, la dirección estratégica y la responsabilidad entre otras, muy poco se dirigen los estudios a las Pymes que como vemos son un elemento estratégico de la economía, siempre resultara interesante hablar de la responsabilidad social empresarial y profundizar en su impacto, el aporte desde los gobiernos con políticas públicas que la regulen, desde los sectores sociales que reciben sus beneficios y desde la academia con investigaciones como esta que a través de los resultados logrados permite saber cuál es el diagnóstico situacional en el que se encuentran este importante segmento de la economía como son las Pymes en cuanto a la percepción acerca de la responsabilidad social empresarial y delinear estrategias que permitan su mejoramiento y de esta manera contribuir al desarrollo y la sostenibilidad de la economía a través del empoderamiento de este modelo, a continuación se proponen esas estrategias partiendo de los objetivos más significativos que generaron las preguntas abiertas de la encuesta la metodología utilizada fue parte de un plan que incluye además acciones, recursos tiempo responsables y costos por cada uno de ellos, para el presente artículo solo se hace referencia objetivos y estrategias.

Tabla 7.

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

Estrategias de responsabilidad social para mejorar la situación actual de las pymes	
Objetivos	Estrategias
Optimizar los procesos de trabajo para reducción de los costos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear una estructura de procedimientos y coordinar equipos de trabajo para que realmente se puedan conseguir sus objetivos.
Buscar la innovación y el desarrollo de nuevos productos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar la gestión de los mismos, así como en el diseño y creación de otros nuevos productos en un entorno cambiante y en el que continuamente surgen nuevas necesidades.

Obtener un amplio grupo de clientes	▪ Promocionar sus productos a través de ferias en las cuales den a conocer a los clientes, la buena imagen y servicio que ofrece sus productos
Alianzas estratégicas con otras PYMES.	▪ Realizar convenios de cooperación entre las PYMES manufactureras para generar competitividad en el mercado actual.
Reducir la contaminación ambiental	▪ Reutilizando los residuos sólidos y líquidos en procesos secundarios.

Nota: Elaborado por investigadores.

CONCLUSIONES

- Las conceptualizaciones de los elementos se basan en los fundamentos teóricos a los cuales hace referencia el estudio de la percepción de la responsabilidad social por parte de las Pymes manufactureras, enfocándose en las dimensiones económicas, sociales y ambientales, generando una influencia en las empresas un incremento en las ventas, satisfacción en las actividades del personal, realizan innovaciones las mismas que permiten destacarse en el sector donde realizan sus actividades.
- Para la realización del presente artículo científico se utilizó la metodología cuantitativa, investigación bibliográfica, investigación de campo, método deductivo, método descriptivo, y la técnica de la encuesta, con un cuestionario elaborado en base a la guía de la Acción Empresarial de Desarrollo-Costa Rica, donde se determinó que la mayoría de las Pymes encuestadas poseen un nivel bajo de conocimiento sobre la percepción de la responsabilidad social.
- El análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a las Pymes manufactureras como objeto de estudio, se determina que todas desde sus individualidades afirman estar implicados en el cuidado del medio ambiente, indican que es importante poseer una mayor rentabilidad económica para desarrollar sus actividades y cumplir con las necesidades de los clientes, mencionan que el aporte de la sociedad es fundamental para poder generar que las empresas sean socialmente responsables, y así generar mayor competitividad de las Pymes en el mercado local, regional, nacional e internacional y contribuir al desarrollo empresarial del país.
- Que es posible proponer estrategias como las indicadas en la tabla 7 a partir de los objetivos que se plantean dentro de la estructura organizacional de cada Pyme alineados con los objetivos de desarrollo sostenible y con la matriz productiva del

Ecuador en la búsqueda de crear un mundo más responsable socialmente y más amigable con el medio ambiente.

LISTA DE REFERENCIAS

- AED. (2019). *Costa Rica continúa enfocándose en el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial*. [file:///C:/Users/Geovanny/Downloads/encuesta-de-rse-2019%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Geovanny/Downloads/encuesta-de-rse-2019%20(3).pdf)
- Aline, A. D.-I., & Amador, M. M. (5 de Mayo de 2021). Responsabilidad Social de las Empresas Manufactureras del Estado de Hidalgo segun su tamaño. *Index*, 9(18). <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6739>
- Betancourt, J. M. (2017). *Propuesta de un Plan de Responsabilidad Social para mejorar la vinculación de la compañía "Empresa Pesquera Polar" con los habitantes*. Tesis, Universidad Tecnica Particular de Loja , Facultad de Administración, Guayaquil. <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/20598/1/Betancourt%20Medranda%20Jenny%20Mar%20c3%ada.pdf>
- Briones Kusactay, V., Tores Briones, C., Rojas Dáviña, S., Jimenez Chalen, J., & Avila Pita, M. (15 de Febrero de 2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial Confecciones Pymes de Guayaquil. *Espacios*, 38(31), 9. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p09.pdf>
- Cancino del Castillo, CH. & Morales Parrague ,M.(2008). Responsabilidad social empresarial: Santiago: Facultad de Economía y Negocios Universidad de Chile
- Chaluisa Guamán, E.& Chimbo Muñoz, E. (2022). percepción de la responsabilidad social por parte de las pymes del sector manufacturero del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi: Latacunga: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Universidad Técnica de Cotopaxi
- Elías, J. & Mascaray, J. (2003). Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación. Barcelona, Ediciones Gestión 2000 S.A.
- Furnham, A. (2001). Psicología organizacional, el comportamiento del individuo en las organizaciones. México: Oxford University Press.
- Guedez, V. (2006). Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social. Caracas, Venezuela: Editorial Planeta.

- Gibson, J., Ivancevich, J. y Donnelly, J. (2001). Las organizaciones, conducta, estructura y procesos. Santiago, Mc Graw- Hill.
- INEC. (2020). *Visualizador de Estadísticas Empresariales*. <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>
- Lucas Marín, A. & García Ruiz, P. (2002). Sociología de las organizaciones. Madrid: McGraw-Hill.
- Mbare , O. (2007). "The Role of Corporate Social Responsibility (CSR) in the New Economy. Business and Organization Ethics Network". Vol. 12, Nº 2
- Mory, E. D. (2011). Estrategias de la responsabilidad social empresarial. *Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de [file:///C:/Users/Geovanny/Downloads/La-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-Am%C3%A9rica-Latina-Manual-de-Gesti%C3%B3n%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Geovanny/Downloads/La-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-Am%C3%A9rica-Latina-Manual-de-Gesti%C3%B3n%20(1).pdf)
- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519009>
- Ormaza, A. J., Ochoa, C. J., Ramírez, V. F., & Quevedo, V. J. (11 de Mayo de 2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/33241>
- Vives, A., & Peinado, E. (Mayo de 2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina. *Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>