



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL
ECUADOR.**

AUTORES:

GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS.

JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY

TUTOR:

ING. IND. VÍCTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA.MCID

GUAYAQUIL, FEBRERO 2018

Reposito del Senescyt

 Presidencia de la República del Ecuador	 Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes	 SENESCYT <small>Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación</small>
REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR.	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS, JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ING. IND. VICTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA. MCID	
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR	
GRADO OBTENIDO:	INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:
ÁREAS TEMÁTICAS:	ARÉA COMERCIO EXTERIOR	
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	RESPONSABILIDAD SOCIAL, ISO, ESTARTEGIAS, PYMES, SUSTENTABILIDAD	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):		
<p>El presente proyecto de titulación busca evaluar el desempeño ético, social y empresarial que poseen las Pymes productoras de piña en la zona 5 del Ecuador y su proyección en mercados internacionales mediante la implementación de los principios de responsabilidad social entre sus principales actividades, y la obtención de certificaciones que avalen la calidad de la producción en dicho sector las cuales serán dirigidas principalmente a mercados que exigen procedimientos exclusivos altamente responsables, garantizados mediante respaldo de la ISO 2600 haciendo de la piña ecuatoriana una fruta atractiva comercialmente en nuevos mercados sustentables.</p> <p>El objetivo fundamental del desarrollo de este proyecto de investigación será generar un impacto de interés para impulsar nuevos programas de responsabilidad social por parte de las pymes productoras de piña establecidas en la zona 5 ecuatoriana, al igual que intervenir en el vínculo academia, estado, empresa cuya congruencia servirá para la generación de nuevas oportunidades económicas y comerciales para el Ecuador.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail:
1.- Gonzabay Guamán Jonathan Andrés	1.- 0983693695	1.- jonagonzabay-95@hotmail.com
2.- Jaramillo Olvera Judie Kerly	2.- 0980182804	2.- judiekhk@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaria de la Facultad	
	Teléfono: (04) 2596830	
	E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec	

Certificación del tutor revisor

Habiendo sido nombrado **ING. IND. VÍCTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA.MCID**, tutor del trabajo de titulación “EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR” certifico que el presente proyecto, elaborado por **GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS** CON C.C: 0953754611 Y **JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY** CON C.C: 0928585983, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**, ha sido **Revisado y Aprobado** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

DOCENTE TUTOR

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay., MBA, MCID
C.I. 0906413885
Registro Senescyt: 1006-14-86044863/1050-05-582381

Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos.

GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS con C.I No. 0953754611 y JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY con C.I No. 0928585983, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR”, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Gonzabay Guamán Jonathan Andrés

C.I 0953754611

Jaramillo Olvera Judie Kerly

C.I 0928585983

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Certificado Porcentaje de Similitud

Habiendo sido nombrado **ING. IND. VÍCTOR HUGO BRIONES KUSACTAY MBA.MCID** tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por: **GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS** con C.I No. 0953754611 y **JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY** con C.I No. 0928585983 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior.

Se informa que el proyecto: “EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR” ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio **URKUND** quedando el **1%** de coincidencia.

The screenshot displays the URKUND interface with the following details:

- Document:** tesis Gonzabay y Jaramillo.docx (D34540266)
- Submitted:** 2018-01-10 10:29 (-05:00)
- Submitted by:** rafael.apolinarioqu@ug.edu.ec
- Receiver:** rafael.apolinarioqu@analysis.urkund.com
- Message:** Show full message
- Summary:** 1% of this approx. 23 pages long document consists of text present in 2 sources.

The **Sources** tab is active, showing the following results:

Rank	Path/Filename
1	TESIS-RSE CONFECCIONES JORDY JIMENEZ.docx
2	https://democraciaparticipativa.net/economia-society/perspectiva-economica-solana/10593-la-...

Below the sources, there is a section for **Alternative sources** and **Sources not used**. The main content area shows a snippet of text from a source, starting with "con grandes capitales contratan a pymes para poder fortalecer cierta parte de la organización."

DOCENTE TUTOR

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay., MBA, MCID
C.I. 0906413885
Registro Senescyt: 1006-14-86044863/1050-05-582381

Certificado de tutor



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Administrativas
Ingeniería en Comercio Exterior



Guayaquil, 10 de Enero del 2018

Sr.
ING. RAFAEL APOLINARIO QUINTANA, MSC.
DIRECTOR
CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de "EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL ECUADOR" de los estudiantes GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS con C.I No. 0953754611 y JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY con C.I No. 0928585983, indicando han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

DOCENTE TUTOR

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay, MBA, MCID
C.I. 0906413885
Registro Senescyt: 1006-14-86044863/1050-05-582381

Dedicatoria

A Dios

Dedico el presente proyecto de titulación principalmente a Dios por ser el primer guía y ejecutor durante el desarrollo de la tesis.

A mis Padres y Hermanas

Dedico a mis padres por el gran esfuerzo, Sacrificios y enseñanzas que me han brindado durante el transcurso de mi vida estudiantil, personal y profesional, a mis hermanas por el apoyo y el buen ánimo palpable en esta travesía de cumplir mi meta.

A mis Familiares

Dedico a mis familiares por sus gratos consejos y apoyo brindado;

A mi novia

Dedico a mí novia y compañera inseparable por su gran positivismo y optimismo brindado, por ayudarme a pulirme como buen hombre, hijo y novio.

Jonathan Gonzabay Guamán

Dedicatoria

A Dios,

Por darme la oportunidad de vivir para cumplir mis metas y por haberme iluminado siempre en cada paso que di en mi ciclo académico.

A mi familia,

Por darme ánimos en todas mis actividades académicas, por apoyarme económicamente para que nunca me falte nada y pueda cumplir con todas mis responsabilidades, por recordarme que el estudio es la mejor herencia que ellos me pueden dar y por criarme con los mejores valores del mundo.

A mi novio,

Por apoyarme emocionalmente, aconsejarme y cuidarme todos estos 4 años que estuve en la Universidad.

A mi tutor,

Por todas las sugerencias y consejo que me ayudaron a culminar con éxito este paso importante para llegar a obtener mi título.

Judie Jaramillo Olvera

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme salud, inteligencia y optimismo para cumplir mi meta.

Agradezco a mis padres Julio Gonzabay Asencio por ser un ejemplo de hombre trabajador y luchador y a mi madre Laura Guamán Zambrano por ser una excelente madre y amiga, y ser parte de mi formación ética, social y profesional.

Agradezco a mis abuelos paternos: Cruz Elena Asencio & Gregorio Gonzabay y Abuelos maternos: Laura Zambrano & Colon Sotomayor, por ser excelentes abuelos y grandes ejemplos de personas, por la calidez y cariño que me brindan.

Agradezco al gobierno nacional del Ecuador por permitirme ser beneficiario de la Becas Eloy Alfaro para poder culminar mis estudios universitarios con éxito.

Agradezco a mis maestros por brindarnos grandes conocimientos y experiencias profesionales de la carrera.

Agradezco al Director de la Carrera de Comercio Exterior Ing. Rafael Apolinario Quintana, Msc. Por la excelente gestión y liderazgo que realiza.

Agradezco a mi tutor Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay., MBA, MCID por su gran apoyo y aconsejarnos mediante sus conocimientos y experiencias, por llevar un excelente rol como tutor y docente de la carrera de Comercio Exterior.

Agradezco a los docentes que participaron en la validación de expertos por ser una ayuda primordial para el avance de nuestro proyecto de titulación.

Jonathan Gonzabay Guamán

Agradecimiento

En primera instancia agradezco a Dios por iluminarme siempre en todas mis metas, a mis padres y hermanos por siempre brindarme una guía positiva para no dejarme derrotar por pequeños obstáculos a lo largo de mi camino universitario.

Agradezco haber conseguido un excelente tutor de tesis, el Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay MBA.MCID; por su voluntad y apoyo incondicional en el desarrollo de este trabajo, por ser un docente modelo para sus estudiantes, ya que siempre nos demostró valores importantes que nos permitirán crecer profesionalmente y como ser humano. Gracias por siempre confiar en nosotros y brindarnos su tiempo.

Agradezco a los diferentes docentes que desde que entre a la Universidad hasta que estaba realizando mi tesis, me ayudaron en todas mis actividades académicas, de alguna u otra forma ellos dejaron en mí una semilla de conocimiento. Gracias por brindarme sus conocimientos y experiencias que siempre quedaran en mí.

Judie Jaramillo Olvera

**“EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LAS PYMES PRODUCTORAS DE PIÑA DE LA ZONA 5 DEL
ECUADOR”**

Autores:

GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS

JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY

Tutor:

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay., MBA, MCID

Resumen

El presente proyecto de titulación busca evaluar el desempeño ético, social y empresarial que poseen las Pymes productoras de piña en la zona 5 del Ecuador y su proyección en mercados internacionales mediante la implementación de los principios de responsabilidad social entre sus principales actividades, y la obtención de certificaciones que avalen la calidad de la producción en dicho sector las cuales serán dirigidas principalmente a mercados que exigen procedimientos exclusivos altamente responsables, garantizados mediante respaldo de la ISO 26000 haciendo de la piña ecuatoriana una fruta atractiva comercialmente en nuevos mercados sustentables. A su vez, el objetivo fundamental del desarrollo de este proyecto de investigación será generar un impacto de interés para impulsar nuevos programas de responsabilidad social por parte de las pymes productoras de piña establecidas en la zona de estudio, al igual que intervenir en el vínculo academia, estado, empresa cuya congruencia servirá para la generación de nuevas oportunidades económicas y comerciales para el Ecuador.

Palabras claves: Pymes, RSE, Estrategia, Sustentabilidad.

**“EVALUATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGIES IN
PRODUCING PYMES OF PINEAPPLE OF ZONE 5 OF ECUADOR”**

Author:

GONZABAY GUAMÁN JONATHAN ANDRÉS

JARAMILLO OLVERA JUDIE KERLY

Advisor:

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay., MBA, MCID

Abstract

The present titling project seeks to evaluate the ethical, social and business performance of the pineapple producing SMEs in zone 5 of Ecuador and its projection in international markets through the implementation of the principles of social responsibility among its main activities, and obtaining of certifications that guarantee the quality of the production in this sector, which will be directed mainly to markets that demand highly responsible exclusive procedures, guaranteed by means of ISO 2600 support making the Ecuadorian pineapple commercially attractive in new sustainable markets. The fundamental objective of the development of this research project will be to generate an impact of interest to promote new programs of social responsibility by the pineapple producing SMEs established in the Ecuadorian zone 5, as well as intervening in the link academia, state, company whose congruence will serve to generate new economic and commercial opportunities for Ecuador.

Keywords: SMEs, CSR, Strategy, Sustainability.

Índice General

Reposito del Senescyt	II
Certificación del tutor revisor	III
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos.	IV
Certificado Porcentaje de Similitud	V
Certificado de tutor.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Dedicatoria.....	VIII
Agradecimiento.....	IX
Agradecimiento.....	X
Resumen	XI
Abstract.....	XII
Índice General.....	XIII
Introducción.....	19
1 Planteamiento del problema	21
1.1 Formulación y sistematización del Problema	22
1.1.1 Formulación:	22
1.1.2 Sistematización:	22
2 Objetivos de la Investigación	23
2.1 Objetivo General.....	23
2.2 Objetivos Específicos.....	23
3 Justificación.....	24
3.1 Justificación Teórica.....	24
3.2 Justificación Metodológica	24
3.3 Justificación Práctica	25
4 Hipótesis General.....	25
5 Variables de la investigación.....	25
5.1 Variable Independiente:	25
5.2 Variable Dependiente:	25
6 Aspectos Metodológicos.....	29
1 Marco teórico.....	30
1.1 Pymes.....	30
1.1.1 Importancia de las Pymes	31
1.1.2 Clasificación de las Pymes.....	33

1.1.3	Ventajas de las Pymes.....	35
1.1.4	Desventajas de las Pymes	37
1.1.5	Participación de las Pymes en el entorno internacional.....	38
1.1.6	Las Pymes en el Ecuador	40
1.2	Planeación estratégica.....	45
1.2.1	Características de la planeación estratégica.....	47
1.3	Responsabilidad Social Empresarial.....	48
1.3.1	La Teoría de la Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial	50
1.3.2	¿Por qué incluir la RSE en el plan estratégico de una empresa?	51
1.3.3	Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial	51
1.3.4	Teorías y Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial.....	52
1.3.5	La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador	53
1.3.6	Stakeholders o Grupos de Interés.....	55
1.4	ISO 26000	56
1.4.1	Estructura de la ISO 26000.....	56
1.4.2	Los 7 principios de la Responsabilidad Social	58
1.4.3	Las Materias de la Responsabilidad Social.....	59
1.4.4	Beneficios de la implementación de la ISO 26000.....	60
1.5	Sector de la Piña en el Ecuador.....	60
2	Marco Conceptual.....	62
2.1	Pymes.....	62
2.2	Plan Estratégico.....	63
2.3.	Responsabilidad social empresarial	63
2.4.	ISO	63
2.5.	ISO 26000	63
2.6.	Stakeholders	63
2.7.	Sustentabilidad	64
2.8.	Ventaja Competitiva	64
3	Marco Legal.....	64
3.1.	PYMES	64
3.2.	Responsabilidad Social Empresarial.....	66
4	Marco Contextual	67
1	Aspectos Metodológicos.....	68
1.1	Enfoque.....	68
1.2	Alcance	68
1.3	Limitaciones	68

1.4	Métodos.....	68
1.5	Instrumentos.....	69
1.5.1	Encuesta.....	69
1.5.2	Entrevista.....	69
1.6	Análisis no Paramétrico.....	69
1.6.1	Coeficiente de Kendall.....	69
1.7	Validación de los Instrumentos por expertos.....	69
1.7.1	Método Delphi.....	70
1.7.2	Cálculo del grado de conocimiento de los expertos.....	70
1.8	Población y Muestra.....	75
1.8.1	Encuesta.....	75
1.8.2	Entrevista.....	76
1.9	Resultados e interpretación de las encuestas.....	76
1.9.1	Productores de Piña.....	76
1.9.2	Exportadores de Piña.....	87
1.9.3	Coeficiente “W” de Kendall enfoque a exportadores.....	97
1.10	Entrevistas a los tres ejes del desarrollo económico y social.....	98
1.10.1	Sector Privado.....	98
1.10.2	Universidad.....	101
1.10.3	Entidades Públicas.....	107
1.10.4	Interpretación de las entrevistas.....	112
1	Propuesta.....	120
1.1	Tema.....	120
1.2	Justificación de la propuesta.....	120
1.3	Fundamentación de la propuesta.....	121
1.4	Objetivo General.....	122
1.5	Objetivos Específicos.....	122
1.6	Limitantes de la propuesta.....	122
1.7	Actividades incluidas en la propuesta.....	123
1.7.1	Programa de capacitaciones.....	123
1.7.2	Plan para implementar la RSE en las pymes productoras de piña de la zona 5 del Ecuador	124
2	Conclusión.....	133
3	Recomendación.....	134
4	Apéndice.....	135
5	Referencias.....	144

Índice de Figuras

Figura 1 Clasificación de Empresas según su Tamaño	41
Figura 2 Actividad de las Pymes en el Ecuador.....	42
Figura 3 Distribución Sectorial Pymes	43
Figura 4 Participación de las Pymes por principales ciudades	44
Figura 5 Pilares de la RSE	52
Figura 6 Antecedentes de la RSE en el Ecuador.....	54
Figura 7 Principios de la Responsabilidad Social	58
Figura 8 Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social	59
Figura 9 Beneficios de la ISO 26000	60
Figura 10 Principales países compradores de Piña	61
Figura 11 Importadores de Piña.....	62
Figura 12 Mapa de la Zona 5 del Ecuador	67
Figura 13 RSE Aplicada	76
Figura 14 Programas Aplicados.....	77
Figura 15 Mercado Internacional.....	78
Figura 16 Diferenciación Pymes.....	79
Figura 17 Valores Sustentables.....	80
Figura 18 Problemas de Aplicación	81
Figura 19 Ética Empresarial.....	82
Figura 20 Principios RSE.....	83
Figura 21 Calidad de la Producción.....	84
Figura 22 Base Legal	85
Figura 23 RSE Aplicadas Empresas Exportadoras de Piña	87
Figura 24 Programas RSE Aplicadas de Exportadoras de Piña.....	88
Figura 25 Mercado Internacional Enfoque Exportadoras de Piña	89
Figura 26 Imagen Internacional Enfoque Exportadoras de Piña.....	90
Figura 27 Valores Sustentables Enfoque Exportadoras	91
Figura 28 Problemas de Aplicación Enfoque Exportadoras de Piña	92
Figura 29 Ética Empresarial Enfoque Exportadoras de Piña.....	93
Figura 30 Principios RSE Enfoque Exportadoras de Piña	94
Figura 31 Calidad de la Producción.....	95
Figura 32 Base Legal Exportadoras de Piña	96
Figura 33 Evaluación de la factibilidad de la alianza estratégica.	126
Figura 34 Modelo del acuerdo de la alianza estratégica	127
Figura 35 Diagrama de GANTT	132

Índice de Tabla

Tabla 1	26
Tabla 2	33
Tabla 3	34
Tabla 4	34
Tabla 5	35
Tabla 6	35
Tabla 7	41
Tabla 8	42
Tabla 9	43
Tabla 10	52
Tabla 11	56
Tabla 12	61
Tabla 13	70
Tabla 14	71
Tabla 15	71
Tabla 16	72
Tabla 17	72
Tabla 18	72
Tabla 19	73
Tabla 20	73
Tabla 21	73
Tabla 22	74
Tabla 23	74
Tabla 24	75
Tabla 25	76
Tabla 26	77
Tabla 27	78
Tabla 28	79
Tabla 29	80
Tabla 30	81
Tabla 31	82
Tabla 32	83
Tabla 33	84
Tabla 34	85
Tabla 35	86
Tabla 36	87
Tabla 37	88
Tabla 38	89
Tabla 39	90
Tabla 40	91
Tabla 41	92
Tabla 42	93
Tabla 43	94
Tabla 44	95
Tabla 45	96
Tabla 46	97
Tabla 47	125

Tabla 48	131
----------------	-----

Índice de Apéndices

Apéndice A: Formato de Encuesta.....	135
Apéndice B: Formato de entrevista para el Sector Privado	136
Apéndice C: Formato de entrevista para la Universidad	137
Apéndice D: Formato de entrevista para el Sector Público	138
Apéndice E: Foto evidencia de la Encuesta en el mercado de la Piña de Milagro	139
Apéndice F: Foto evidencia de las entrevistas a los exportadores	139
Apéndice G: Foto evidencia de la recolección de información en el MAGAP de Babahoyo	140
Apéndice H: Foto Evidencia de la recopilación de información en el Empalme	140
Apéndice I: Ubicación de la Muestra (Babahoyo, Milagro, Naranjito, El empalme)	141
Apéndice J Plantaciones de Piña en El Empalme	141
Apéndice K: Reseña de los expertos encargados de la validación de los instrumentos metodológicos.	142
Apéndice L: Reseña de los expertos encargados de la validación de los instrumentos metodológicos.	143

Introducción

Tema: Evaluación de las Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador.

El trabajo de titulación elaborado tiene por objetivo la evaluación de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES productoras de piña de la zona 5 del Ecuador.; con el propósito de estudiar las problemáticas que posee dicho sector en la expansión a nuevos mercados sustentables, determinando la importancia de la obtención de certificaciones internacionales que satisfaga los niveles de calidad solicitados por el comercio internacional.

Considerando que en la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial es considerada como un elemento importante en los procedimientos de producción y comercialización de las empresas, pudiendo considerarse como una estrategia para penetrar nuevos mercados.

La presente investigación contiene los siguientes capítulos:

En el capítulo I: se realiza el planteamiento, formulación y sistematización del problema posteriormente se establecen los objetivos generales y específicos del proyecto de titulación así como su justificación, hipótesis y variables establecidas en la investigación

En el capítulo II: se desarrolla el marco teórico, conceptual, legal y contextual destacando como principales temas las Pymes, la planificación estratégica, la ISO 26000 sobre la Responsabilidad social empresarial y análisis del sector de la piña ecuatoriana.

En el capítulo III: se realiza los aspectos metodológicos utilizando como instrumentos encuestas y entrevistas realizadas en diferentes cantones que productores de piña de la zona 5 del Ecuador y su respectiva tabulación y análisis , precedentemente se realiza la validación de expertos medida por Docentes competentes en el tema desarrollado.

En el capítulo IV: se plantea la propuesta de desarrollar un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador, plasmando en el presente capítulo conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

Capítulo I

1 Planteamiento del problema

La Responsabilidad Social Empresarial, en la actualidad es un tema ampliamente exigido en mercados internacionales principalmente en países considerados sustentables haciendo de los bienes o servicios más apetecidos por ellos.

La producción de Piña es una actividad agrícola que en el mundo se puede realizar solamente en países considerados privilegiados territorialmente y que por indicadores como localización geografía y clima se puede desarrollar esta actividad, por lo que cada vez más existe la innovación de métodos de producción, comercialización, y negociación entre los países involucrados en este sector, haciendo a estos países competir entre sí por penetrar un mercado.

Cabe indicar que Ecuador a pesar de poder desarrollar la producción de la piña, internacionalmente no se logra extender a nuevos mercados sustentables debido a la exigencia de requisitos establecidos por ellos; Sin embargo las exportaciones de Piña en el Ecuador representan USD 26,4 millones de la Balanza comercial, siendo el producto con mayor demanda internacional dentro del ámbito de frutas no tradicionales, pero en temas relacionados al comercio exterior se estima que se podría aumentar su nivel de exportaciones mediante la aplicación de nuevas estrategias comerciales.

La Responsabilidad Social Empresarial, genera valores sostenibles en ámbitos económicos, sociales y ambientales del sector empresarial. Por este motivo, puede ser considerada una herramienta aplicable voluntariamente en el plan estratégico de las Pymes productoras de Piñas, fomentando la conciencia social y ética, con el fin de crear o mejorar su imagen, originar valor agregado en su producción y aumentar su competitividad.

Es evidente que el principal problema de las Pymes es la indiferencia a temas de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial debido al desconocimiento sobre el

concepto, aplicación y beneficios de la misma en su plan estratégico y su relación con los Stakeholders.

A su vez, existen pequeñas y medianas empresas que por contener recursos limitados, mantienen un índice de desinterés, ya que los programas de responsabilidad social empresarial generan costos asociados que brindan beneficios a largo plazo.

1.1 Formulación y sistematización del Problema

1.1.1 Formulación:

¿Cuál es la razón por la que las PYMES del sector de la piña no obtienen la certificación adecuada para evidenciar la Responsabilidad Social Empresarial?

1.1.2 Sistematización:

¿De qué manera se puede complementar el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector de la Piña?

¿En qué grado de interés se establece la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector de la Piña?

¿Cuáles son los beneficios que obtendrían las PYMES al aplicar el indicador RSE?

2 Objetivos de la Investigación

2.1 Objetivo General

- ✓ Evaluar las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector de la Piña de la zona 5 del Ecuador.

2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la existencia y el desarrollo de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector de la Piña.
- ✓ Identificar el grado de interés que tienen las PYMES del sector de la Piña sobre la Responsabilidad Social Empresarial en su planificación estratégica.
- ✓ Determinar los beneficios que generan las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Desarrollar un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador.

3 Justificación

3.1 Justificación Teórica

El presente proyecto se considera teórico ya que se ha basado en conceptos que permiten el correcto entendimiento del tema y la ampliación del mismo, tales como:

Según la Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana:

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un modelo empresarial que responde a nuevas tendencias globalizadas del desarrollo sostenible” (Ecuador, 2016, p.1)

Según Chávez Becker & Patraca Dibildox:

“La RSE, es un conjunto de certificaciones que pueden contribuir en la administración de negocios sustentables y en la ética de las empresas, específicamente en su vínculo con el sector público” (Chávez Becker & Patraca Dibildox, 2011, p.235)

Según la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana, en su estudio sobre perspectiva del ecuatoriano frente a la Responsabilidad Social, nos indica que: El 24% piensa que la empresa es socialmente responsable cuando cumple con las leyes y obligaciones, y el 17% especifica que este cumplimiento debe ser estricto en términos de derecho laboral; mientras, el 19% atribuye la Responsabilidad Social al cuidado del entorno y otro 17% al cuidado específico del medio ambiente. (Lima Bandeira Mariana & López Parra Marcelo, 2012, p. 16)

3.2 Justificación Metodológica

Para este proyecto se utilizará el tipo de metodología descriptiva y correlacional debido a que se estudiará las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector de la Piña de la zona 5 del Ecuador.

3.3 Justificación Práctica

Con el estudio de la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del sector de la Piña de la zona 5 del Ecuador, se pretende generar valores sostenibles en los ámbitos económicos, sociales y ambientales del sector, para contribuir al desarrollo del Ecuador.

4 Hipótesis General

Si se desarrolla un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector de la Piña de la zona 5 del Ecuador, aumentaría la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, aprovechando las oportunidades en mercados internacionales mediante la obtención de la ISO 26000.

5 Variables de la investigación

5.1 Variable Independiente:

Desarrollo de un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial.

5.2 Variable Dependiente:

Aumento de la Competitividad de las Pymes.

Aprovechamiento de las oportunidades en mercados internacionales.

Obtención de la ISO 26000

Tabla 1

Operacionalidad de las Variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS O PREGUNTAS	ESCALA
Desarrollo de un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial.	<p>“La RSE es un instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, el social y el ambiental, así como la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.” (CERES, 2008)</p>	<p>Aplicación de la normativa de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes productoras y exportadoras de Piña en la Zona 5</p>	<p>Indicadores estratégicos y de evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial.</p>	<p>Encuestas y Entrevistas revisada por expertos</p>	<p>1.- ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social Empresarial? 10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?</p> <p>2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000? 6.- ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?</p>	<p>Elección única y Likert</p> <p>Elección única y Likert</p>

Aumento de la Competitividad de las Pymes.	Competitividad es la capacidad que tienen las organizaciones de obtener ingresos en relación a sus competidores.	Las Pymes productoras y exportadoras de Piña en la Zona 5	Indicadores de Competitividad	Encuestas y Entrevistas revisada por expertos	4.- ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?	likert
					5.- ¿La obtención certificaciones internacionales que reflejen valores sustentables incrementa la competitividad de las Pymes?	
					8.- ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?	Likert

Aprovechamiento de las oportunidades en mercados internacionales.	Aprovechar una oportunidad es apoyarse de una circunstancia ideal para obtener beneficios. En este caso, aprovechar la demanda de los mercados internacionales.	Las Pymes productoras y exportadoras de Piña en la Zona 5	Indicadores de Evaluación del mercado (Oferta y Demanda)	Encuestas y Entrevistas revisada por expertos	9.- ¿considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción?	likert
					7.- ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de futuros clientes?	likert
					3. ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?	likert

Elaborado por: Los Autores

6 Aspectos Metodológicos

El presente trabajo de titulación con el tema “Evaluación de las Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador”, es un proyecto de investigación que busca analizar las estrategias empresariales de las Pymes con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial para identificar beneficios en el entorno empresarial.

Para la elaboración de este proyecto de investigación se utiliza el método descriptivo basada en la caracterización detallada de una situación. A su vez, en el tipo de estudio se describirá la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes.

Además, este análisis se enfocará en las pymes productoras de Piña de la Zona 5 para la recolección efectiva de información.

Capítulo II

1 Marco teórico

1.1 Pymes

Las pequeñas y medianas empresas nacen desde tiempos remotos en el origen y evolución de las economías de las sociedades, hace aproximadamente 10.000 años , cuando se figuraban los nobles y terratenientes, que eran los pequeños agricultores y artesanos, los cuales se dedicaban a las tareas productivas prácticamente de subsistencia y por otra parte aquellos que se dedicaban a prestar servicios.(Cruz Del Carmen & Monroy Méndez, 2017, p.33)

El concepto de pequeñas y medianas empresas se define dependiendo de la región en donde se analice, así lo interpretan Batida y Machado, el cual dicen que “Las Pymes son personificaciones significativas de la red empresarial mundial, sea desarrollado o subdesarrollado ;pueden ser definidas de varias formas, sin embargo los autores coinciden en que es una organización que tiene vida propia y con libertad de tamaño, la cual contiene todas las características de una empresa convencional” (Batidas & Machado Hernández, 2007. p. 2)

Además, “ No se establece un concepto o definición exacta de Pymes , ya que las variables de estas pequeñas y medianas empresas pueden cambiar de acuerdo a la economía del país donde producen.”(«Estrategias de Crecimiento Empresarial», 2016)

Sin embargo, Cruz redacta que el verdadero concepto varía de acuerdo a diversos criterios, pero considerando que la empresa es el primordial agente emprendedor del desarrollo de un país e influye de manera directa en la vida privada de sus habitantes. (Cruz Del Carmen & Monroy Méndez, 2017)

Según el SRI, “Se define como PYMES a la agrupación de empresas que son consideradas pequeñas y medianas, de acuerdo a la capacidad de ventas, número de trabajadores y la cantidad productiva” (SRI, s. f.)

Existe también la controversia de definiciones de Pymes dependiendo de la cantidad de sus trabajadores, ya que según Soto, “Las Pymes, generalmente contienen un limitado grupo de trabajadores, un manejo financiero moderado y los recursos suficientes para cumplir sus metas productivas”(Soto, 2017)

Al igual que describe que “Hay distintos niveles según el país para identificar a las Pymes, las calificadas como pequeñas empresas suelen ser las que emplean a menos de 50 trabajadores y las empresas medianas las que ocupan entre 51 y 250 empleados.(Martínez & Solanas, 2016)

Según Herrera, las Pymes surgen de los siguientes fines:

- ✓ Elaboración de productos individuales, mientras que las empresas grandes se especializan en productos estandarizados.
- ✓ Las empresas con grandes capitales contratan a pymes para poder fortalecer cierta parte de la organización.
- ✓ Sectores productivos apropiados para Pymes.(Herrera García, 2011)

1.1.1 Importancia de las Pymes

Las Pymes son importantes para el desarrollo socioeconómico de una población, ya que aporta con mercados laborales, emprendimiento e innovación a todos los países. Sin embargo, su enfoque y esencialidad tiene más relevancia en los países en vías de desarrollo.

Numerosos indicio revelan que las Pymes, especialmente empresas jóvenes, realizan un aporte considerable y cada vez mayor al sistema de emprendimiento e

innovación, generando nuevos productos para la demanda y acostumbrando a los cliente a comprar productos tradicionales. (OMPI, IFIA, & AAI, 2000)

Según (Pablo Orlandi, 2016a), estos son los beneficios de las pymes para la economía:

- ✓ El incentivo a realizar actividades privadas.
- ✓ El fomento al emprendimiento.
- ✓ Flexibilidad de las pymes al cambio de la oferta y demanda.
- ✓ Son fuentes de empleo
- ✓ Fomentan la diversificación de la economía
- ✓ Aportan al comercio exterior.

Además , (Porras Cárdenas, 2016) entrega la importancia de la PYMES en la economía enfocadas en:

- ✓ Se manifiesta como un eje importante para el manejo adecuado del mercado laboral.
- ✓ Permiten el enfoque adecuado de la renta y la capacidad productiva, teniendo efectos socioeconómicos esenciales.
- ✓ Favorece y fortalece las conexiones laborales, ya que por lo general las Pymes son empresas familiares.
- ✓ Constan de Adaptabilidad tecnológica, disminuyendo los costos de infraestructura.
- ✓ La agrupación de las Pymes genera economía de escala y favorece a la inversión.

En todo el mundo las pymes se caracterizan por el aporte comercial incluidos los micro-emprendimientos que constituyen parte sustancial de la economía.

Sin embargo (Yarbredy Vásquez & Arredondo Cervantes, 2014) , sintetiza la importancia de las Pymes en cuatro puntos :

- ✓ Es importante para el crecimiento económico, social y tecnológico de un país.
- ✓ Son fuentes de innovación.
- ✓ Facilitan la distribución igualitaria de los ingresos.
- ✓ Sirven de soporta para la economía local.

1.1.2 Clasificación de las Pymes

Las Pymes pueden ser clasificadas dependiendo de las variables tomadas por cada país, un estudio realizado por (Cardozo, Velasquez de Naime, & Rodriguez Monrroy, 2012, p.34) abordan sobre la definición de países latinoamericanos partiendo desde sus criterios.

Tabla 2
Clasificación de las Pymes según variables

PAISES	CRITERIOS				VENTAS BRUTAS ANUALES/ INGRESOS BRUTOS ANUALES
	VENTAS	NUMERO DE TRABAJADORES	MONTO ACTIVO	PATRIMONIO NETO	
Argentina	X				
Bolivia	X	X		X	
Brasil	X	X			
Chile	X	X			
Colombia		X	X		
Costa Rica		X			
Ecuador	X	X	X		
El Salvador		X			X
Guatemala	X	X	X		

Honduras		X		
México		X		
Nicaragua	X	X	X	
Panamá				X
Paraguay		X	X	X
Perú	X	X		
República Dominicana	X	X	X	
Uruguay	X	X	X	
Venezuela	X	X		

Fuente: (Cardozo Et Al., 2012)

Elaborado por: Los Autores

Clasificación realizada por organismos internacionales , para determinar el tamaño de las Pymes, según fuentes de (Cruz Del Carmen, 2017)

Tabla 3

Clasificación realizada por Organismos Internacionales

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMERICA LATINA- CEPAL			
Pequeña	Hasta	5 Y 49	Empleados
Mediana	De	50 A 250	Empleados
Grande	Más De	250	Empleados

Fuente:(Cruz Del Carmen, 2017)

Elaborado por: Los Autores

Tabla 4

Clasificación realizada por Organismos Internacionales

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y ESTUDIOS ECONÓMICOS DE FRANCIA- INSEE			
Artesanal	De	1 A 10	Trabajadores
Muy Pequeña	Entre	10 Y 50	Trabajadores
Pequeña	De	50 A 250	Trabajadores
Mediana	De	250 A 1000	Trabajadores
Grande	De	1000 A 5000	Trabajadores

Muy Grande Más De 5000 Trabajadores

Fuente:(Cruz Del Carmen, 2017)

Elaborado por: Los Autores

Tabla 5

Clasificación realizada por Organismos Internacionales

LA SMALL BUSINESS ADMINISTRATIONS- EUA		
Pequeña	Hasta	250 Empleados
Mediana	De	250 A 500 Empleados
Grande	Más De	500 Empleados

Fuente:(Cruz Del Carmen, 2017)

Elaborado por: Los Autores

Tabla 6

Clasificación del INEC mediante la CAN

INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS			
MICROEMPRESA	DE	1 a 9	Personal Ocupado
PEQUEÑA	DE	10 a 49	Personal Ocupado
MEDIANA "A"	DE	50 a 99	Personal Ocupado
MEDIANA "B"	DE	100 a 199	Personal Ocupado
GRANDE	MAS DE	200	Personal Ocupado

Fuente: (INEC, 2015)

Elaborado por: Los Autores

1.1.3 Ventajas de las Pymes

Ventajas de las Pymes según el investigador Soto

- ✓ Relación directa con los clientes.
- ✓ Tienen una estructura organizacional eficaz y eficiente, sin trámites burocráticos.
- ✓ Las Pymes pueden introducirse en todo tipo de mercados.
- ✓ Los trabajadores tienen relaciones directas con sus grupos de interés (clientes, proveedores, canales de distribución, ambiente, etc)
- ✓ La pymes contiene flexibilidad en sus enfoques de comercialización.

- ✓ Cuentan con versatilidad para adaptarse a los cambios del mercado.
(Soto, 2017)

Ventajas de las Pymes según Orlandi

- ✓ Las pymes crean oportunidades laborales y de emprendimiento.
- ✓ Las pymes son instrumentos importantes que fortalecen a los organismos estatales.
- ✓ Las pymes mejoran la competitividad del mercado.
- ✓ Estas empresas interfieren en la monopolización de los mercados permitiendo la estabilización de los precios.
- ✓ Las pymes se convierten en semilleros de investigación, ya que fomentan el emprendimiento y el desarrollo tecnológico.
- ✓ Las pymes brindan productos y servicios al alcance de la comunidad.
- ✓ Estas pequeñas y medianas empresas contribuyen a los programas y proyectos económicos de un país (Pablo Orlandi, 2016^a)

Ventajas de las Pymes Según Jarrin

- ✓ Es un agente económico importante para obtener beneficios y crear fuentes de trabajo.
- ✓ Las pymes influyen en la gobernabilidad de una población.
- ✓ Tiene costos de inversión reducidos.
- ✓ Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- ✓ Las Pymes tienen preferencia por los materiales e insumos nacionales.

- ✓ Las Pymes pueden acogerse a programas que facilitan el comercio exterior, aprovechando las demandas internacionales.
- ✓ Se adaptan a las exigencias del mercado.(Artola Jarrín, 2011)

1.1.4 Desventajas de las Pymes

Desventajas de las Pymes según Soto

- ✓ Recursos económicos limitados.
- ✓ Acceso financiero limitado.
- ✓ Flexibilidad en el momento de la negociación.
- ✓ Las pymes tienen recursos reducidos, por lo tanto se les dificulta competir con grandes empresas.
- ✓ Las pymes no cuentan con recursos económicos para invertir en innovaciones tecnológicas de alta calidad.
- ✓ Ciertas pymes tienen reducida formación profesional y técnica. (Soto, 2017)

Desventajas de las Pymes según Jarrin:

- ✓ Escaso nivel tecnológico.
- ✓ Las Pymes tienen problemas para obtener certificaciones de calidad que validen su producción.
- ✓ Falta crédito, con altos costos y difícil acceso.
- ✓ Algunas pymes tienen recursos humanos con habilidades empíricas.
- ✓ A pesar de contar con oportunidades para internacionalizarse, estas empresas enfocan su producción en el mercado local.
- ✓ Incipiente penetración de Pymes al mercado internacional.(Artola Jarrín, 2011)

Según (Pablo Orlandi, 2016), los obstáculos para el crecimiento de las Pymes, son:

- ✓ Inexistencia de una legislación.
- ✓ Promoción e infraestructura limitada.
- ✓ Recursos económicos insuficientes.
- ✓ Reducidas oportunidades de obtener recursos para capacitar al personal.

Las Pymes dedicadas a la actividad exportadora y las otras que se enfocan en la comercialización local tienen las mismas dificultades y exigencias de la globalización. (Flores Jimenez, Hernández Ortiz, & Flores Jimenez, 2015, p.50)

1.1.5 Participación de las Pymes en el entorno internacional.

Las Pymes son protagonistas principales del desarrollo económico de un país, puesto que interviene como elemento clave en la generación de emprendimientos y potenciación comercial, principalmente de los pueblos en vía de desarrollo.

Sin embargo, el mayor porcentaje de las pymes participan en el crecimiento económico local, dejando de lado la negociación internacional y las inversiones extranjeras, ya que no cuentan con recursos suficientes para involucrarse en mercados globalizados.

Para (Romero Luna, 2009):

“Las pymes en países en desarrollo pueden participar en las cadenas de valores globales directamente como proveedores de primer nivel para grandes corporaciones o como proveedores de segundo y posteriores niveles. Asimismo, las pymes de mayor tamaño pueden explotar las oportunidades derivadas del modelo fragmentado de producción, y subcontratar en otras áreas el aprovisionamiento de determinados componentes o servicios intermedios”

Según (Pablo Orlandi, 2016b) dice que:

“Las Pymes son las primeras afectadas por la globalización y el sector de la economía que más rápido siente su efecto. Por lo tanto, las Pymes, especialmente en economías en desarrollo, deben estar preparadas para los cambios producidos por el desarrollo del comercio internacional.”

Además (Pablo Orlandi, 2016b) manifiesta los beneficios que tienen las Pymes con respecto al comercio exterior, las cuales son:

- ✓ Las Pymes sirven como complemento de la cadena de valor de las exportadoras.
- ✓ Las Pymes se especializan en productos y servicios para ciertos mercados.
- ✓ Las pymes brindan servicios de apoyo para resolver problemas de transacciones internacionales.

Barreras Internas

- ✓ Información limitada
- ✓ Capital insuficiente
- ✓ Capacidad de Management insuficiente
- ✓ Programas y proyectos de incentivos ineficientes.

Barreras Externas

- ✓ Restricciones técnicas al comercio
- ✓ Procedimientos burocráticos
- ✓ Problemas de marketing y distribución
- ✓ Cobertura de riesgo inexistente
- ✓ Costos altos

Según («La importancia global de las Pymes», 2013) describe que las grandes exportadoras y las Pymes apoyan y se benefician de los mercados internacionales de forma diferenciada. Sin embargo, es necesario recalcar que las grandes empresas tienen más oportunidades, recursos y tecnología necesaria para satisfacer las exigencias internacionales en comparación con las pequeñas y medianas empresas quienes se deben a programas y proyectos estatales.

En el Ecuador, las Pymes involucradas en los mercados internacionales, no contienen un historial de análisis sobre su colaboración, evolución y volúmenes en las exportaciones; sin embargo, con ayuda de algunos factores se infiere que su participación en la balanza comercial es mínima, principalmente por:

- ✓ Producción insuficiente para satisfacer las demandas,
- ✓ Limitada información sobre nuevos mercados ,
- ✓ Insuficientes capital para inversiones u otras actividades ,
- ✓ Tecnología limita,
- ✓ Reducido índice de calidad.

1.1.6 Las Pymes en el Ecuador

En el Ecuador, las Pymes forjan un personaje esencial en el despliegue comercial como consecuencia a la gran abundancia de emprendimientos que surgen cada vez más , es así como Ecuador ocupa la posición 114 de 190 en el ranking global Doing Business del World Bank, 166 en el indicador de apertura de un negocio, 101 para obtención de un crédito y 137 para pago de impuestos, según publicación de (ResvistaEkos, s. f.).

A continuación se detalla resultados del sondeo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC del año 2014.

Tabla 7

Tamaño de Empresas

Tamaño de Empresas	Nro. Empresas	Porcentajes
Microempresas	631.430	89,6%
Pequeñas Empresas	57.772	8,2%
Medianas empresas	11.797	1,7%
Grandes empresas	3.557	0,5%
Total	704.556	100,0%

Fuente: (INEC, 2014a)

Elaborado por: Los Autores

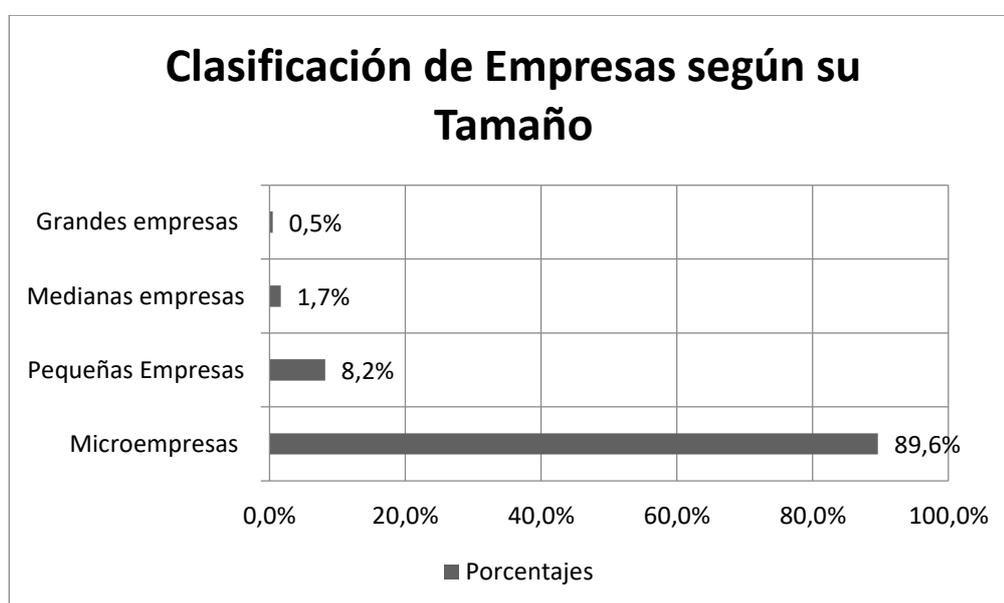


Figura 1 Clasificación de Empresas según su Tamaño

Fuentes: (INEC, 2014b)

Elaborado por: Por Autores

Las Pymes se desenvuelven en diferentes áreas en nuestro país desarrollando diferentes actividades productivas detalladas a continuación:

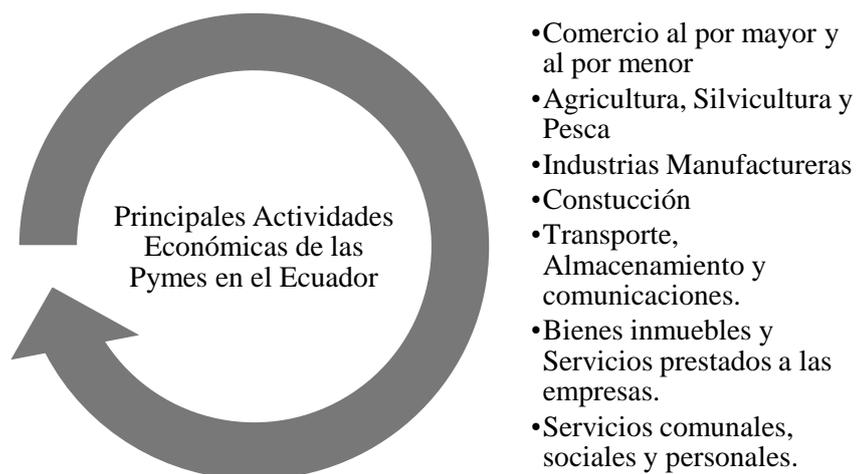


Figura 2 Actividad de las Pymes en el Ecuador

Fuente: (SRI, s. f.)

Elaborado por: Los Autores

Tabla 8

Participación por Sector

Sectores	Participación
Agricultura, Silvicultura, pesca	11%
Explotación minas y canteras	1%
Industrias Manufactureras	17%
Electricidad, Gas, Agua	0%
Construcción	5%
Comercio	41%
Transporte y Almacenamiento	7%
Finanzas seguros y servicios	14%
servicios sociales y personales	4%

Fuente :(Perspectiva, s. f.)

Elaborado por: Los Autores

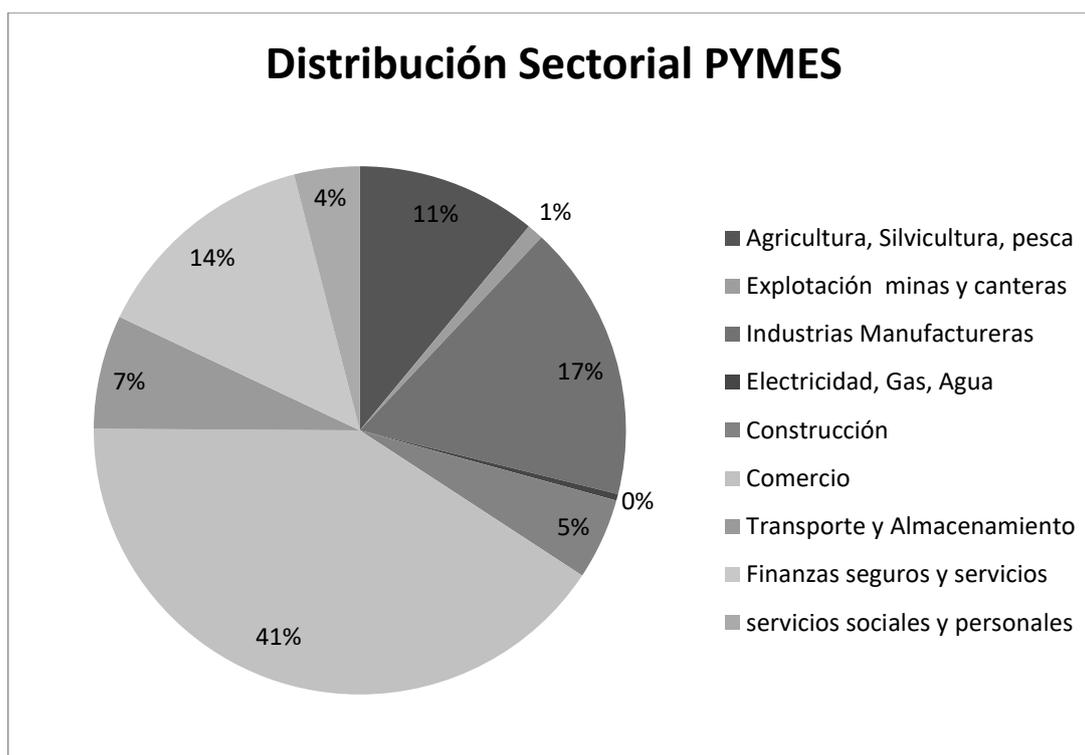


Figura 3 Distribución Sectorial Pymes

Fuente :(Perspectiva, s. f.)

Elaborado por: Los Autores

La siguiente tabla demuestra la participación de las pymes por Provincias:

Tabla 9

Porcentaje de participación por ciudades

PROVINCIAS	% PARTICIPACIÓN
GUAYAS	37,10%
PICHINCHA	25,40%
AZUAY	7,00%
TUNGURAHUA	5,00%
MANABÍ	4,30%
OTRAS PROVINCIAS	21,20%
TOTAL	100,00%

Fuente: (Rumbea, 2009a)

Elaborado por: Los Autores

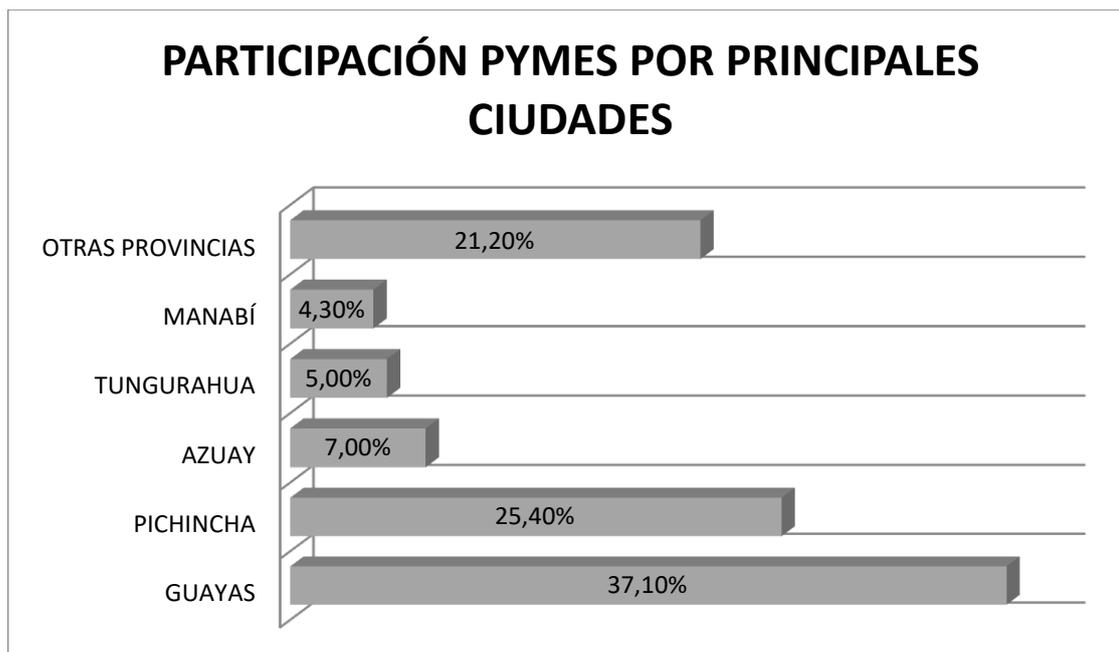


Figura 4 Participación de las Pymes por principales ciudades

Fuentes: (Rumbea, 2009b)

Elaborado por: Los Autores

Fortalezas de las Pymes en Ecuador

Según («Estrategias de Crecimiento Empresarial», 2016) las pymes fortalecen dos puntos principales :

1. **Aporta al crecimiento Económico:** Las pymes cuenta con el 50% de participación productiva, enmarcan el 90% de la UPA, generan empleo y proporcionan el 100% de los productos y servicios que exige el mercado ecuatoriano.
2. **La adaptabilidad a los cambios económicos:** Las pymes se adaptan a los cambios económicos y las exigencias de los mercados, ya que éstas cuentan con pocos trabajadores y un monto mínimo de capital.
3. **La distribución de la riqueza:** El tamaño organizacional de las pymes permite distribuir los ingresos de forma eficiente, facilitando el movimiento del capital.

Además según (Yance Carvajal, s. f.) explica que:

“Las Pymes en el Ecuador constituyen las fuentes del desarrollo social en cuanto a producción, demanda y compra de productos o simplemente por valor agregado, lo que significa que se ha convertido en un factor indispensable para generar riqueza y empleo”

1.2 Planeación estratégica

Según Salazar:

“A lo largo de los años se ha visto un cambio significativo en la literatura de planeación estratégica respecto a la terminología, características del proceso, el enfoque de las investigaciones, las variables contingentes incluidas en los estudios, el cuestionamiento de la utilidad de la planeación estratégica, entre otros”(Salazar, 2005)

Según la historia, la palabra estrategia se ha manejado en diferentes contextos y su utilización más frecuente fue en el ámbito militar. Etimológicamente, esta palabra viene del griego “strategos” = “un general” o del verbo “strategos” que significa “planificar”. (Pimentel Villalaz, 1999)

De acuerdo a (Lopez Parra, 2013):

“La planeación estratégica es una actividad que constantemente han adoptado las empresas que desean identificar y seguir una visión a través del logro de objetivos y metas. Son estas herramientas administrativas que le dan una guía a las organizaciones que desean consolidarse en un mundo globalizado que requiere de marcos estratégicos para su desarrollo”

Para (Armijo, 2009):

“La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen”

Adema, (Campos González, 2014) considera que el objeto de la Planificación estratégica es construir un nexo entre la situación actual de la empresa y la situación futura, identificando la ruta para mejorar el futuro y para conseguir una ventaja competitiva sustentable a largo plazo, considerando el contexto externo e interno.

Según las investigaciones de “zona económica”, la planeación estratégica se define como una actividad administrativa y un proceso organizacional que define la dirección y el objetivo de una organización en largo plazo; una estrategia define en que negocios debería estar la organización en el largo plazo, y como se deberían asignar los recursos para lograr los objetivos, las estrategias debe enfocarse en los clientes: que cliente servir ; y como otorgarles mayor valor agregado.(«Planeación Estratégica», 2016)

Según (Zaragoza, 2010):

“Esta herramienta permitirá la toma de decisiones de manera rápida, coherente y con la flexibilidad necesaria para adaptarse a los cambios del entorno, minimizando el riesgo de error dada la trascendencia de las citadas decisiones”

De acuerdo con (Ramírez & Sánchez, 2005), la planeación tradicional tiene relevancia en los planes futuros, tomando en cuenta los hechos que se podrían presentar, permitiendo visualizar las actividades que se deben realizar.

“El concepto de planeación estratégica se aleja cada vez más de la planeación tradicional dado que en ella se plantean los objetivos finales en forma más flexible, de tal manera que puedan ir evolucionando con el tiempo; al mismo tiempo , las variables del contexto son cambiantes e inestables, permitiendo con ello que las organizaciones tengan la capacidad de adaptación necesaria para adecuarse a las distintas realidades o contextos sociales”(Ramírez & Sánchez, 2005, p.65)

1.2.1 Características de la planeación estratégica

La planeación estratégica presenta las siguientes características según

(Idealberto Chiavenato, s. f.):

- ✓ Está proyectada a largo plazo, por lo menos en términos de sus efectos y consecuencias.
- ✓ Está orientada hacia las relaciones entre la empresa y su ambiente de tarea y, en consecuencia la planeación se basa en experiencias propias para crear resultados inesperados para el entorno.
- ✓ Involucra todo lo referente a la empresa y distribuye los recursos de acuerdo a sus necesidades.

El investigador (Lozada, 2016) describe algunas de las características de planeación estratégica:

- ✓ Los planes estratégicos son permanentes.
- ✓ La planificación se enfoca en situaciones o sucesos futuros.
- ✓ Busca el adecuado manejo de las decisiones.
- ✓ La planificación busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas.

- ✓ Incluye procesos, actividades y recursos que se pueden realizar para obtener las metas propuestas.

Beneficios de realizar un plan estratégico según («Características de la planificación estratégica - Libro Gratis», s. f.)

- ✓ Se identifica los objetivos en forma jerárquica y de acuerdo a las prioridades.
- ✓ Se enfoca los recursos y esfuerzos para el alcance de los objetivos.
- ✓ Se planifica los vínculos públicos y privados que pueden colaborar para el cumplimiento de las metas.
- ✓ Elaboración de una cultura con visiones claras y específicas.
- ✓ Sirve de instrumento para alcanzar el liderazgo
- ✓ Permite optimizar recursos.

Otros beneficios según Juangil: El plan se centra en las áreas críticas para alcanzar la misión con éxito (Juangil, 2011)

- ✓ Minimiza los riesgos
- ✓ Optimiza recursos
- ✓ Mejora la flexibilidad
- ✓ Reduce las repeticiones / redundancias
- ✓ Establece prioridades de negocio
- ✓ Marca las directrices generales de la compañía.

1.3 Responsabilidad Social Empresarial

Los antecedentes de la RSE inician mientras transcurre el siglo XIX y después de la última parte del siglo XX dando respuesta a los límites de la lógica capitalista.

Según Jaramillo & Guillermo:

“La responsabilidad social empresarial se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales” (Jaramillo & Guillermo, 2007)

Sin embargo, según Puerto Díaz en su ensayo,

“La responsabilidad social surge de la evolución del pensamiento humano y con él la aceptación de que todos estamos interconectados y relacionados y que, por lo tanto, no hay nada que se realice, ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo” (Puerto Díaz, 2014)

Además, “La RSE implica prácticas responsables y continuas, y no que sean temporales y coyunturales. Dichas prácticas deben tener criterios sustentables y éticos, no basta lo medioambiental, también requiere de acciones sociales, laborales, culturales, contractuales y legales.”(Valle, 2011)

Es decir, “La RSE puede ser definida como un concepto que comprende las expectativas económicas, legales, éticas y voluntarias o filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo.”(Alvarado Herrera & Schlesinger Díaz, 2008)

En todo caso, existen varias definiciones de RSE que son aceptadas en el ámbito empresarial y académico, como son:

“La RSE es un instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, el social y el ambiental, así como la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.” (CERES, 2008)

1.3.1 La Teoría de la Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Rozas y citando a Carrol, “La teoría de la pirámide de la RSE desarrollada por Carroll (1991) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como cuatro niveles de una pirámide.” (Alan Errol Rozas Flores, 2009)

Responsabilidad Económica:

“La responsabilidad económica consiste en producir bienes y servicios que la sociedad desea a un precio que perpetúe los negocios y satisfaga sus obligaciones hacia los inversionistas; ésta es la prioridad de las organizaciones, puesto que va ligada con su subsistencia.” (Nieto & Carmen, 2016)

Responsabilidad Legal:

“La responsabilidad legal implica obedecer las leyes locales, nacionales e internacionales; este aspecto da credibilidad ante los inversionistas, proveedores y clientes, aunque en muchas ocasiones se presenta dualidad en el cumplimiento de las mismas.”(Nieto & Carmen, 2016)

Responsabilidad Ética:

“La responsabilidad ética es el cumplimiento de otras expectativas sociales no consignadas en la ley, relacionadas con lineamientos de conducta definidos, que impiden que los integrantes de la organización tomen decisiones fuera de los marcos establecidos.”(Nieto & Carmen, 2016)

Responsabilidad Discrecional o filantrópica:

“La responsabilidad voluntaria son comportamientos adicionales y actividades que la sociedad considera deseables y que dictan los valores de las empresas.” (Nieto & Carmen, 2016)

A pesar de que la RSE contiene estos enfoques específicos, en ciertas situaciones, las actividades que realizan las empresas son de carácter filantrópico, que finalmente no aportan al desarrollo de los grupos de interés que están involucrados con la empresa. En otras ocasiones, las organizaciones maquillan sus actividades sociales como propias cuando en realidad los recursos los obtienen de otros actores sociales.(Flores, Rodríguez, & Chávez, 2016)

1.3.2 ¿Por qué incluir la RSE en el plan estratégico de una empresa?

Según Santander Prieto, la RSE es una estrategia que vincula a las empresas con el mercado y la sociedad, generando valores sostenibles y herramientas de diferenciación dentro de un sector, brindando pertenecía, compromiso, lealtad y gratitud a los grupos de interés.(Prieto & Alejandro, 2017)

Igualmente, Hurtado, Duque y Mora aclaran que la RSE es un nuevo elemento de la gestión empresarial, el cual está vinculado directamente con la competitividad que puede lograr una organización.(Hurtado Riateguí, Mónica Duque, & Mora, 2017)

Finalmente, según Molina, Córdova, Meza y López:

” La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en los planes estratégicos se enfoca en la sostenibilidad de los beneficios económicos a mediano y largo plazo, fortaleciendo la credibilidad de los grupos de interés”
(Molina, Córdova, Meza, & López, 2017)

1.3.3 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial

Según la Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana, la responsabilidad social empresarial (RSE) es un modelo que contiene los siguientes pilares:

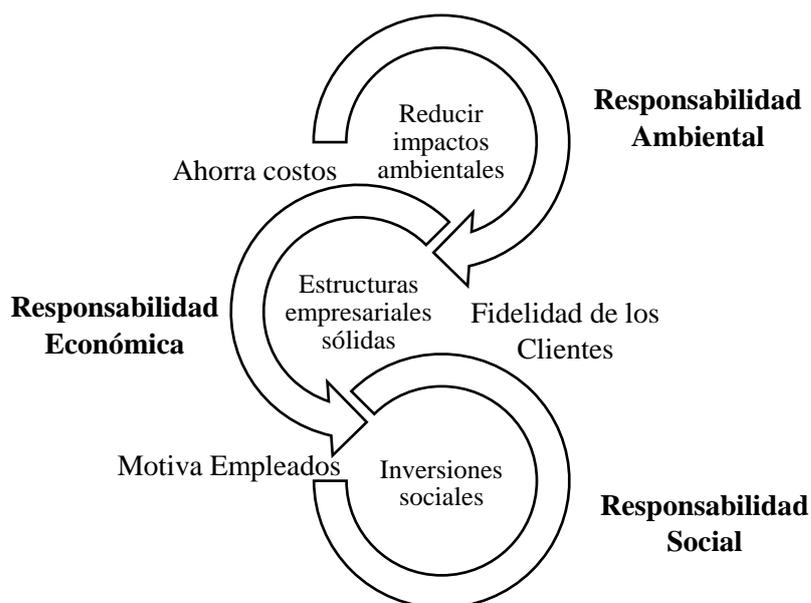


Figura 5 Pilares de la RSE

Fuente: (Ecuador, 2016)

Elaborado por: Los Autores

1.3.4 Teorías y Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial

Garriga y Melé manifiestan que las teorías y sus enfoques de las Responsabilidad Social (RSE) se relacionan con beneficios, actuación política, exigencias sociales y valores éticos. (Garriga & Melé, 2004)

Tabla 10

Teorías y Enfoques de la RSE

Teorías	Conceptos	Enfoques
Instrumentales	Actividades sociales para obtener beneficios económicos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maximización del valor para los accionistas ✓ Estrategias para alcanzar ventajas competitivas ✓ Marketing Social
Políticas	El poder social que adquieren las compañías.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Constitucionalismo corporativo ✓ El Contrato Social Integrador ✓ Ciudadanía Corporativa
Integradoras	Actividades sociales para satisfacer la demanda de los grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de asuntos sociales ✓ Principio de responsabilidad pública

		✓ Acción Social Corporativa
Ética	Desarrollo de actividades sociales para cumplir derechos universales.	✓ Normativa de Grupos de Interés ✓ Derechos Universales ✓ Desarrollo Sostenible ✓ Bien Común

Fuente: (Garriga & Melé, 2004)

Elaborado por: Los Autores

1.3.5 La Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador

En el Ecuador, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un nuevo término que se pretende implementar en las empresas. Sin embargo, en un análisis realizado por estudiantes de la Universidad Espíritu Santo, se observa que 7 de cada 10 ecuatorianos tienen escasa e imprecisa información del concepto de la RSE. (Morán, Rodríguez, Torres, Aguilar, & Villalta, 2016) A pesar de aquello, la revista Ekos menciona que las empresas se encuentran interesadas en esta estrategia o nuevo modelo de gestión. (EKOS, 2012)

Entre los antecedentes de la responsabilidad social en el Ecuador, tenemos los siguientes años, que fueron los más relevantes:

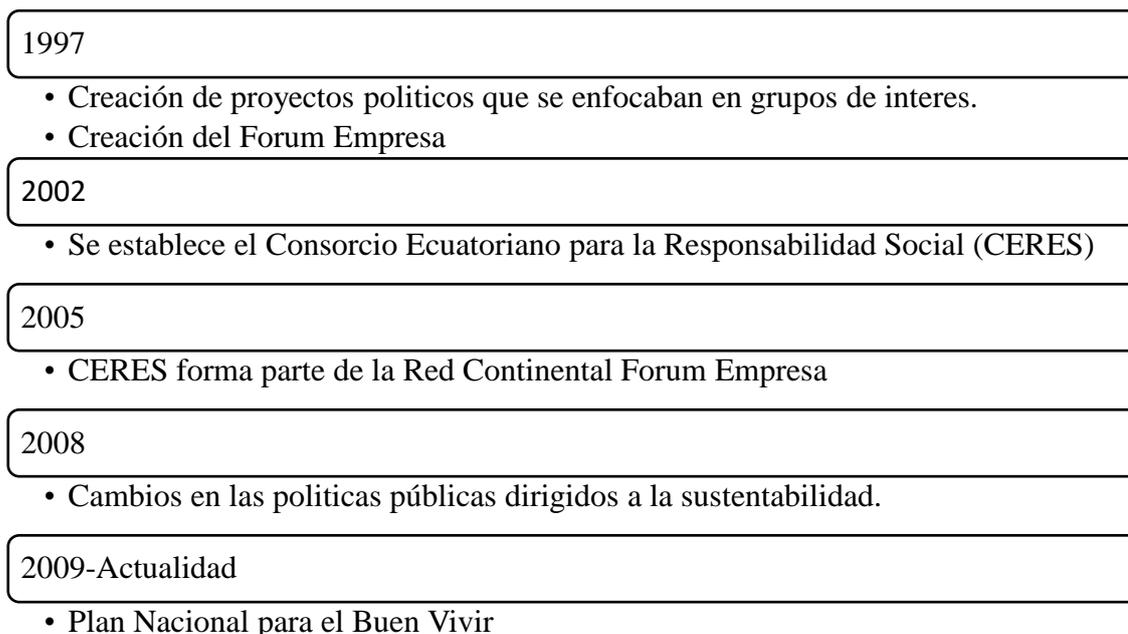


Figura 6 Antecedentes de la RSE en el Ecuador

Fuente: (Yolanda Lorena Paredes Andrade, Noyla Machado Noa, & Carlos Aníbal Manosalvas Vaca, 2016)

Elaborado por: Los Autores

En la actualidad, según Briones y su grupo de investigadores manifiestan que la RSE en el Ecuador no ha sido explorada en su totalidad, de hecho, son pocas PYMES que aplican estas estrategias debido al desconocimiento, deficiente asesoramiento y el mal manejo de conceptos o términos ligados con creencias erróneas sobre su aplicación y la forma de verse beneficiada. (Briones, Torres, Rojas, Jimenez, & Avila, 2017)

Según DESUR, “La RSE suele ser un concepto vinculado a las grandes empresas, pero también se puede considerar una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las PYMES”. (DESUR, s. f.)

Además, se debe considerar que la RSE no es una herramienta publicitaria para mejorar la imagen de una empresa, sino un instrumento para la gestión estratégica que se enfoca en la sociedad, la transparencia de las acciones que toma la organización y el ambiente. A su vez, este nuevo modelo de gestión no se debe tomar como una moda pasajera, sino como un complemento necesario para generar competitividad.

1.3.6 Stakeholders o Grupos de Interés

Según Córdoba, citando a Escudero, “El termino Stakeholders aparece por primera vez en 1963, incluido en un memorándum del Stanford Research Institute, para referirse a aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir.” (Córdoba, 2017)

Los stakeholders son todos los grupos que participan directa o indirectamente en las actividades productivas y que tienen vínculos relevante con las decisiones y de una organización, por lo que el gestionar mejor las labores de la empresa relacionando a los grupos de interés reflejaría una correcta gestión de sus actividades empresariales generando de este modo una maximización en la productividad. (Hurtado Carrasco, Velásquez Flores, & Martinez, 2016)

1.3.6.1 Teoría de los Stakeholders

Según Freeman, la teoría de los stakeholders propone que las empresas adopten un análisis de las relaciones entre los participantes internos y externos de la organización, con el fin de obtener soluciones a los diferentes problemas que pueden producirse por el impacto de cualquiera de las dos partes.(R. Edward Freeman, 2010). Es decir, la organización debe tener una visión amplia de todos los involucrados que están asociados a las operaciones que realiza la organización para crear valores sostenibles.

Además, con la teoría de stakeholders se especifica los individuos o grupos hacia los cuales se dirige la RSE; con su introducción se ponen “nombres y caras” sobre los miembros de la sociedad que son de interés para los negocios, y hacia los cuales deben responder las organizaciones.(Acuña, 2012)

Finalmente, Los Stakeholders o grupos de interés son un factor importante para alcanzar los objetivos que se plantean las empresas y se relaciona directamente con la

Responsabilidad Social Empresarial, ya que su teoría se centra en la identificación de los individuos que se involucran directa o indirectamente con las actividades que realizan las organizaciones. Por esta razón, se considera que la implementación de la RSE en las pymes es esencial para que estas originen una legítima, ética y responsable relación con su entorno obteniendo ventaja comparativa, competitividad, valores agregados a sus producción y el desarrollo de una perspectiva sustentable.

1.4 ISO 26000

Las normas ISO facilitan el comercio, la difusión de conocimientos, avances tecnológicos y comparte prácticas de buena gestión. Además, aportan soluciones para lograr beneficios en los sectores, tales como: Agrícola, Construcción, Transporte, Salud, Medio Ambiente, Energía, Industrial, Tecnológico, Gestión de Calidad, Evaluación de conformidades y Servicios. (ISO, 2010b)

La ISO 26000 es una Norma Internacional ISO que ofrece una guía voluntaria para la aplicación de las estrategias de responsabilidad social, permitiendo que las organizaciones operen de manera socialmente responsable. Esta norma puede ser utilizada en los sectores públicos o privados, en los países desarrollados o en desarrollo.(ISO, 2010b)

1.4.1 Estructura de la ISO 26000

Tabla 11
Estructura de la ISO 26000

Títulos	Numero de Capítulos	Descripción
Objeto y campo de aplicación	Capítulo 1	Define el objeto y campo de aplicación de la ISO 26000
Términos y Definiciones	Capítulo 2	Significado de Términos clave en la RS.
Comprender la Responsabilidad Social	Capítulo 3	Definición de la RS y su aplicación.

Principios de la Responsabilidad Social	Capítulo 4	7 principios de la RS
Reconocer la Responsabilidad Social e involucrarse con las partes interesadas	Capítulo 5	Orientación sobre la relación entre una organización, sus partes interesadas y la sociedad.
Orientación sobre materias fundamentales de Responsabilidad Social	Capítulo 6	Explica materias fundamentales relacionadas a las RS.
Orientación sobre la integración de la Responsabilidad Social en toda la organización	Capítulo 7	Orientación para la práctica de la RS
Ejemplo de iniciativas voluntarias y herramientas para la Responsabilidad Social	Anexo A	Listado de iniciativas y herramientas voluntarias relacionadas con la RS
Abreviaturas	Anexo B	Abreviaturas utilizadas en la Guía
Bibliografía		Referencias

Fuente: (ISO, 2010a)

Elaborado por: Los Autores

1.4.2 Los 7 principios de la Responsabilidad Social

La ISO 26000 no define una lista de principios de la Responsabilidad Social pero aconseja utilizar como guía los siguiente 7, con el fin de facilitar la integración de la RS en toda la organización.



Figura 7 Principios de la Responsabilidad Social

Fuente:(IESE business School, 2010)

Elaborado por: Los Autores

1.4.3 Las Materias de la Responsabilidad Social



Figura 8 Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social

Fuente:(ISO, 2010a)

Elaborado por: Los Autores

Según Romero,

“Desde que la empresa, considera los principios y lineamientos de la responsabilidad social, especificados en la norma ISO 26000:2010, se puede expresar que está en la vía correcta para practicar responsabilidad social”

(Miguel A. Romero, 2010)

1.4.4 Beneficios de la implementación de la ISO 26000

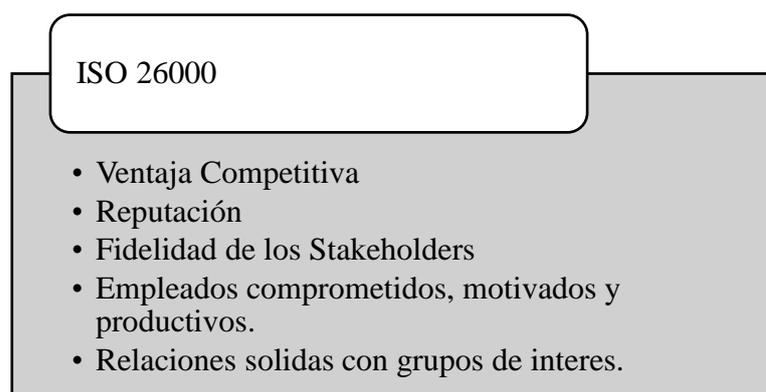


Figura 9 Beneficios de la ISO 26000

Fuente:(ISO, 2010a)

Elaborado por: Los Autores

1.5 Sector de la Piña en el Ecuador

En Ecuador, se registra las primeras plantaciones de piña a comienzos del siglo XX, primero con la piña nacional o Milagreña, que únicamente abastecía al mercado local en segundo lugar la piña de clase Cayena Lisa también conocida como la Hawaiana que se empezó a desarrollar durante la década los años 802, esta variedad es la más apetecida y comercializada a mercados internacionales para consumo como fruta seca.

En tercer lugar en el año 1996 se produjo la variedad Del Monte Gold, con un sabor muy dulce, de color dorado y con un mayor contenido de vitamina C , con un tamaño y peso mayor .(Dunn Cornejo, 2015)

El sector de la piña en el Ecuador posee una gran ventaja geográfica, donde el clima, el suelo y la altitud son propicios para el desarrollo, en especial en la región litoral en las provincias de Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, El Oro, Esmeralda y Manabí.

Según fuentes de (Pinto Mena, s. f.-a):

“Sobre el III Censo Agropecuario Nacional del año 2000, en el país existían alrededor de 5.750 hectáreas de superficie sembrada de piña entre cultivos permanentes solos y asociados, en especial de las variedades Cayena Lisa o Hawaiana y Golden Sweet o MD2” (Pinto Mena, s. f.-b)

Principales países compradores de Piña Ecuatoriana según datos

Tabla 12

Países compradores de Piña

PRICIPALES PAISES COMPRADORES	Participación
ESTADOS UNIDOS	29%
BELGICA	13%
ALEMANIA	11%
PAISES BAJOS	10%
REINO UNIDO	8%
ITALIA	7%
ESPAÑA	6%
JAPÓN	6%
CANADÁ	5%
FRANCIA	5%

Fuente: (PRO ECUADOR, 2012)

Elaborado por: Los Autores

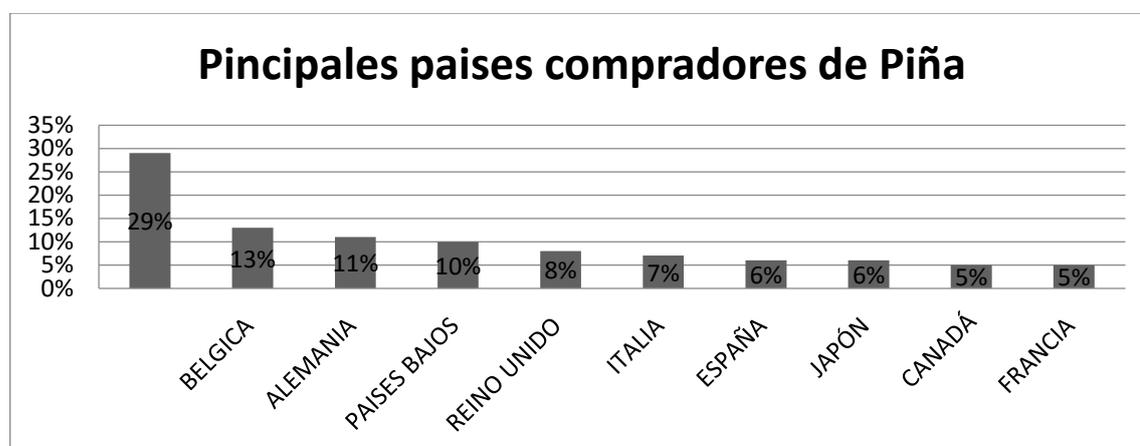


Figura 10 Principales países compradores de Piña

Fuente: (PRO ECUADOR, 2012)

Elaborado por: Los Autores

Según datos (Trademap, 2016) refleja los principales países importadores de la Piña ecuatoriana hasta el año 2016

Importadores	Seleccione sus indicadores														
	Valor exporta	Saldo comerci	Participa ción de	Cantidad exporta	Unidad de	Valor unitario	Tasa de crecimie	Tasa de crecimie	Tasa de crecimie	Posición relativa	Participa ción de	Tasa de crecimie	Distanci a media	Concent ración	Arancel medio
Mundo	82738	82666	100	137385	oneladas	602	5	1	19		100	10			
América	42008	41982	50,8	56247	oneladas	747	6	4	16	1	29,1	14	2882	0,46	
Chile	12732	12728	15,4	24891	oneladas	512	-5	-1	3	33	0,4	20	3689	0,27	0
Bélgica	6822	6822	8,2	15403	oneladas	443	50	55	212	12	2,3	2	4417	0,15	0
Argentina	4546	4546	5,5	7733	oneladas	588	149	148	1	35	0,3	14	2036	0,46	
Alemania	4259	4259	5,1	8262	oneladas	515	10	3	48	4	5,5	10	6590	0,08	0
Reino Unido	3133	3133	3,8	6385	oneladas	491	96	158	-28	5	5,4	16	6471	0,07	0
Nueva Zelandia	2011	2011	2,4	2553	oneladas	788	66	65	103	48	0,2	4	9785	0,18	
Países Bajos	1717	1717	2,1	3145	oneladas	546	-13	-12	188	2	8,1	8	7965	0,1	0
Italia	1600	1600	1,9	3143	oneladas	509	55	64	69	13	2	6	4971	0,2	0
Canadá	1475	1475	1,8	1878	oneladas	785	-9	-13	-22	7	3,6	3	4418	0,32	

Figura 11 Importadores de Piña

Fuente: (Trademap, 2016)

Elaborado por: Trademap

2 Marco Conceptual

2.1 Pymes

“Unidad económica de producción y decisión que mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.”(Flores Jimenez et al., 2015)

Según: “La ley de Compañías mediante el artículo 428, en Ecuador, se establece que las Pymes pueden ser asociaciones de formalidades. Y a su vez exige que todas estas unidades de negocio deben cumplir con lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno y RUC”.

Además («La importancia de las PYMES en el Ecuador. Carlos Yance Carvajal», s. f.) Las Pymes se caracterizan por ser administrada por una persona natural

o jurídica y que realizan algún tipo de actividad dentro del sistema productivo del país, que comercialice bienes o servicios.

2.2 Plan Estratégico

La planificación estratégica es el camino que guía a la empresa durante un periodo determinado y la misma está compuesta por estrategias y objetivos estratégicos que permiten el logro eficaz y eficiente de lo planificado. («Planificación Estratégica-Análisis de Porter», s. f.)

2.3. Responsabilidad social empresarial

Según Santander Prieto, la RSE es una estrategia que vincula a las empresas con el mercado y la sociedad, generando valores sostenibles y herramientas de diferenciación dentro de un sector, brindando pertenecía, compromiso, lealtad y gratitud a los grupos de interés. (Prieto & Alejandro, 2017)

2.4. ISO

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización. (ISO, 2010a)

2.5. ISO 26000

La ISO 26000 es una norma que ayuda a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. (ISO, 2010b)

2.6. Stakeholders

Hurtado y su grupo de investigadores, definen que los stakeholders o grupos de interés, son todas las personas, grupos, participantes, accionistas, inversores, trabajadores y sus familias, proveedores, entre otros, que tienen vínculos relevante con las decisiones y actividades de una organización. (Hurtado Carrasco et al., 2016)

2.7. Sustentabilidad

La capacidad de una sociedad de fomentar en su medio ambiente el mejoramiento continuo de la calidad de vida de sus miembros para el largo plazo.(Glosario, 2007)

2.8. Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es una característica que diferencia a un producto, servicio o empresa de sus competidores, lo que se considera diferente, innovador, original y se destaca frente a la competencia de tal manera podemos deducir que ello es una ventaja.(Vasco Intriago Cristina Elizabeth, 2015)

3 Marco Legal

3.1. PYMES

Superintendencia de compañías -Resolución SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.01,

La (Superintendencia de Compañías, 2011) , describe en el artículo primero de su resolución , sobre los efectos de registros y elaboración de documentos financieros de las Pymes que cumplan los siguientes términos:

- ✓ Activos totales inferiores a cuatro millones de dólares,
Registren un VBV inferior a cinco millones de dólares: y.
- ✓ Contengan un valor inferior a 2000 personas en su recurso humano,
tomando el promedio al año del valor ponderado.

Código orgánico para la producción comercio e inversión, COPCI.

El Código orgánico para la producción comercio e inversión, COPCI, entro en vigencia en el año 2010, dejando sin efecto a las antiguas leyes que sustentaban y fomentaban las actividades desarrolladas por dicho sector.

La Ley de Fomento de la Pequeña industria y la ley de Comex e inversiones, que estuvieron vigentes desde el año 2005 hasta el 2009, dando paso al COPCI que fue aprobado en el pleno de la Asamblea Nacional del Ecuador el 22 de diciembre del 2010 y difundido en registro oficial N.351, el 29 de diciembre del mismo año.

El objetivo principal de este código es el fomento a los actores productivos e incentivo de la inversión a través del establecimiento de un marco jurídico confiable que permita el desarrollo de la actividad productiva en el país.

“Estarán sujetas a su cumplimiento todas las personas naturales, personas jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional”(Gualotuña Reimundo, 2011)

“El Código orgánico para la producción comercio e inversión” COPCI, en su art 53 establece la definición y la clasificación de ñas MIPYMES.

“La Micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica , que como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales , señalados para cada categoría , de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro , pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este código , previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento”.(COPCI, 2010)

“Según el COPCI en su artículo 54 el Consejo Sectorial de la Producción, será el encargado de coordinar las políticas de fomento al desarrollo de las Micro

pequeña y mediana empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias”(COPCI, 2010)

“En el Capítulo IV establece el registro único para las MIPYMES, el cual crea el registro único como base de datos a cargo del ministerio que presida al consejo sectorial de la producción, quien será el encargado de administrarlo, ambos estarán obligados de entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente”(COPCI, 2010)

“Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYME S de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector , de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectorí a, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES”.(COPCI, 2010)

3.2. Responsabilidad Social Empresarial

Los títulos relevantes de la Constitución del Ecuador que se enfocan en las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, son:

- ✓ Título II: Derechos
- ✓ Titulo VI: Régimen de desarrollo
- ✓ Título VII: Régimen del buen vivir

Además, es interesante destacar que la Constitución Política del Ecuador, impulsa el régimen del desarrollo mediante sus principios generales que establece directrices del buen vivir, construyendo un sistema económico sostenible, legítimo, y responsable hacia la naturaleza, así como también velando por mejores niveles de vida de la comunidad. Sin embargo, este documento legal no define mecanismos efectivos alineados al incentivo y control de la RSE debido a que no hay una determinación del concepto en el texto sobre empresas socialmente responsable. (Olivo & Estefanía, 2014)

4 Marco Contextual

El proyecto de investigación se enfoca en la zona 5 del Ecuador que está comprendida por: Galápagos, Bolívar, Los Ríos, Guayas y Santa Elena.



Figura 12 Mapa de la Zona 5 del Ecuador

Fuente: («Publicaciones de Inversión Pública 2014 | Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo», s. f.)

Finalmente, para la recopilación de información se utilizara entrevistas a los exportadores de Piña y expertos en el área de Responsabilidad Social Empresarial y encuestas para los productores de esta fruta.

Capítulo III

1 Aspectos Metodológicos

1.1 Enfoque

El enfoque de la investigación es la forma o método que se aplica para estudiar la problemática. Para el presente trabajo de titulación, el enfoque a utilizar es de tipo cuanti-cualitativo, ya que se recolecta, analiza y relaciona información cuantitativa y cualitativa en el proceso de estudio para dar respuesta a las preguntas de investigación.

1.2 Alcance

La investigación está enfocada en las pymes productoras de piña de la zona5 del Ecuador con el objetivo de evaluar las estrategias de responsabilidad Social Empresarial.

1.3 Limitaciones

Las principales limitaciones que se puede observar, son:

- ✓ Población limitada para la obtención de datos.
- ✓ Tiempo limitado para realizar el proceso investigativo.
- ✓ Información limitada sobre las pymes productoras y exportadoras de Piña del Ecuador.

1.4 Métodos

Los métodos de investigación que se emplean en esta investigación, son:

- ✓ Descriptivo: Se lo emplea a través de las encuestas, ya que se pretende obtener una descripción clara de la situación, para formular una hipótesis precisa.
- ✓ Exploratorio: Se lo aplica a través del método de estudio de campo y la observación, ya que la evaluación de estrategias de RSE en las pymes productoras de piña no se ha realizado anteriormente.

- ✓ Correlacional: Este tipo de estudio se lo emplea con la finalidad de determinar la relación existente entre dos o más variables.

1.5 Instrumentos

1.5.1 Encuesta

Se aplicará a las pymes productoras de Piña con el objetivo de obtener información clara y precisa de la situación en base a la Responsabilidad Social Empresarial.

1.5.2 Entrevista

Serán dirigidas a los 3 ejes de participación, que son: Universidad, Sector Público y Productores con el objetivo de obtener las diferentes perspectivas del tema.

Es necesario resaltar, los instrumentos antes mencionados fueron validados por expertos mediante el Método de Delphi.

1.6 Análisis no Paramétrico

1.6.1 Coeficiente de Kendall

El método no paramétricos es una forma directa de resolver problemáticas y probar las diferentes hipótesis que tiene la investigación. Este método incluye el Coeficiente de Kendall, el cual mide el grado de agrupación entre tres o más variables, involucrándose con la metodología que contienen los resultados conseguidos de las encuestas y entrevistas, con la ayuda de SPSS este coeficiente facilitara el análisis de la información.

1.7 Validación de los Instrumentos por expertos

La validación de instrumentos por expertos es la utilización de personas con alto grado de profesionalismo y experiencia en el área de estudio como un método de

validación eficaz y eficiente para comprobar la fiabilidad de las encuestas y las entrevistas.

Para esta investigación, previo al proceso de recopilar sugerencias de expertos, se realizó la operacionalización de las variables, involucrando las preguntas. Luego de esto y utilizando el método Delphi que ayuda a reconocer el grado de conocimiento y competitividad de los profesionales, se escoge a cinco expertos para la validación.

1.7.1 Método Delphi

Este método evalúa el grado de conocimiento que tienen los expertos en relación a las preguntas planteadas, la influencia de cada fuente de argumentación y la experiencia y su intuición sobre el tema. Para calcular las competencias de los expertos, se utilizara la siguiente formula:

$$K = \frac{1}{2}(kc + ka)$$

En el cual:

Kc: es el grado de conocimiento o información que tiene el experto sobre la problemática, en una escala de 0 a 10 por 0,1

Ka: es el grado de influencia que tiene cada fuente de argumentación. El rango que se utiliza en este patrón es: $0.25 \leq K \leq 1$

1.7.2 Cálculo del grado de conocimiento de los expertos

Tabla 13

Grado de conocimiento de los expertos

Nº de Expertos	Nombre de Expertos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Ing. Mario Mata Villagómez., MBA.										x
2	Eco. Fabián Vilema Escudero., M.Sc.							x			
3	Eco. Luis Asencio Cristóbal., Msc								x		

4	Ing. Com. Ext. Margarita Ávila Pita	x
5	Ing. Cristian Esteban Correa Morán., Msc	x

Elaborado por: Los Autores

A continuación, se calculará el grado de conocimiento de los expertos:

Tabla 14

Resultado de la validación de preguntas

Expertos	Formula
Ing. Mario Mata Villagómez., MBA.	$Kc = 9 \times 0,1 = 0,9$
Eco. Fabián Vilema Escudero., M.Sc.	$Kc = 7 \times 0,1 = 0,7$
Eco. Luis Asencio Cristóbal., Msc	$Kc = 8 \times 0,1 = 0,8$
Ing. Com. Ext. Margarita Ávila Pita	$Kc = 8 \times 0,1 = 0,8$
Ing. Cristian Esteban Correa Morán., Msc	$Kc = 9 \times 0,1 = 0,9$

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

Después, se procede a evaluar el grado de influencia de cada fuente:

Tabla 15

Resultado de la validación de preguntas

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	1-5	2-3-4	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.	1	2-3-4-5	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.	4	1-2-3-5	
Su intuición sobre el tema abordado.	1-4-5	2-3	

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

Para calcular el grado de influencia que tiene cada fuente de argumentación se utilizara los siguientes factores:

Tabla 16

Resultado de la validación de Preguntas

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	0.3	0.2	0.1
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.	0.5	0.4	0.2
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.	0.05	0.05	0.05
Su intuición sobre el tema abordado.	0.05	0.05	0.05

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

A continuación, se procederá a calcular el grado de influencia de cada fuente, es decir Ka:

Tabla 17

Resultado de la validación (Experto N°1)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	0.3		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.	0.5		
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		0.05	
Su intuición sobre el tema abordado.	0.05		

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

Tabla 18

Resultado de la validación (Experto N°2)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		0.2	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		0.4	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		0.05	
Su intuición sobre el tema abordado.		0.05	

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

Tabla 19

Resultado de la validación (Experto N°3)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		0.2	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		0.4	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		0.05	
Su intuición sobre el tema abordado.		0.05	

Fuente: Método Delphi
Elaborado por: Los Autores

Tabla 20

Resultado de la validación (Experto N°4)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.		0.2	
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		0.4	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.	0.05		
Su intuición sobre el tema abordado.	0.05		

Fuente: Método Delphi
Elaborado por: Los Autores

Tabla 21

Resultado de la validación (Experto N° 5)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada fuente		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teórico realizado por usted.	0.3		
La experiencia obtenida a partir de su actividad práctica.		0.4	
Estudio de trabajos sobre el tema, autores ecuatorianos.		0.05	
Su intuición sobre el tema abordado.	0.05		

Fuente: Método Delphi
Elaborado por: Los Autores

En el siguiente cuadro se realizara la sumatoria de los coeficientes del grado de influencia de cada fuente.

Tabla 22
Coefficiente de Argumentación

Coefficiente de Argumentación	
Ing. Mario Mata Villagómez,, MBA.	Ka=0.3+0.5+0.05+0.05=0.9
Eco. Fabián Vilema Escudero,, M.Sc.	Ka=0.2+0.4+0.05+0.05=0.7
Eco. Luis Asencio Cristóbal., Msc	Ka=0.2+0.4+0.05+0.05=0.7
Ing. Com. Ext. Margarita Ávila Pita	Ka=0.2+0.4+0.05+0.05=0.7
Ing. Cristian Esteban Correa Morán., Msc	Ka=0.3+0.4+0.05+0.05=0.8

Fuente: Método Delphi
Elaborado por: Los Autores

En la siguiente tabla se muestra el cálculo y los resultados de la fórmula que analiza las competencias de los expertos;

Tabla 23
Grado de Competencia de los Expertos

Grado de Competencia de los Expertos	
Ing. Mario Mata Villagómez,, MBA.	k= 0.5 (0.9+0.9)= 0.9 alto
Eco. Fabián Vilema Escudero,, M.Sc.	k= 0.5(0.7+0.7)=0.7 medio
Eco. Luis Asencio Cristóbal., Msc	k=0.5(0.8+0.7)=0.8 alto
Ing. Com. Ext. Margarita Ávila Pita	k=0.5(0.8+0.7)=0.8 alto
Ing. Cristian Esteban Correa Morán., Msc	k=0.5(0.9+0.8)=0.9 alto

Fuente: Método Delphi
Elaborado por: Los Autores

La interpretación de estos resultados se la realiza con el siguiente código:

- ✓ Si k se encuentra entre 0.8 y 1.0 es igual a alto.
- ✓ Si k se encuentra entre 0.5 y 0.8 es igual a medio.
- ✓ Si k es menor a 0.5 es igual a bajo.

Tabla 24

Análisis del grado de competencia y confianza de los expertos

Resultado de la validación de los expertos					
	Ing. Mario Mata Villagómez, MBA.	Eco. Fabián Vilema Escudero., M.Sc.	Eco. Luis Asencio Cristóbal., Msc	Ing. Com. Ext. Margarita Ávila Pita	Ing. Cristian Esteban Correa Morán., Msc
Grado de competencia de los Expertos	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9
Grado de confianza	Medio	alto	alto	alto	alto
Aplicable	x	x	x	x	x
No aplicable					

Fuente: Método Delphi

Elaborado por: Los Autores

Finalmente, el método de Delphi permitió calcular el grado de competencia de los expertos y verificar el grado de confianza, en el cual se demuestra que los cinco expertos tienen la experticia y competencia necesaria para poder dar sugerencias y argumentaciones para la correcta elaboración de los instrumentos de investigación.

1.8 Población y Muestra

Debido a la limitada información de una población adecuada y clara para el Sector de la Piña en la Zona 5 del Ecuador, se procedió a realizar una investigación de campo, encontrando 20 productores y 4 exportadores de piña, dando como resultado una población finita que se convirtió en la muestra.

Según Hernández citado en Castro (2003), expresa que:

"si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

1.8.1 Encuesta

La muestra a la que va enfocada la encuesta se dividió en dos importantes grupos del sector de la Piña, el 1er grupo compuesto por 20 productores localizados en

Naranjito, Recinto El Rosario y en El Empalme, Recinto Hampton; y el 2do grupo contiene a 4 exportadoras de piña, dando un total de 24 encuestados.

1.8.2 Entrevista

La entrevista se encuentra enfocada en los tres ejes del desarrollo económico y social de una nación, el cual son: La Universidad, El Sector Privado y Las Entidades Públicas y para obtener diferentes puntos de vista sobre el tema, se procedió a escoger 3 representantes de cada área, siendo un total de 9 entrevistados.

1.9 Resultados e interpretación de las encuestas

1.9.1 Productores de Piña

Tabla 25

RSE Aplicada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	2	10,0	10,0	10,0
	NO	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

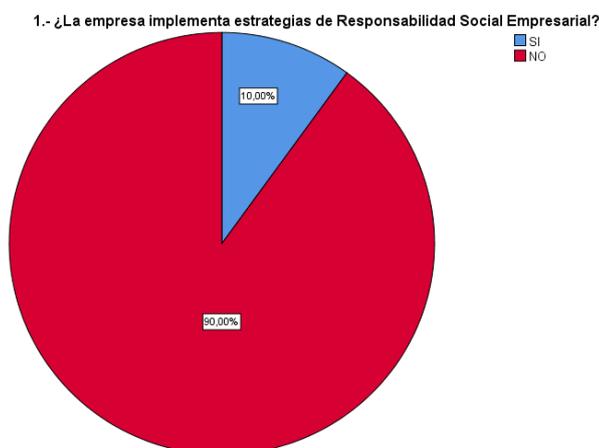


Figura 13 RSE Aplicada

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Para el estudio de las Pymes Productoras de piña de la Zona 5 del Ecuador, nos refleja que un 90% de dichas Pymes no aplican la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que tan solo un 10% desarrolla alguna actividad considerada RSE.

Tabla 26

Programas Aplicados

2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO	20	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?

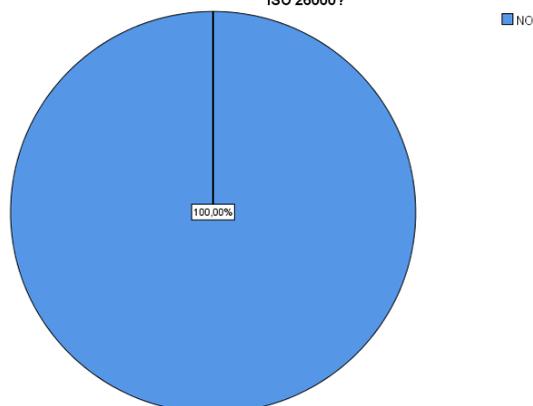


Figura 14 Programas Aplicados

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación basada en la aplicación de principios de la ISO 2600 en las PYMES productoras de Piña, a pesar de que 2 productoras estiman aplicar RSE en sus actividades, el 100% no considera desarrollar los principios de esta ISO.

Tabla 27

Mercado Internacional

3. ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	DE ACUERDO	18	90,0	90,0	90,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

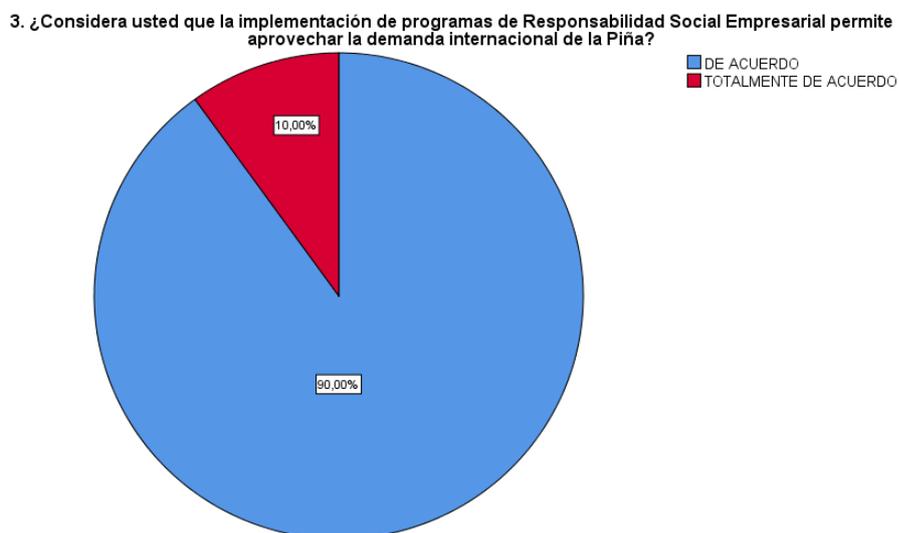


Figura 15 Mercado Internacional

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Las Pymes productoras de piña de la zona 5 del Ecuador consideran que mediante la implementación de la estrategia de Responsabilidad Social del Ecuador si aperturaría nuevos mercados internacionales, reflejándonos un 90% de acuerdo y un 10% totalmente de acuerdo.

Tabla 28

Diferenciación Pymes

4.- Según su criterio, ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido INDECISO	1	5,0	5,0	5,0
DE ACUERDO	14	70,0	70,0	75,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

4.- Según su criterio, ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?

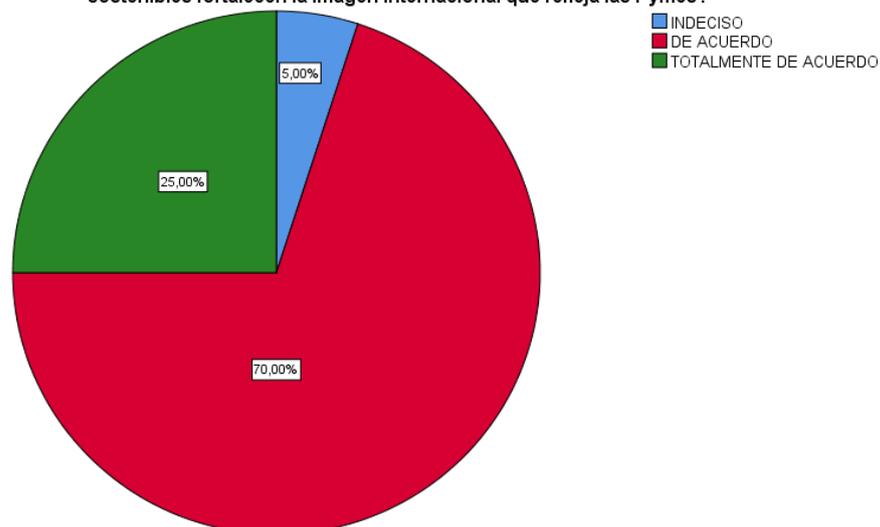


Figura 16 Diferenciación Pymes

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Para el presente estudio se consultó sobre la consideración que tienen los productores sobre la diferenciación de su producto y la proyección de los mercados internacionales de los cuales el 70 % está totalmente de acuerdo y un 25 % de acuerdo mientras que un 5% de los productores encuestados se encuentran indecisos del tema.

Tabla 29

Valores Sustentables

		f	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DESACUERDO	3	15,0	15,0	15,0
	DE ACUERDO	8	40,0	40,0	55,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

5.- Cree usted, ¿La obtención de certificaciones internacionales que reflejen valores sustentables incrementa la competitividad de las Pymes?

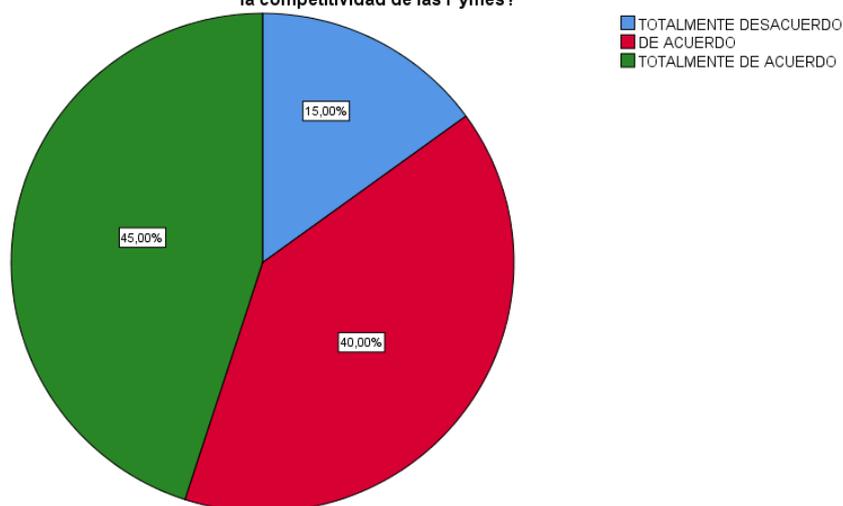


Figura 17 Valores Sustentables

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación realizada a las Pymes Productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador refleja que el 40% está de acuerdo y el 45% está totalmente de acuerdo sobre la obtención de certificaciones internacionales mejorarían la competitividad internacional, sin embargo un 15% aún está indeciso del tema.

Tabla 30

Problemas de Aplicación

6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Limitada Información sobre el Tema	16	80,0	80,0	80,0
	Apoyo Estatal	3	15,0	15,0	95,0
	Voluntariedad de la Norma	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?

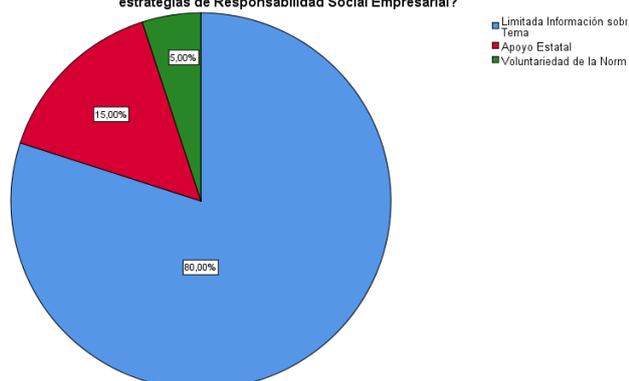


Figura 18 Problemas de Aplicación

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación realizada determinó que entre los problemas principales para implementar las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial según Las Pymes Productoras de piña estiman el 80% que es por limitada información sobre la RSE, el 10% estima que es por insuficiente apoyo estatal, el 5% estima que por falta de voluntariedad de la norma por parte de ellos mismos, mientras que otro 5% considera tener otras causales.

Tabla 31

Ética Empresarial

7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	INDECISO	3	15,0	15,0	15,0
	DE ACUERDO	9	45,0	45,0	60,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?

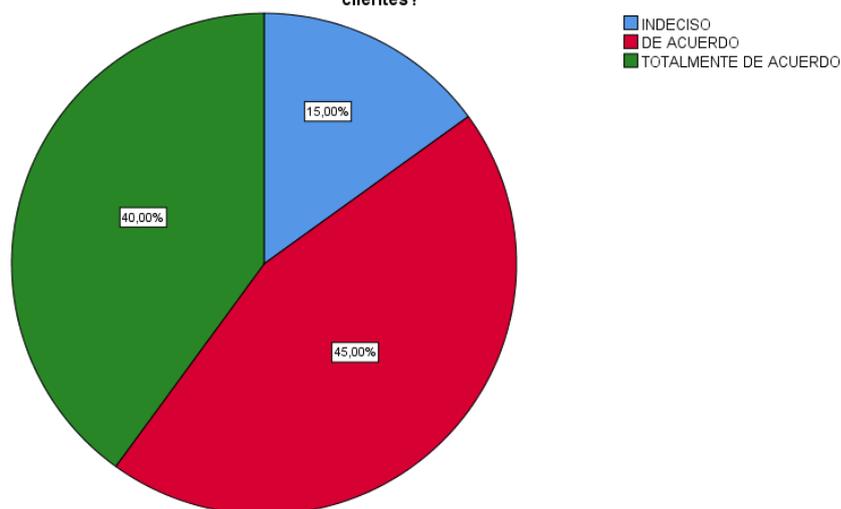


Figura 19 Ética Empresarial

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Mediante el estudio realizado se pudo constatar que el 40% está totalmente de acuerdo sobre el manejo ético generaría fidelidad de sus clientes al igual que el 45% está de acuerdo, sin embargo el 15% aun establece cierta indecisión respecto al tema tratado.

Tabla 32

Principios RSE

8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido INDECISO	1	5,0	5,0	5,0
DE ACUERDO	7	35,0	35,0	40,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?

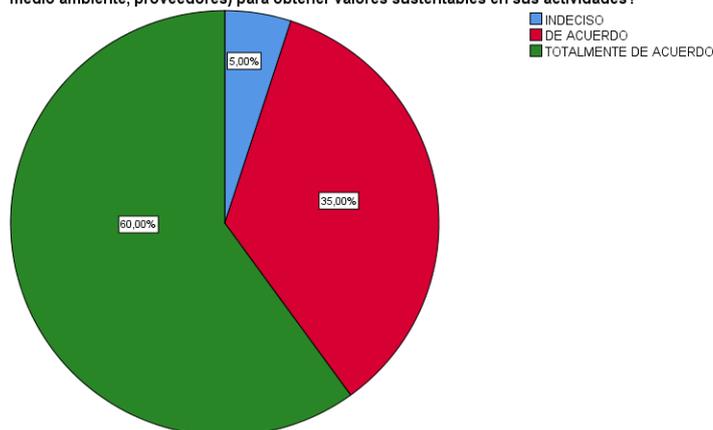


Figura 20 Principios RSE

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación realizada refleja que un 12% está totalmente de acuerdo sobre la RSE es aplicada para los grupos de interés (Clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en las actividades, al igual que un 35% también está de acuerdo con dichos principios, sin embargo un 5% muestra indecisión sobre el tema.

Tabla 33

Calidad de la Producción

9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	5,0	5,0	5,0
	DE ACUERDO	12	60,0	60,0	65,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?

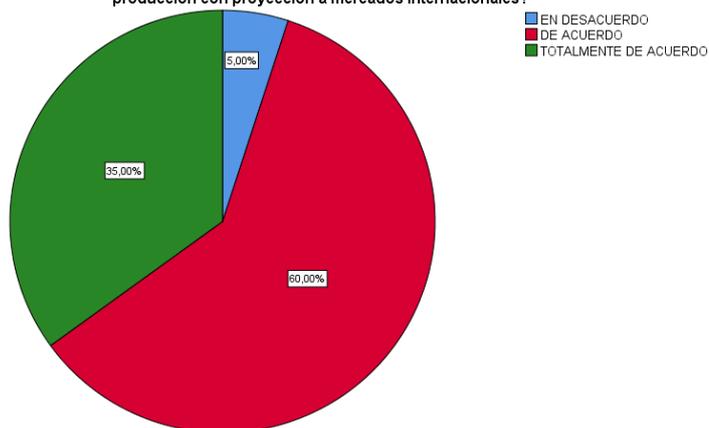


Figura 21 Calidad de la Producción

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Mediante la investigación realizada se determinó que el 60% y el 35% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, sobre la aplicación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de producción con enfoques a mercados internacionales, mientras que la mínima cantidad del 5% está en desacuerdo sobre este enfoque.

Tabla 34

Base Legal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	5	25,0	25,0	25,0
	INDECISO	4	20,0	20,0	45,0
	DE ACUERDO	9	45,0	45,0	90,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

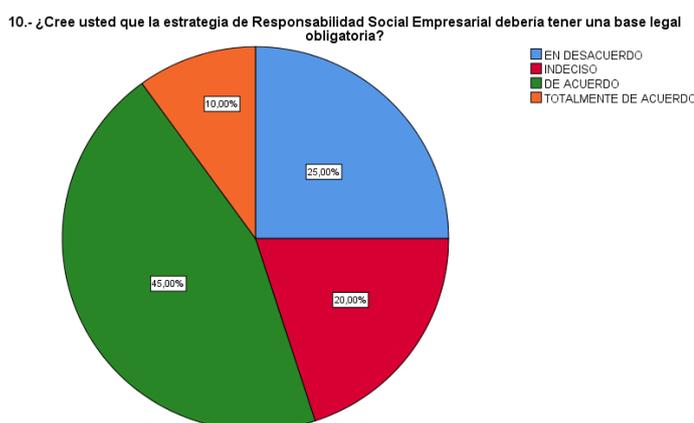


Figura 22 Base Legal

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación determinó que el 45% y el 10% está de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente considerando que la norma de Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador debería tener una base legal obligatoria sin embargo el 25% mostro no estar de acuerdo sobre la obligatoriedad de la norma , un 20% se muestra indeciso debido a las circunstancias del mercado.

1.9.1.1 *Coefficiente “W” de Kendall enfoque a productores*

Tabla 35

Resultados Coeficiente de Kendall de Productores

Rangos	Rango promedio
Preguntas a Productores	
1.- ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?	2,48
2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?	2,65
3. ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?	6,63
4.- Según su criterio, ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?	6,90
5.- Cree usted, ¿La obtención de certificaciones internacionales que reflejen valores sustentables incrementa la competitividad de las Pymes?	6,85
6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?	1,80
7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?	7,23
8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?	8,08
9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?	7,25
10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?	5,15

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

1.9.2 Exportadores de Piña

Tabla 36

RSE Aplicadas Empresas Exportadoras de Piña

1.- ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	4	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

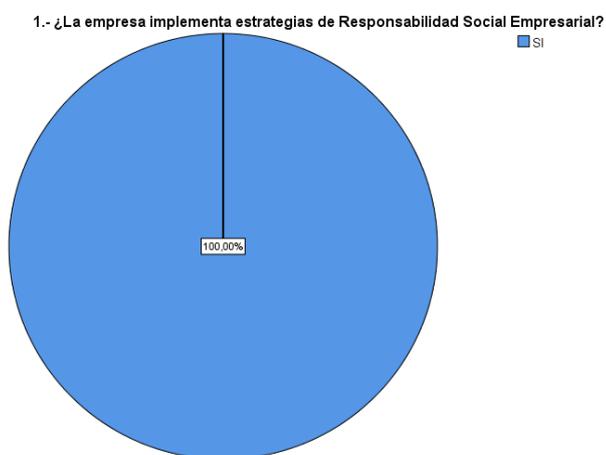


Figura 23 RSE Aplicadas Empresas Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

El estudio efectuado a las Empresas Exportadoras de Piña nos refleja que el 100% de las compañías implementan como estrategia empresarial programas de Responsabilidad Social dentro de sus actividades.

Tabla 37

Programas RSE Aplicadas de Exportadoras de Piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	2	50,0	50,0	50,0
	NO	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?

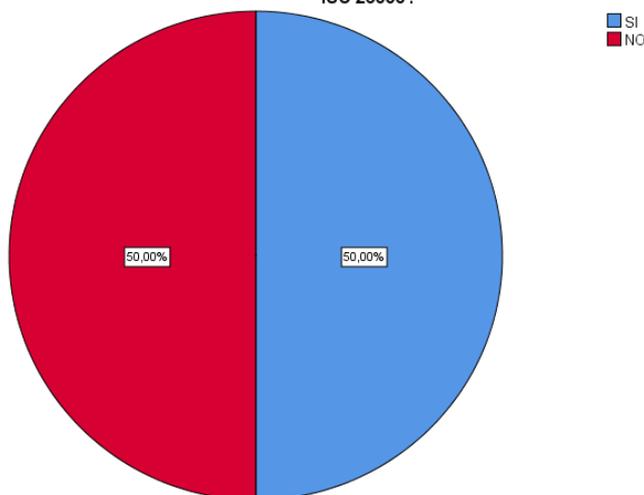


Figura 24 Programas RSE Aplicadas de Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación efectuada determina que el 50% si cuentan con programas de responsabilidad social basados en la ISO 2600, sin embargo el 50% restante no lo aplica debido a diferentes causales.

Tabla 38

Mercado Internacional Enfoque Exportadoras de Piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	25,0	25,0	25,0
	DE ACUERDO	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

3. ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?

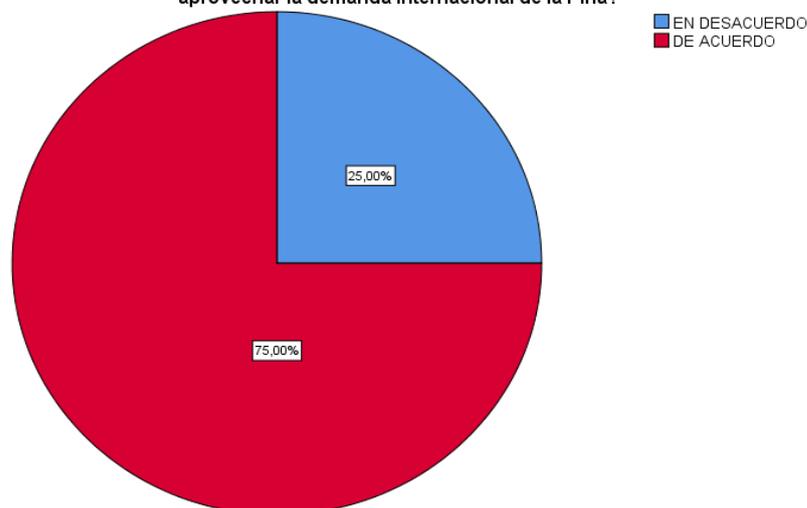


Figura 25 Mercado Internacional Enfoque Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

El estudio realizado a las empresas exportadoras de Piña refleja que el 75% está de acuerdo acerca de la aplicación de programas de Responsabilidad Social Empresarial el cual permitiría aprovechar la demanda internacional del sector de la piña, sin embargo el 25% está en desacuerdo sobre su aplicación y su utilidad.

Tabla 39

Imagen Internacional Enfoque Exportadoras de Piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	25,0	25,0	25,0
	DE ACUERDO	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

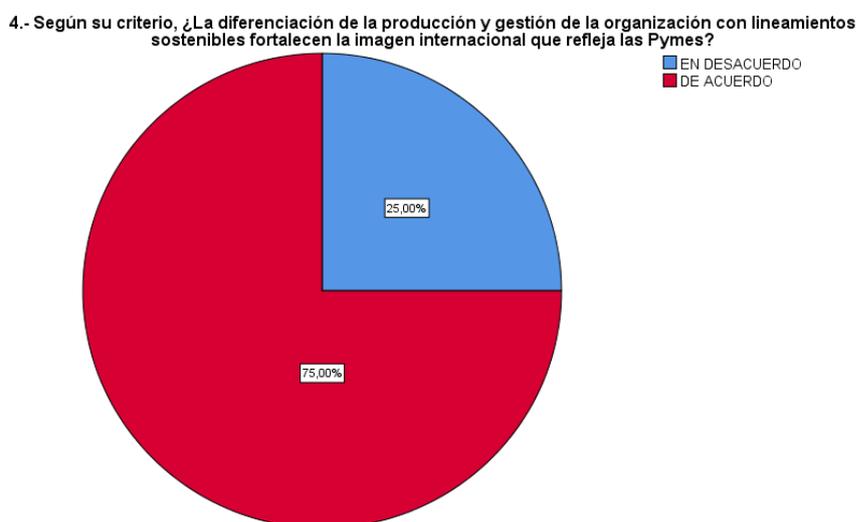


Figura 26 Imagen Internacional Enfoque Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

El estudio realizado a las empresas exportadoras de piña nos refleja que el 75% está de acuerdo sobre la diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecerían la imagen internación de la producción de la piña ecuatoriana, mientras que un 25% de las empresas encuestadas están en desacuerdo con dichos lineamientos.

Tabla 40

Valores Sustentables Enfoque Exportadoras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	3	75,0	75,0	75,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

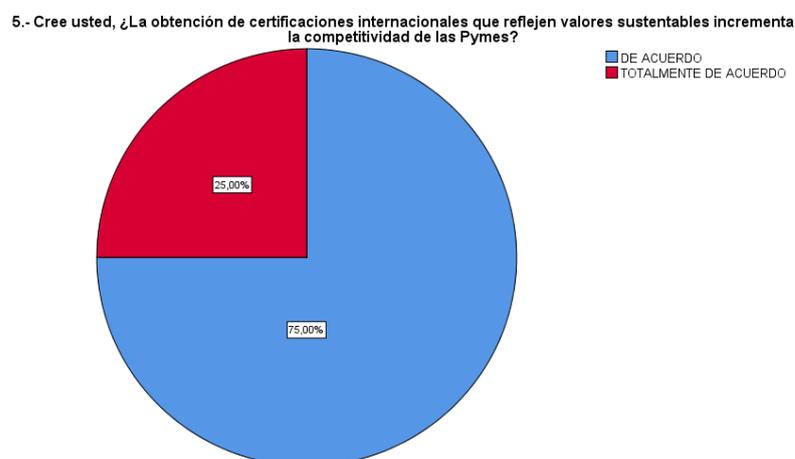


Figura 27 Valores Sustentables Enfoque Exportadoras

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

La investigación ejecutada a las empresas exportadoras de piña refleja que el 75% y el 25% está totalmente de acuerdo y acuerdo respectivamente, está de acuerdo con que incrementaría la competitividad de las pymes productoras mediante la obtención de estas certificaciones internacionales.

Tabla 41

Problemas de Aplicación Enfoque Exportadoras de Piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Recursos Limitados	1	25,0	25,0	25,0
	Apoyo Estatal	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?

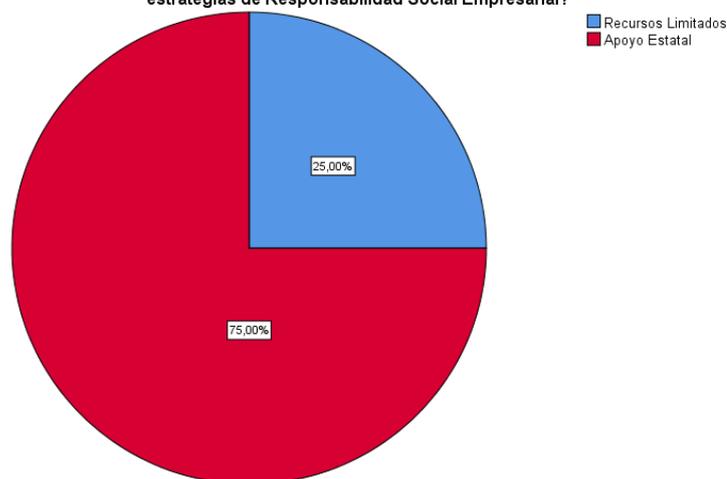


Figura 28 Problemas de Aplicación Enfoque Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Según el estudio realizado a las empresas exportadoras de Piña se pudo constatar las problemáticas que ellos consideran son obstáculos para la implementación de la Responsabilidad de Social Empresarial, entre ellos el 25% considera que es por recursos ilimitados, el 75% restante establece a la carencia de apoyo estatal para su aplicación.

Tabla 42

Ética Empresarial Enfoque Exportadoras de Piña

7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?		f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DESACUERDO	1	25,0	25,0	25,0
o	INDECISO	1	25,0	25,0	50,0
	DE ACUERDO	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

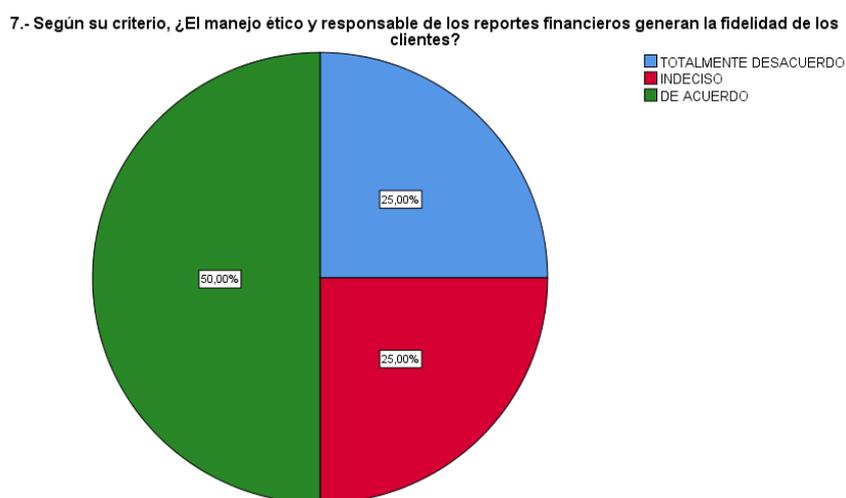


Figura 29 Ética Empresarial Enfoque Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

El estudio realizado a las empresas exportadoras de Piña nos refleja que el 50% está de acuerdo sobre la fidelidad de los clientes generado por el manejo ético y responsable en los reportes financieros, mientras que el 25% está en desacuerdo sobre dicha aplicación, sin embargo un 25% refleja indecisión del tema.

Tabla 43

Principios RSE Enfoque Exportadoras de Piña

8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?

		f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	3	75,0	75,0	75,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?

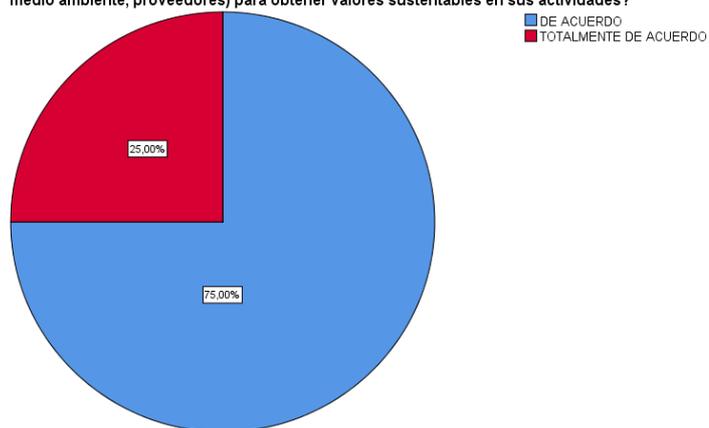


Figura 30 Principios RSE Enfoque Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Según el estudio realizado a las empresas exportadoras de piña refleja que el 75% y el 25% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, acerca de la aplicación de los principios de RSE para los grupos de interés para obtener valores sustentables en sus actividades.

Tabla 44

Calidad de la Producción

9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	3	75,0	75,0	75,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?

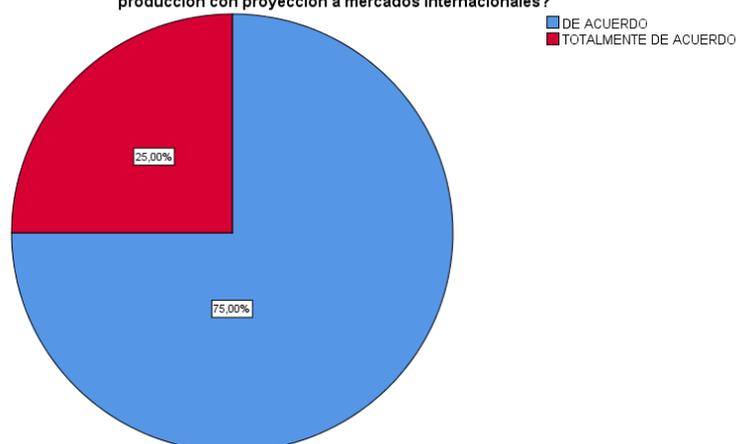


Figura 31 Calidad de la Producción

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Según el estudio realizado a las empresas exportadoras de piña refleja que el 75% y el 25% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, acerca de que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales.

Tabla 45

Base Legal Enfoque Exportadoras de Piña

10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EN DESACUERDO	1	25,0	25,0	25,0
DE ACUERDO	3	75,0	75,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?

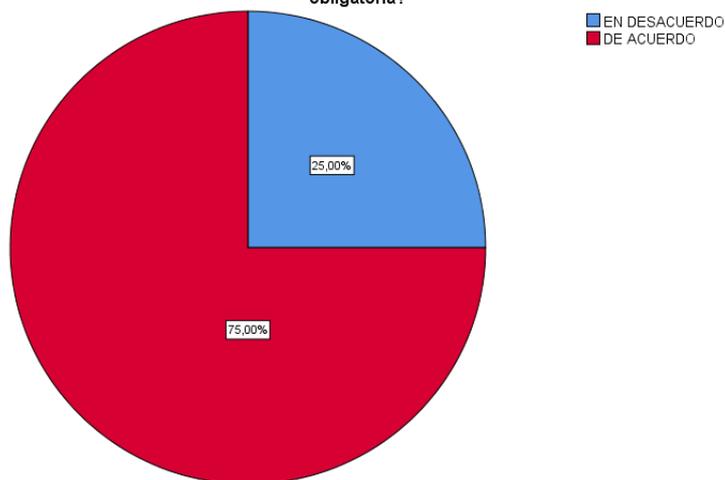


Figura 32 Base Legal Exportadoras de Piña

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

Según el estudio realizado a las empresas exportadoras de piña refleja que el 25% y el 75% están en desacuerdo y de acuerdo respectivamente, sobre el tema de obligatoriedad de la estrategia de responsabilidad social empresarial.

1.9.3 Coeficiente “W” de Kendall enfoque a exportadores

Tabla 46

Prueba “W” de Kendall Enfoque Exportadoras

Rangos	Rango promedio
Preguntas a Exportadores	
1.- ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?	1,38
2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?	2,25
3. ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?	6,50
4.- Según su criterio, ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?	6,13
5.- Cree usted, ¿La obtención de certificaciones internacionales que reflejen valores sustentables incrementa la competitividad de las Pymes?	7,75
6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?	3,88
7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?	5,25
8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sustentables en sus actividades?	7,88
9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?	7,88
10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?	6,13

Fuente: SPSS

Elaborado por: Los Autores

1.10 Entrevistas a los tres ejes del desarrollo económico y social

1.10.1 Sector Privado

1.10.1.1 Asociación de Piña del Ecuador (ASOPIÑA)

Jorge A. Rodriguez V.

Jefe Dpto. Sostenibilidad/ TERRA SOL CORP S.A.

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

La responsabilidad social empresarial es el cumplimiento legal y social hacia los trabajadores de una organización, entre estos, el asegurar al personal, cumplir con los derechos de ley como los décimos, utilidades y pago de sus servicios según como conste en su contrata de trabajo. Además de esto el dotar de equipos de protección personal y las condiciones necesarias para el desarrollo de sus labores, así como también el apoyo a través del área social para solucionar casos específicos que el trabajador pudiese necesitar.

¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?

Es muy importante incluir en la planeación estratégica, la parte social ya que si no se cuenta con la parte social, no se consideración los costos de inversión dirigidos al personal, y esto puede ocasionar una desviación en la misión de la empresa.

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

Cada empresa adopta su programa de responsabilidad social, afianzado en lo solicitado por la legislación vigente del país.

¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?

El incumplimiento de la ley, podría ser el principal problema que acusen a las Pequeñas y medianas empresas, y por lo cual se debe incluir dentro del programa empresarial la responsabilidad social como prioridad.

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Pymes para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable?

Desde hace un tiempo atrás cuando se hizo obligatorio ciertos beneficios sociales, la mayoría de las empresas llegaron a ciertos convenios en los cuales se comprometieron al cumplimiento de los beneficios sociales dirigidos a los trabajadores, y actualmente el proyecto es mantener los beneficios de ley para todos los colaboradores.

¿Considera usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

La implementación de una Certificación Internacional siempre abre más mercados en los cuales los productos ofrecidos pueden ser adquiridos, por lo que la implementación de una ISO favorecería este ingreso a un nuevo mercado, no obstante, primero se deben analizar los beneficios que esta pudiese tener para su ejecución,

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en políticas empresariales?

Sí, es necesaria la norma de responsabilidad social para el buen manejo de los trabajadores y que ellos se sientan respaldados con su trabajo que realizan.

Jaime Sánchez

Representante de la Asociación de Agricultores de Hampton

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

Es la responsabilidad que tiene el productor con el ambiente, sus propiedades y los trabajadores. Sin embargo, los productores manejan prácticas productivas tradicionales y cuando se pretende mejorar alguna actividad agrícola, se opta por manejar la situación de forma empírica.

¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?

Considero que es importante, ya que la cosecha necesita ser planificada para que este en el momento adecuado para la venta.

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

Generalmente se capacita a todo el personal involucrado en la producción para no dañar el medio ambiente. Sin embargo, en la producción de Piña esto no se da, ya que todos los residuos se quema y lo adecuado sería incorporar los desechos al suelo pero por diferentes motivos esto no se da y se continúa con la práctica tradicional.

¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?

El principal problema es el apoyo estatal, necesitamos programas e incentivos sobre el tema.

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Pymes para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable?

Ninguno, pero los productores están dispuestos a seguir programas que ayuden a mejorar la producción, ya que consideramos que esto crea compromisos y cambios favorables para todos los involucrados.

¿Considera usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

Todas las certificaciones ayudan directa o indirectamente a la internacionalización de la producción, ya que demuestran el cumplimiento de las normas y brindan confianza.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en políticas empresariales?

El estado debería ser un agente interesado en el desarrollo del sector, por lo tanto considero que ellos deberían tomar las medidas necesarias para que se cumpla este objetivo.

1.10.2 Universidad

Ab. Julio Baque Mielles, Msc

Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

La RSE es una situación que debe estar enmarcada en las grandes, medianas y pequeñas empresas, queriendo decir que toda empresa debe tener en sus estatutos a la responsabilidad social para mejorar el servicio que se le da a sus compradores.

¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?

Es importante porque las empresas pueden crear o aprovechar nuevas demandas. La responsabilidad social mantiene la confianza de los compradores.

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

El hecho de tener responsabilidad social quiere decir que de alguna u otra manera las empresas deben llegar a los estatus de una determinada sociedad. A través de esto es cuando se van a dar cuenta que las organizaciones pueden llegar a todos los estamentos considerados en un determinado sector.

Según sus estudios, ¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?

Básicamente porque las empresas no ven a la responsabilidad social como un valor agregado, sino que lo toman como un gasto. La RSE implica tener utilidades y mejorar el entorno en el que está situada la empresa, incluso sobrepasa lo anterior mencionado y engloba otras prácticas sostenibles.

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Universidades para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable en las pymes?

La universidad ha implementado acciones ambientales y proyectos alineados a la responsabilidad social en el nivel estudiantil.

¿Cree usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

Indudablemente si, ya que una calificación ISO es un valor agregado para cualquier compañía que la obtenga y más cuando se trata de responsabilidad social que es un factor importante para ingresar a nuevos mercados.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en programas académicos?

Considero que se debe ser incluida en programas académicos pero sin obligatoriedad y leyes que determinen un control, ya que la universidad necesita todavía adaptarse a los cambios. Se debe considerar que este tipo de programas lo implementan compañías con grandes capitales, las pymes todavía no. Por lo tanto, se debería socializar el término y concientizar a las empresas sobre el valor agregado que pueden generar con estas estrategias de RSE que de alguna u otra manera generaran un costo/beneficio.

Ing. Roberto González González Ph.D.

Director del Departamento de Investigación de la Universidad de Guayaquil

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

Existen 2 elementos importantes, que son: Responsabilidad y Empresarial. En todo caso, la responsabilidad empresarial va dirigida a los recursos internos, fundamentalmente a la parte humana dentro de las áreas y al entorno de la empresa, como por ejemplo: el afecto al medio ambiente, la salud de los trabajadores y pueblos cercanos, etc. Es decir, que realmente se dirige a la seguridad que se les debe dar al personal interno y al externo; y su entorno.

¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?

Es lógico que si la empresa no incluye a la responsabilidad social en la planeación estratégica, pues no tenga asignado recursos y al no tenerlos, pues nunca se gestionará programas de RSE. Es sencillo, si la RSE no existe en la planeación, no está en la mente de la persona que dirige la empresa, por consiguiente, no se le asignan recursos porque es algo que no se va a desarrollar. Sin embargo, considero que tiene un grado de importancia para la empresa.

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

Considero que el primero programa de Responsabilidad Social Empresarial que se debe implementar debe ser dirigido al recurso humano porque es el que genera la producción y luego al entorno en que se maneja todas las operaciones, ya que esto enriquece a la empresa. Sin embargo, esto no es dividido, debe ser al unísono, se debe realizar estrategias internas y externas.

Según sus estudios, ¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?

El problema fundamental son los recursos limitados, ya que las Pymes piensan que generan más gastos, siendo esto una realidad que a largo plazo se recupera porque las empresas van a ser más productivas y eficientes con entornos sustentables, llegan a obtener mayores ingresos. Por lo tanto, si las pymes ven a la RSE como un gasto, siendo una inversión, siempre tendrán problemas de todo tipo.

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Universidades para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable en las pymes?

Toda universidad debe tener pertinencia, siendo dirigida a resolver problemas de la sociedad. Por lo tanto, los proyectos son autorizados cuando se identifica que el mismo va enfocado en resolver problemas sociales convirtiéndose en una política del proceso de investigación, desarrollo e innovación de las universidades. Lo que ocurre en muchas ocasiones, es que a veces no existe el posicionamiento de esta política en las empresas, entonces las universidades debe tomar la iniciativa en este aspecto para demostrar al estado y a las empresas que las unidades académicas pueden dar diferentes alternativas para resolver problemas sociales.

¿Cree usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

Está claro que ayuda porque es parte de un estándar que puede lograr la internacionalización, esto se afirma desde el hecho en que las transnacionales son las primeras organizaciones que están cumpliendo con la certificación ISO 26000, por lo tanto esto ayuda en la inversión directa. Partiendo de este concepto, se demuestra que cuando se invierte en un país, se lo realiza pensando en los ingresos propios y los beneficios que puedes producir en la sociedad que recibe la inversión.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en programas académicos?

La responsabilidad social empresarial no debe ser absolutamente obligatoria pero sí debería ser incluida en algunas áreas. Es decir, La RSE debe ser formalizada pero no como una materia en específico, sino como un eje transversal de un pensum.

Ing. Agr. Laura Paris Moreno Rivas. MSc

Docente de la Facultad de Agronomía

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

La responsabilidad social empresarial es una estrategia que brinda productos de calidad a los usuarios nacionales e internacionales

¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?

Es de suma importancia, ya que mejora la calidad de los productos obtenidos en nuestro suelo, es decir que siguen las exigencias de la demanda internacional. Además, que ayuda a proteger el medio ambiente y a la sociedad.

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

El primero programa de RSE que se debería implementar es el de capacitaciones al agricultor, en áreas ambientales como químicos, plagas y enfermedades.

Según sus estudios, ¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?

Las limitantes son que no hay tecnología de alta calidad, ni productos especializados para el desarrollo natural de la cosecha, los productores trabajan sus tierras de forma tradicional. Por lo tanto, se debería mejorar calidad para obtener cantidad.

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Universidades para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable en las pymes?

En la facultad de agronomía existen muchos proyectos que están enfocados a resolver problemas sociales, como por ejemplo: proyectos de internacionalización en el cual interactúan unidades académicas, entidades gubernamentales y gremios de agricultores. Estas investigaciones generan innovación tecnológica y productiva.

¿Cree usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

Considero que si facilita la internacionalización de las pymes, siempre y cuando se cumplan los principios que incluye la ISO 26000.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en programas académicos?

Por supuesto que considero que debe ser incluida en programas académicos, por esta razón, es que la facultad de agronomía cuenta con proyectos de inclusión social de interfacultades e interinstitucionales para poder mejorar la producción.

1.10.3 Entidades Públicas

Ing. Pedro Xavier Moreira Valenzuela

Director de Origen / Ministerio de Comercio Exterior

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

La responsabilidad social empresarial se refiere a la devolución de las ganancias o el incentivo que se le da al recurso humano dentro de una planta o una finca. Entonces, si el exportador o productor consigue un negocio en el exterior, debe existir

una devolución social, no en dinero pero si en activos, materiales o conocimientos, por ejemplo: construyendo viviendas dignas, capacitando a las personas iletradas, etc.

¿Cuál es el grado de importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial para el Estado?

El estado se preocupa mucho en estos temas, más ahora que tenemos el acuerdo multipartes con la UE y que está vigente desde Enero de este año, el mismo que habla mucho del bien social que no solo es llegar a un nuevo mercado, exportar y generar ganancias, sino que debe existir equidad entre el exportador y la parte operativa de la organización.

¿Usted Considera que existe el respaldo y la viabilidad por parte del estado para que las empresas promuevan proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?

Si, El estado está revisando que cada una de las empresas incluidas en el acuerdo multipartes de la UE, es decir las Nacionales y Europeas, incluyan programas de responsabilidad social en su planeación estratégica, ya que esto es una cláusula que se debe cumplir para poder continuar con el convenio.

¿Qué programa o proyectos está fomentando el Estado para incentivar la implementan de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes?

Existen varios proyectos en el ministerio que incluye a pymes y mypimes, como por ejemplo “exporta fácil” y “Ecuador exporta” que tienen la finalidad de reducir costos a las organizaciones para que este ahorro sea utilizado en beneficios sociales.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial deba ser obligatoria e incluida en políticas públicas?

La responsabilidad social debe ser obligatoria, el país hace muchos años atrás, no contaba con esto pero se va incentivando poco a poco. Como por ejemplo, el seguro de los empleados que antes era una obligación pero no era controlada, ahora si tiene una vigilancia aunque no sea del gusto de todos pero si alguien entra a trabajar debe tener beneficios. Finalmente, no se debería llegar a una obligatoriedad, sino a una concientización de la norma para el beneficio de todos los involucrados en la organización.

Ing. Raúl Farías Bohórquez

Coordinación Comercio Inclusivo / PROECUADOR

Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?

La responsabilidad social empresarial es un término que estuvo en boga a partir del año 2000 y se refiere básicamente en que las empresas, además de su objetivo que es el de lograr ganancias y maximizar sus ingresos, ellos también por esto deben retribuirle a la social, es decir, que estas organizaciones mantengan programas o proyectos entre diferentes grupos objetivos como la conservación del ambiente, uso sustentable del producto, ayuda social, etc.

¿Cuál es el grado de importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial para el Estado?

Como ministerio de comercio exterior, ProEcuador, se implementa dentro de las instituciones públicas para luego fomentarlo en los sectores productivos con el argumento de que en los mercados internacionales existe una tendencia de productos con certificaciones o con campañas de RS que incluyan a los pequeños productores,

proveedores, etc. ProEcuador cada vez más se enfoca en proyectos para la promoción de exportadores o con vinculación de importadores que demanden este tipo de productos con responsabilidad social.

¿Usted Considera que existe el respaldo y la viabilidad por parte del estado para que las empresas promuevan proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?

Si, ProEcuador y otras instituciones públicas buscan que las empresas ecuatorianas hagan exportaciones con certificaciones sustentables o que incluso las mismas asociaciones puedan exportar.

¿Qué programa o proyectos está fomentando el Estado para incentivar la implementan de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes?

Desde el Ministerio de Comercio Exterior y ProEcuador se puede hablar de un proyecto que tiene fondos europeos, en el cual empresas o asociaciones puedan elaborar un plan de negocios, implementarlo con fondos disponibles, acceso a certificaciones y sistemas de mejoramiento de la calidad donde se incluyen temas de RSE. Este proyecto se llama “Fortalecimiento de las pymes para la Unión Europea” y además de esto, en los eventos que organiza ProEcuador, cada vez existe mayor interés en vincular a las empresas ecuatorianas con compradores que demanden productos sustentables con impacto social, pretendiendo cambiar el mercado, ya que la Unión Europea está incentivando estas iniciativas.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial deba ser obligatoria e incluida en políticas públicas?

Considero que se debería analizar qué tan obligatoria puede ser, ya que debemos acordarnos que las pymes no cuentan con recursos necesarios para implementar estos programas de responsabilidad social que generan un alto porcentaje de inversión. Sin embargo, se debería incluir a la RS en los programas estatales y de grandes empresas.

En resumen, considero que la responsabilidad social no debería ser restrictiva o legalista, antes de aquello, es necesario de que se incentive los beneficios que conlleva incluir este modelo en una organización.

1.10.4 Interpretación de las entrevistas

1.10.4.1 *Entrevista a la Universidad*

Preguntas	Ab. Julio Baque Miele, Msc	Ing. Roberto González González Ph.D.	Ing. Agr. Laura Paris Moreno Rivas. MSc	Coincidencias
<p>Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?</p>	<p>La RSE es una situación que debe estar enmarcada en las grandes, medianas y pequeñas empresas, queriendo decir que toda empresa debe tener en sus estatutos a la responsabilidad social para mejorar el servicio que se le da a sus compradores</p>	<p>La responsabilidad empresarial va dirigida a los recursos internos, fundamentalmente a la parte humana dentro de las áreas y al entorno de la empresa</p>	<p>La responsabilidad social empresarial es una estrategia que brinda productos de calidad a los usuarios nacionales e internacionales</p>	<p>La RSE es una estrategia que se preocupa por los recursos internos y externos de una organización, mejorando la calidad de la producción.</p>
<p>¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?</p>	<p>Es importante porque las empresas pueden crear o aprovechar nuevas demandas. La responsabilidad social mantiene la confianza de los compradores.</p>	<p>Si la RSE no existe en la planeación, no está en la mente de la persona que dirige la empresa, por consecuente, no se le asignan recursos porque es algo que no se va a desarrollar. Sin embargo, considero que tiene un grado de importancia para la empresa.</p>	<p>Es de suma importancia, ya que mejora la calidad de los productos obtenidos en nuestro suelo, es decir que siguen las exigencias de la demanda internacional. Además, que ayuda a proteger el medio ambiente y a la sociedad.</p>	<p>La RSE se debe incluir en la planeación estratégica para que se le asignen recursos, ya que es de gran importancia para que la empresa y su entorno obtengan beneficios igualitarios.</p>

¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?

El hecho de tener responsabilidad social quiere decir que de alguna u otra manera las empresas deben llegar a los estatus de una determinada sociedad.

Considero que el primero programa de Responsabilidad Social Empresarial que se debe implementar debe ser dirigido al recurso humano porque es el que genera la producción y luego al entorno en que se maneja todas las operaciones, ya que esto enriquece a la empresa.

El primero programa de RSE que se debería implementar es el de capacitaciones al agricultor, en áreas ambientales como químicos, plagas y enfermedades.

El principal programa de RSE debe ser dirigido a los recursos humanos para que se puedan cumplir los diferentes estándares sociales, ambientales y administrativos.

Según sus estudios, ¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la RS?

Básicamente porque las empresas no ven a la responsabilidad social como un valor agregado, sino que lo toman como un gasto.

El problema fundamental son los recursos limitados, ya que las Pymes piensan que generan más gastos...Por lo tanto, si las pymes ven a la RSE como un gasto, siendo una inversión, siempre tendrán problemas de todo tipo.

Las limitantes son que no hay tecnología de alta calidad, ni productos especializados para el desarrollo natural de la cosecha.

Existen 2 problemas fundamentales que tienen las pymes, los cuales son: los recursos limitados y la visión errónea que tienen las pymes sobre la RSE

¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Universidades para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable en las pymes?

La universidad ha implementado acciones ambientales y proyectos alineados a la responsabilidad social en el nivel estudiantil.

Los proyectos son autorizados cuando se identifica que el mismo va enfocado en resolver problemas sociales convirtiéndose en una política del proceso de investigación, desarrollo e innovación de las universidades.

En la facultad de agronomía existen muchos proyectos que están enfocados a resolver problemas sociales

Las Universidades están enfocadas en realizar proyectos que resuelvan problemas sociales.

¿Cree usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?

Si, una calificación ISO es un valor agregado para cualquier compañía que la obtenga y más cuando se trata de responsabilidad social que es un factor importante para ingresar a nuevos mercados.

Está claro que ayuda porque es parte de un estándar que puede lograr la internacionalización.

Considero que si facilita la internacionalización de las pymes, siempre y cuando se cumplan los principios que incluye la ISO 26000.

Las calificaciones ISO y cualquier certificación facilitan la internacionalización de las pymes, ya que garantiza que existen estándares de calidad.

¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en programas académicos?	Considero que se debe ser incluida en programas académicos pero sin obligatoriedad y leyes que determinen un control, ya que la universidad necesita todavía adaptarse a los cambios.	La responsabilidad social empresarial no debe ser absolutamente obligatoria pero sí debería ser incluida en algunas áreas. Es decir, La RSE debe ser formalizada pero no como una materia en específico, sino como un eje transversal de un pensum.	Por supuesto que considero que debe ser incluida en programas académicos, por esta razón, es que la facultad de agronomía cuenta con proyectos de inclusión social de interfacultades e interinstitucionales para poder mejorar la producción.	La universidad considera que la RSE debería ser un complemento para las materias que se desarrollan en el pensum.
---	---	---	--	---

Elaborado por: Los autores

1.10.4.2 *Entrevista a las entidades publicas*

Nº	Preguntas	Ministerio de Comercio Exterior	PROECUADOR	Coincidencias
1	Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?	La responsabilidad social empresarial se refiere a la devolución de las ganancias o el incentivo que se le da al recurso humano dentro de una planta o una finca.	Se refiere básicamente en que las empresas, además de su objetivo que es el de lograr ganancias y maximizar sus ingresos, ellos también por esto deben retribuirle a la social, es decir, que estas organizaciones mantengan programas o proyectos entre diferentes grupos objetivos como la conservación del ambiente, uso sustentable del producto, ayuda social, etc.	La responsabilidad social empresarial se refiere a la devolución de las ganancias que se le da a toda una sociedad y su entorno.

2	¿Cuál es el grado de importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial para el Estado?	El estado se preocupa mucho en estos temas, más ahora que tenemos el acuerdo multipartes con la UE y que está vigente desde Enero de este año, el mismo que habla mucho del bien social que no solo es llegar a un nuevo mercado, exportar y generar ganancias, sino que debe existir equidad entre el exportador y la parte operativa de la organización.	Como ministerio de comercio exterior, ProEcuador, se implementa dentro de las instituciones públicas para luego fomentarlo en los sectores productivos con el argumento de que en los mercados internacionales existe una tendencia de productos con certificaciones o con campañas de RS que incluyan a los pequeños productores, proveedores, etc.	Las entidades públicas se preocupan por fomentar la responsabilidad social en las pymes productoras y exportadoras para cumplir con las exigencias de los mercados internacionales.
3	¿Usted Considera que existe el respaldo y la viabilidad por parte del estado para que las empresas promuevan proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?	Si, El estado está revisando que cada una de las empresas incluidas en el acuerdo multipartes de la UE, es decir las Nacionales y Europeas, incluyan programas de responsabilidad social en su planeación estratégica, ya que esto es una cláusula que se debe cumplir para poder continuar con el convenio.	Si, ProEcuador y otras instituciones públicas buscan que las empresas ecuatorianas hagan exportaciones con certificaciones sustentables o que incluso las mismas asociaciones puedan exportar.	Las entidades públicas buscan que las empresas ofrezcan productos con certificaciones sustentables.

<p>4 Qué programa o proyectos está fomentando el Estado para incentivar la implementan de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes?</p>	<p>Existen varios proyectos en el ministerio que incluye a pymes y mypimes, como por ejemplo “exporta fácil” y “Ecuador exporta” que tienen la finalidad de reducir costos a las organizaciones para que este ahorro sea utilizado en beneficios sociales.</p>	<p>Desde el Ministerio de Comercio Exterior y ProEcuador se puede hablar de un proyecto que tiene fondos europeos, en el cual empresas o asociaciones puedan elaborar un plan de negocios, implementarlo con fondos disponibles, acceso a certificaciones y sistemas de mejoramiento de la calidad donde se incluyen temas de RSE. Este proyecto se llama “Fortalecimiento de las pymes para la Unión Europea”</p>	<p>Existen proyectos importantes que incentivan la implementación de la RSE y el mejoramiento de la calidad, como por ejemplo: "Fortalecimiento de las pymes para la Unión Europea"</p>
<p>5 ¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial deba ser obligatoria e incluida en políticas públicas?</p>	<p>La responsabilidad social debe ser obligatoria, el país hace muchos años atrás, no contaba con esto pero se va incentivando poco a poco.</p>	<p>Considero que la responsabilidad social no debería ser restrictiva o legalista, antes de aquello, es necesario de que se incentive los beneficios que conlleva incluir este modelo en una organización.</p>	<p>Existen 2 criterios, el de la obligatoriedad a los temas sociales y el de incentivar para crear una cultura socialmente responsable.</p>

1.10.4.3 *Entrevista a las entidades privadas*

Nº	Preguntas	Asociación de productores de Piña del Ecuador / Exportadores	Asociación de Agricultores de Hampton	Coincidencias
1	Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?	Es el cumplimiento legal y social hacia los trabajadores de una organización	Es la responsabilidad que tiene el productor con el ambiente, sus propiedades y los trabajadores.	Cumplir las normas sociales, ambientales y administrativas
2	¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?	Es muy importante incluir en la planeación estratégica, la parte social ya que si no se cuenta con la parte social, no se consideraría los costos de inversión dirigidos al personal, y esto puede ocasionar una desviación en la misión de la empresa.	Considero que es importante, ya que la cosecha necesita ser planificada para que este en el momento adecuado para la venta.	Es importante incluir la RSE, ya que esta brinda algunos beneficios.
3	¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?	Cada empresa adopta su programa de responsabilidad social, afianzado en lo solicitado por la legislación vigente del país.	Generalmente se capacita a todo el personal involucrado en la producción para no dañar el medio ambiente.	Programas dirigidos a lo social.

4	¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?	El incumplimiento de la ley, podría ser el principal problema que acusen a las Pequeñas y medianas empresas, y por lo cual se debe incluir dentro del programa empresarial la responsabilidad social como prioridad.	El principal problema es el apoyo estatal, necesitamos programas e incentivos sobre el tema.	Coinciden en que puede ser el incumplimiento de la ley y el apoyo estatal limitado.
5	¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Pymes para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable?	Actualmente el proyecto es mantener los beneficios de ley para todos los colaboradores.	Ninguno, pero los productores están dispuestos a seguir programas que ayuden a mejorar la producción, ya que consideramos que esto crea compromisos y cambios favorables para todos los involucrados.	Cumplir con los beneficios que se designan a los trabajadores.
6	¿Considera usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?	La implementación de una ISO favorecería este ingreso a un nuevo mercado, no obstante, primero se deben analizar los beneficios que esta pudiese tener para su ejecución,	Todas las certificaciones ayudan directa o indirectamente a la internacionalización de la producción	Las certificaciones ayudan y favorecen a toda actividad.
7	¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en políticas empresariales?	Sí, es necesaria la norma de responsabilidad social para el buen manejo de los trabajadores y que ellos se sientan respaldados con su trabajo que realizan.	El estado debería ser un agente interesado en el desarrollo del sector, por lo tanto considero que ellos deberían tomar las medidas necesarias para que se cumpla este objetivo.	El estado debería tomar en consideración este tema.

Capítulo IV

1 Propuesta

1.1 Tema

Desarrollo de un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador.

1.2 Justificación de la propuesta

Con el análisis de las encuestas y entrevistas, se observó los diferentes problemas que tienen las pymes productoras y exportadoras de Piña, los cuales son: información limitada, apoyo estatal limitado, recursos escasos y voluntariedad en la aplicación de la norma de RSE. En las entrevistas, se pudo detectar que tanto los productores como en las pymes exportadoras están dispuestas a seguir programas o proyectos que informen e incentiven la aplicación de estrategias de Responsabilidad Social, ya que consideran que es necesario para mejorar la calidad de los productos, sus relaciones con los *stakeholders* y como consecuencia de aquello, llegar a la internacionalización de las pymes.

Además, en las entrevista a las entidades públicas, se identificó que el Ministerio de Comercio Exterior y ProEcuador tienen la predisposición de apoyar proyectos, planes o programas que incentiven la aplicación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes para obtener una producción sustentable que pueda cumplir con las exigencias de los mercados internacionales.

Finalmente, esta propuesta se justifica, ya que tiene objetivos destinados a informar, incentivar y fomentar las estrategias de responsabilidad social empresarial en las pymes para lograr la internacionalización de las mismas. Sin embargo, para cumplir

este plan estratégico se debe seguir diferentes actividades que fortalezcan a las organizaciones y les permitan acceder a nuevos mercados internacionales.

1.3 Fundamentación de la propuesta

Es importante incentivar las estrategias de responsabilidad social empresarial, ya que estas permiten mejorar la calidad de la producción y de los agentes involucrados con la empresa, a su vez, garantiza el incremento de los ingresos para la organización y la protección del medio ambiente. Por esta razón, el desarrollo de un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador es una alternativa necesaria para que las pequeñas y medianas empresas se informen sobre el tema, obtengan recursos para generar programas sociales y ambientales, mejoren su calidad productiva y aprovechen oportunidades dadas por nuevos mercados internacionales.

Existen diversas causas que fundamentan la aplicación de la responsabilidad social empresarial en las pymes productoras y exportadoras de piñas, las cuales son:

Al interior de la organización, se mejora la competitividad de la empresa, ya que la responsabilidad social se enfoca en los grupos de interés que son fundamentales para el desarrollo adecuado y sustentable de las actividades productivas, generando calidad en la producción y la confianza de los clientes y nuevos demandantes.

En el entorno exterior de la organización, esta estrategia de responsabilidad social empresarial permite generar y aprovechar oportunidades que ofrecen los diferentes mercados internacionales, ya que en la actualidad, los productos obtenidos con responsabilidad social y que cuenten con certificaciones como la ISO 26000.

1.4 Objetivo General

Desarrollar un plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador a través de la vinculación entre la universidad, empresas privadas y entidades públicas.

1.5 Objetivos Específicos

- ✓ Informar sobre temas relacionados con la responsabilidad social empresarial para crear interés en las pymes productoras y exportadoras de piña.
- ✓ Incentivar la aplicación de programas de responsabilidad social empresarial para desarrollar una cultura sustentable en las organizaciones.
- ✓ Crear vínculos entre las universidades, empresas privadas y entidades públicas para obtener recursos necesarios para el adecuado manejo de los programas de responsabilidad social empresarial.
- ✓ Fomentar la necesidad de obtener certificaciones como la ISO 26000 para que se garantice la calidad de la producción.

1.6 Limitantes de la propuesta

En la actualidad, la demanda de la piña en el extranjero se ha incrementado considerablemente, sin embargo, este rublo tiene la necesidad de cumplir con las exigencias internacionales que tienen los mercados globalizados, las cuales involucran a la responsabilidad social. Tomando en cuenta esto, las pymes cuentan con la dificultad de tener recursos limitados que le impiden el desarrollo de programas o proyectos necesarios para obtener una producción sustentable.

Además, existen problemas con el apoyo estatal que a pesar de existir, no llegan a todos los productos que tiene el Ecuador y este es el caso de las piñas, ya que no es un producto prioritario o que genera porcentajes altos de exportación.

1.7 Actividades incluidas en la propuesta

Para iniciar el plan estratégico enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial para las pymes productoras y exportadoras de piña de la zona 5 del Ecuador es necesario involucrar a la universidad como una institución encargada en realizar proyectos o programas que permitan ser integrados en las organizaciones, a las grandes empresas para que sirvan de complemento o financiamiento para las pymes con el objetivo de ser retribuidos entre si y a las entidades públicas, ya que estas sirven de apoyo para que estos programas o proyectos se lleven a cabo con un aval que garantice la seriedad del proceso.

1.7.1 Programa de capacitaciones

El desarrollo de programas de capacitaciones sirve para informar temas relevantes y vinculados a la responsabilidad social empresarial, ya que se centrara en los siete principios de la RSE que se enfocan en la ética, derechos humanos, transparencia financiera, respeto al medio ambiente y en las necesidades de los grupos de interés. Además, para la adecuada organización de este programa, se necesitará el apoyo y vinculación de las siguientes instituciones y entidades, las cuales son:

- ✓ Universidad de Guayaquil: Facilitara el desarrollo de programas o proyectos internos y externos que faciliten la integración de la RSE en los planes estratégicos de las pymes productoras y exportadoras de piña.
- ✓ Ministerio de Comercio Exterior y PROECUADOR: entidades que promueven planes como “Fortalecimiento de las pymes para la Union Europea”, “Exporta fácil” y “Ecuador exporta”, los cuales sirven de

incentivo y motivación para que las pymes sientan la confianza de seguir esta nueva estrategia de desarrollo sustentable.

1.7.2 Plan para implementar la RSE en las pymes productoras de piña de la zona 5 del Ecuador

La implementación de las estrategias de responsabilidad social empresarial en las pymes productoras y exportadoras de piña, mejoraría la competitividad, la calidad de la producción y facilitaría la internacionalización; además que crea nuevas oportunidades en mercados internacionales.

Los beneficios que tendrán las pymes al implementar este plan estratégico de responsabilidad social empresarial, son:

- ✓ Vínculos estrechos con los grupos de interés (clientes, proveedores, canales de distribución, productores, etc) que facilitan la calidad organizacional y productiva de la organización, siendo esta una ventaja significativa para las pymes, ya que estas a diferencia de las grandes empresas, se manejan en un ambiente de conexión directa con la comunidad.
- ✓ Empleados comprometidos, motivados y productivos que automaticen las operaciones, mejoren la calidad de la producción e incentiven a la organización a seguir adelante con sus metas.
- ✓ Incremento de la reputación de la empresa, esto se obtiene con la aplicación de programas que demuestren el respeto ambiental y social; y la ética y transparencia con la que se maneja la administración de la organización.

1.7.2.1 *Objetivos del plan*

- ✓ Motivar al recurso humano de la empresa.
- ✓ Desarrollar programas ambientales y sociales.
- ✓ Crear vínculos consolidados y directos con los grupos de interés
- ✓ Implementar actividades que reflejen la ética y transparencia administrativa

1.7.2.2 *Actividades del plan*

Tabla 47

Actividades del plan

Actividades	Argumentación
Establecer alianzas estratégicas	Es necesario establecer estas alianzas para poder obtener recursos para desarrollar las actividades que se incluyen en este plan. Las opciones para estas alianzas son: Empresas Transnacionales, ProEcuador, Ministerio de Comercio Exterior, Mipro, Cámara de comercio, CERES, las unidades académicas, asociaciones de productores y agricultores, organizaciones sin fines de lucro e instituciones financieras.
Capacitaciones	Esta actividad involucra al recurso humano para fomentar la actualización del conocimiento, el crecimiento profesional y creación de nuevas habilidades.
Incentivar políticas ambientales y laborales	Se deben tomar medidas ambientales en cuanto al manejo del cambio de la cosecha y el uso de químicos. A su vez, es necesario precautelar la seguridad de los trabajadores
Establecer canales de comunicación	Los canales de comunicación con los grupos de interés son importantes, ya que fortalecen los vínculos, demuestran la ética y transparencia de la organización y fomentan el dialogo.
Implementación de un código de ética	Esta actividad facilitara la resolución de conflictos y los procesos legales.

Elaborado por: Los Autores

Alianzas estratégicas: Para establecer una alianza estratégica primero se debe realizar una evaluación de la factibilidad que implica la vinculación de las

universidades, empresas privadas y entidades públicas con el objetivo de verificar si es factible o no la relación estratégica que se quiere formar.

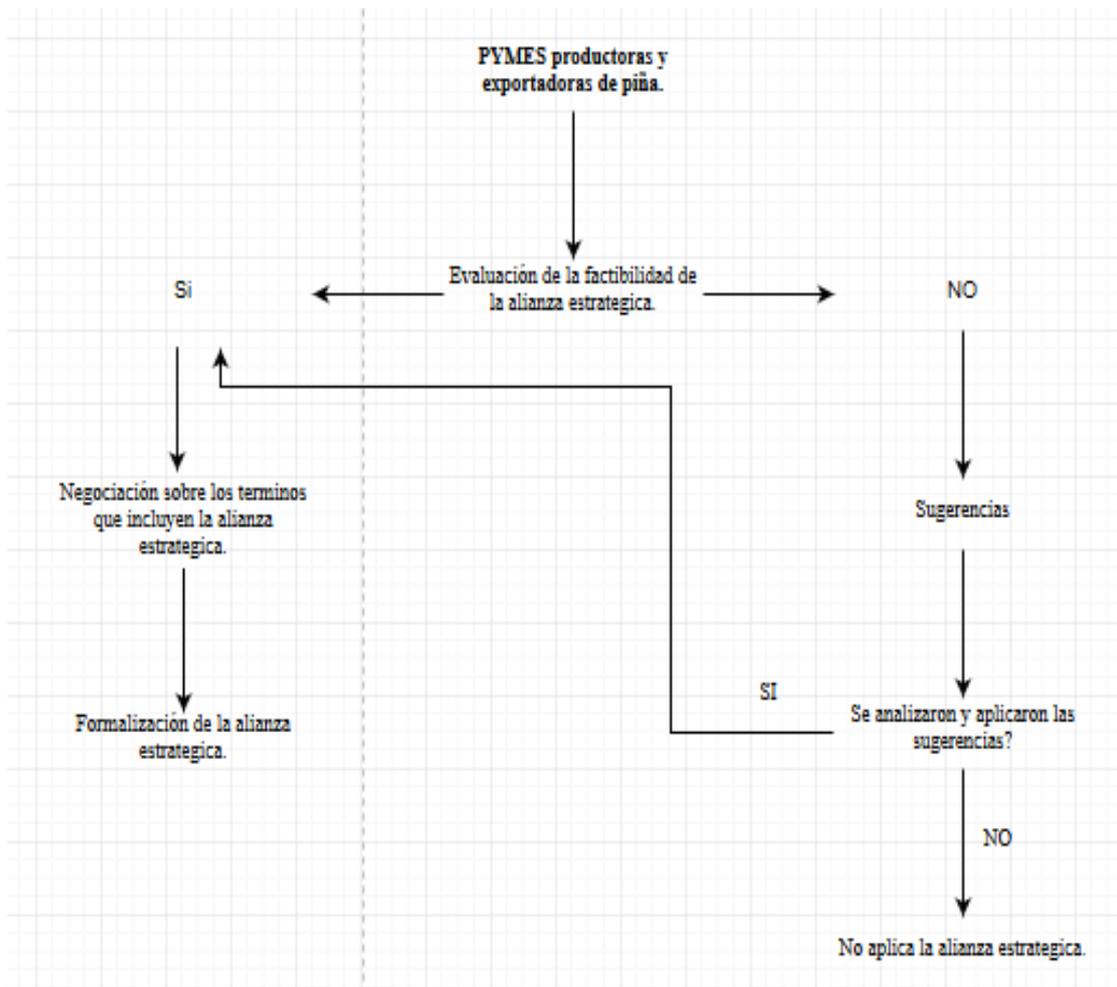


Figura 33 Evaluación de la factibilidad de la alianza estratégica.

Elaborado por: Los Autores

Formalización de la alianza estratégica: Para realizar la formalización de la alianza estratégica es necesario contar con un instrumento legal que identifique objetivos, requerimientos, acuerdos y la aceptación de las partes. En la siguiente imagen, se visualiza un modelo del acuerdo de la alianza estratégica, el cual es:

Modelo del acuerdo de la alianza estratégica	
Entre: <i>empresa, institución, asociación, etc...</i> y <i>empresa, institución, asociación, etc...</i>	
En la ciudad de _____, el día ____ de 201____, entre _____, representada legalmente por _____ identificado con cedula de ciudadanía _____, y _____, representada por _____, con cedula de ciudadanía _____, domiciliada en la ciudad de _____, cada una denominada la (parte) y en conjunto las (partes), convinieron lo siguiente:	
CONSIDERANDO	
Que en razón de la alianza se busca, informar, fomentar e incentivar programas y proyectos de responsabilidad social empresarial como motor de generación de mejores oportunidades y alternativas en la búsqueda del desarrollo productivo, la competitividad de las organizaciones, la internacionalización de la producción ecuatoriana, el respeto ambiental y social, la calidad productiva, la ética empresarial y la retribución socialmente responsable, las cuales se generarán con el presente acuerdo.	
En consideración de lo anterior la _____, por una parte y _____, por la otra, han convenido el siguiente acuerdo de colaboración o alianza.	
(En esta parte se incluye las demás consideraciones que las partes acuerden necesarias incluir).	
ACUERDO	
PRIMERO: Las partes que concurren a la suscripción del presente instrumento declara, de común acuerdo, que sus términos sólo comprometen una colaboración voluntaria de _____, y de _____, en la concreción de los objetivos tenidos a la vista, siempre que estos contribuyan efectivamente al interés general de las partes y dentro del ámbito de las atribuciones y competencias que establece el orden jurídico nacional.	
SEGUNDO: La _____, colaborará con _____, en las formas, medios y áreas que se estipulen en este acuerdo. Se propondrá en su oportunidad a las contrapartes, los actos administrativos o documentos que sean necesarios para el cumplimiento del presente acuerdo.	
TERCERO: Contenido y ámbito de aplicación:	
a) Capacitación.	
La _____, compromete la coordinación de alianza con actores del mercado con el fin de: Desarrollar programas de responsabilidad social.	
a) Implementación de Elementos Estratégicos	
La _____, compromete la coordinación de alianza para la implementación de elementos necesarios que permitan el desarrollo de:	
Las actividades que incluyen los programas de responsabilidad social empresarial.	
b) Suministro de Recursos.	
La empresa _____, compromete la coordinación de alianza para el suministro de recursos necesarios que permitan el desarrollo de:	
a) Actividades de inversión que permitan el desarrollo de los programas sociales	
b) Capacitaciones sobre temas relacionados con la responsabilidad social empresarial.	
c) Políticas ambientales y sociales que precautelen contingencias de la organización.	
f) Canales de comunicación y códigos de ética	
CUARTA: Domicilio. Las partes fijan su domicilio en la Ciudad de _____, específicamente en la dirección _____, para todos los efectos a que dieren lugar el presente Acuerdo de Alianza o Colaboración.	
QUINTO: Partes independientes. De conformidad con este Acuerdo las partes serán interpretadas como contratantes independientes. Nada en este acuerdo será interpretado como estableciendo una sociedad "Join Venture", agencia de empleo u otra relación similar entre las partes.	
SEXTO: Fuerza Mayor. Si el incumplimiento del Acuerdo o de cualquier obligación incluida en el presente fuera impedido, restringido o interrumpido por causa que estuviere fuera del control de la parte afectada, dicha parte, previa notificación por escrito a la otra parte, será liberada del cumplimiento con el alcance del impedimento, restricción o inferencia mencionados anteriormente.	
Firmas	
_____	_____
Representante de _____	Representante de _____

Figura 34 Modelo del acuerdo de la alianza estratégica

Elaborado por: Los Autores

Capacitaciones: Esta actividad del plan estratégico es un instrumento importante que tiene los siguientes objetivos: incentivar la aplicación de la

responsabilidad social empresarial en las pymes productoras y exportadoras de piña, incorporar conocimientos sobre los parámetros que contiene la certificación ISO 26000 y desarrollar programas sociales y ambientales que fomenten el desarrollo sostenible de una comunidad.

La organización sin fines de lucros llamada CERES brinda apoyo en la difusión del conocimiento sobre temas relacionados con la responsabilidad social empresarial, como por ejemplo: certificaciones, buenas prácticas ambientales, control interno de las organizaciones y gestión de calidad.

La entidad pública, PROECUADOR y el Ministerio de Comercio Exterior apoyan e incentivan proyectos que desarrollan las capacidades de las organizaciones que tienen una visión emprendedora y progresista.

Las empresas transnacionales y las entidades financieras sirven de apoyo económico, ya que estas tienen la capacidad financiera para invertir o brindar facilidades crediticias para obtener recursos económicos que permitan desarrollar programas de responsabilidad social empresarial.

Además, estas capacitaciones servirán de apoyo en temas como: recurso humano, dialogo, gestión empresarial, vínculos organizacionales, medio ambiente, gestión de calidad, innovación, emprendimiento y código de ética entre otros.

Estos programas de capacitación serán gratuitos y dirigidos a las pymes productoras y exportadoras de piña que deseen mejorar la calidad productiva, establecer un ambiente sustentable e incentivar a su recurso humano.

Incentivar políticas ambientales y laborales: Esta actividad comienza con una evaluación interna y externa del entorno empresarial con el objetivo de identificar problemas o posibles contingencias que pueden surgir dentro del ciclo productivo de la

organización. Además que se justifica con la visión de generar e incentivar una cultura socialmente responsable entre los grupos de interés.

Las políticas ambientales que se desean incentivar en las pymes productoras y exportadoras de piña, están dirigidas a:

- ✓ La reducción de la utilización de productos químicos que causen impactos negativos en el suelo.
- ✓ La reutilización de residuos.
- ✓ Fortalecer de la cultura ambiental entre las organizaciones.
- ✓ La gestión y control del entorno ambiental.

Las políticas laborales que se desean incorporar en las organizaciones, están dirigidas a:

- ✓ La utilización de implementos de seguridad para precautelar el bienestar de los trabajadores.
- ✓ Controlar el ambiente laboral en que se desarrollan las actividades productivas,
- ✓ La motivación del recurso humano.
- ✓ El respeto de los derechos laborales.

Promoción de programas y proyectos de exportación: El principal objetivo de esta acción es contar con un espacio publicitario y de fomento de las exportaciones y la inversión extranjera que incluirá políticas, programas, proyectos y estrategias de responsabilidad social empresarial, gestionando de forma eficiente el apoyo a las pymes productoras y exportadoras de piña. Los involucrados en esta parte del plan estratégico, son: ProEcuador, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de relaciones exteriores y

movilidad humana y el Mipro que serán los encargados de realizar las respectivas gestiones para poner en marcha los objetivos de esta acción.

A su vez, se planea que para ingresar a estos programas y proyectos es necesario asistir previamente a las capacitaciones e iniciar la aplicación de políticas ambientales y laborales como demostración de la aceptación del cambio con visión socialmente responsable. Siendo este proceso totalmente gratuito con visión retributiva para la sociedad.

Los programas y proyectos que se incluye, son:

- ✓ Programa de fortalecimiento de las pymes: En el cual se incluirá la creación de un portafolio de productos socialmente responsables, sistemas de información que demuestren una lista actualizada de mercados sustentables y programas de emprendimientos.
- ✓ Programa de promoción de las exportaciones: el cual se incluirá la facilitación de los trámites aduaneros, asistencia técnica y asesoría en temas de internacionalización.
- ✓ Entre otros programas que se pueden incluir con el tiempo.

Facilitar la obtención de la Certificación ISO 26000: En la encuesta y entrevista, se identificó la necesidad de informar e incentivar la obtención de la ISO 26000 y para esto se debe seguir los siguientes pasos:

Tabla 48

Pasos para obtener la certificación ISO 26000

Paso	Argumento
1	Evaluar, incentivar y controlar el cumplimiento de los principios de RSE
2	Generar una cultura socialmente responsable dentro de la empresa con ayuda de un análisis del entorno interno y externo de la organización.
3	Desarrollar y fortalecer las relaciones ente la empresa y los grupos de interés
4	Identificar el alcance de los programas de responsabilidad social en el que la empresa se desea enfocar, los cuales pueden ser: respeto al recurso humano, prácticas laborales, respeto al ambiente, gestión de la calidad, fidelización de los clientes y el desarrollo de la comunidad.
5	Implementar los principios de la ISO 26000 con programas de RSE en las políticas de la empresa, sistema de gestión y estructura de la organización.

Elaborado por: Los autores

En este punto se debe incluir la creación de un código de ética y canal de comunicación para que apoye la implementación de la ISO 26000. Estas acciones son responsabilidad de la empresa y necesita del apoyo estatal para que asesore en los temas relacionados.

Evaluación de los resultados de la propuesta: Es evidente que el control de la propuesta es importante, ya que esta nos proporcionara el porcentaje de satisfacción que tiene el plan estratégico con enfoques en la Responsabilidad para poder tomar decisiones claras y en futuro llegar a una expansión del sector.

Diagrama de GANTT									
¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuánto?	¿Cuándo?					
Actividades	Operatividad	Responsable	Presupuesto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Alianza estratégica	Encontrar las empresas, asociaciones, instituciones, etc necesarias para realizar la alianza estratégica	Responsable de la organización	\$ 200,00	■					
	Evaluar la factibilidad de la alianza estratégica.	Responsable de la organización							
	Formalización de la alianza estratégica.	Responsable de la organización							
Capacitaciones	Generalidades de la Responsabilidad Social Empresarial	CERES	\$ 300,00	■	■	■	■	■	
	Normas de calidad	INEN							
	Programas financieros	Empresas transnacionales y entidades financieras							
	Desarrollo productivo	Agrocalidad							
	Certificación ISO 26000	CERES							
	Mercados y productos sustentables	PROECUADOR							
Programas de exportación	Ministerio de Comercio Exterior								
Incentivar políticas ambientales y laborales	Evaluación del entorno interno y externo de la empresa.	Responsable de la organización	\$ 400,00	■	■	■	■	■	■
	Sensibilización de las nuevas políticas ambientales y laborales con todos los integrantes de la empresa	Responsable de la organización							
	Recibir e implementar sugerencias sobre las políticas que se desean implementar.	Responsable de la organización							
	Concretar las políticas ambientales y laborales de la empresa.	Responsable de la organización							
	Implementar las políticas ambientales y laborales en las áreas correspondientes.	Responsable de la organización							
Evaluación de los resultados de la propuesta	Evaluación de los programas ambientales y sociales que contiene la empresa.	Instituciones encargadas de la auditoría ambiental y social.	\$ 100,00	■	■	■	■	■	■
	Evaluación de los principios de responsabilidad social empresarial (ISO 26000)	CERES							
	Evaluación de la calidad productiva	Agrocalidad							
	Evaluación del ambiente comunitario	La comunidad							
			\$ 1.000,00						

Figura 35 Diagrama de GANTT

Elaborado por: Los autores

2 Conclusión

Al finalizar la presente investigación se puede concluir que mediante el análisis de la existencia y el desarrollo de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial se detectó que son mínimas las Pymes productoras de piña que consideran implementar la responsabilidad social empresarial sin embargo la mayoría de estas no tienen una definición apropiada del tema mientras que por el lado de las empresas exportadoras de piña en su totalidad aplican programas de responsabilidad social pero pocos son los beneficiarios de la ISO 26000 por diferentes factores.

Se estudió el grado de interés sobre la Responsabilidad Social Empresarial en la planificación estratégica la cual se observó que Las Pymes productoras de piñas poseen gran interés en la aplicación de responsabilidad social en sus actividades sin embargo son conscientes que por insuficiente información y recursos limitados no se ha implementado como estrategia comercial , por el lado de los exportadores su grado de interés es alto pero a pesar de su entusiasmo evidencian que existen insuficiente apoyo estatal que pueda fomentar y generar facilidades para la obtención de dicha certificación.

La investigación permitió determinar los beneficios que generan las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para las empresas involucradas en la producción y comercialización de piña la cual permitiría Penetrar nuevos mercados generando un Mejoramiento económico al país gestionando un gran apoyo social originando una atracción comercial de nuevos mercados consumidores de la piña ecuatoriana.

Finalmente el proyecto de investigación concluye en el planteamiento de un plan estratégico para la implementación de los principios de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes productoras y exportadoras de piña originando el vínculo empresa, estado y academia, así como su intervención con los grupos de interés.

3 Recomendación

Es necesario que por parte de los entes indicados se pueda generar una mayor sociabilización de temas y programas de responsabilidad social, desde el pequeño productor hasta el grande empresario involucrados en la comercialización de la piña , así como generar banco de ideas de nuevos programas que pueden ser gestionado por la academia o Alma Mater originando nuevas la formas interacción entre los participantes involucrados.

Se recomienda instruir a los pequeños productores acerca de las oportunidades de negocios que existen internacionalmente originando un enfoque comercial mayor y fomento a la implementación de programas de responsabilidad social, por consiguiente las exportadoras elevarían su interés de trabajar con mayor cantidad de Pymes altamente responsables.

Se estima aplicar un estratégico para la implementación de los principios de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes productoras y exportadoras de piña para la cual se recomienda dar prioridad a los pequeños productores siendo el principal componente de la cadena de valor de la negociación comercial, así como estimar los programas sociales dirigidos esencialmente a la comunidad allegada a ellos.

Finalmente Se recomienda al estado regularizar medidas de competencia interna de los pequeños productores nacionales con las empresas multinacionales comercializadoras de piña que minimizan la oportunidad de establecer su marca en nuevos mercados.

4 Apéndice

Apéndice A: Formato de Encuesta



Encuesta sobre evaluación de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador

La siguiente encuesta está enfocada en las Pymes productoras de piña de la zona 5 del Ecuador, la misma que servirá como instrumento de investigación para optar por el título de ingeniería en comercio exterior, se solicita contestar de manera breve y precisa. Además, las respuestas se registrarán de forma anónima.

Objetivo General: Evaluar las estrategias de responsabilidad social empresarial en las Pymes de la Zona 5 del Ecuador.

Responsabilidad Social Empresarial: Es un instrumento de gestión empresarial con un enfoque alternativo de negocios de una organización, que considera los aspectos económicos, sociales y ambientales, así como la vinculación que tienen las empresas con su entorno, es decir su grupo de interés.

Ejemplos

¿El cuidado del medio ambiente previene futuras consecuencias climáticas?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	X

SI	X
NO	

Instrucciones: Por favor, no dejar espacios en blanco y llenar con profesionalismo la encuesta. Gracias por su colaboración, solo ocupará 10 minutos de su tiempo.



1.- ¿La empresa implementa estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?

SI	
NO	

2.- ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial basados en los principios de la ISO 26000?

SI	
NO	

3.- ¿Considera usted que la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial permite aprovechar la demanda internacional de la Piña?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

4.- Según su criterio, ¿La diferenciación de la producción y gestión de la organización con lineamientos sostenibles fortalecen la imagen internacional que refleja las Pymes?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

5.- Cree usted, ¿La obtención de certificaciones internacionales que reflejan valores sostenibles incrementa la competitividad de las Pymes?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	



6.- Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas que tienen las pymes al momento de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?

Limitada información sobre el tema	
Recursos limitados	
Aproyo Estatal	
Voluntariedad de la Norma	
Otros	

7.- Según su criterio, ¿El manejo ético y responsable de los reportes financieros generan la fidelidad de los clientes?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

8.- Según su criterio, ¿La empresa aplica principios de RSE para los grupos de interés (clientes, empleados, medio ambiente, proveedores) para obtener valores sostenibles en sus actividades?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

9.- ¿Considera usted que la implementación de programas ambientales y sociales mejoraría la calidad de la producción con proyección a mercados internacionales?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	



10.- ¿Cree usted que la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial debería tener una base legal obligatoria?

Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	
Indeciso	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

Apéndice B: Formato de entrevista para el Sector Privado



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



**Entrevista sobre evaluación de las estrategias de Responsabilidad Social
Empresarial de las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador.**

Instrucciones: Se le solicita 15 minutos de su tiempo para responder la siguiente entrevista, que será realizada con el objetivo de recopilar información para el trabajo de titulación. Muchas Gracias por su Colaboración.

Dirigida a: Sector Privado

1. **Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?**
2. **¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?**
3. **¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?**
4. **¿Cuál cree usted que son los principales problemas para que las Pymes incluyan en sus estrategias empresariales a la Responsabilidad Social?**
5. **¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Pymes para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable?**
6. **¿Considera usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?**
7. **¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en políticas empresariales?**

Apéndice C: Formato de entrevista para la Universidad



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**



**Entrevista sobre evaluación de las estrategias de Responsabilidad Social
Empresarial de las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador.**

Instrucciones: Se le solicita 15 minutos de su tiempo para responder la siguiente entrevista, que será realizada con el objetivo de recopilar información para el trabajo de titulación. Muchas Gracias por su Colaboración.

Dirigida a: La Universidad

1. Según sus estudios, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?
2. Según los resultados de sus investigaciones, ¿Cuál es la importancia de incluir a la responsabilidad social en la planeación estratégica de una empresa?
3. ¿Qué programa de Responsabilidad Social Empresarial implementan generalmente las Pequeñas y Medianas Empresas para aumentar su competitividad?
4. Según sus estudios, ¿Cuáles son los principales problemas que tienen Pymes al momento de incluir a la Responsabilidad Social en sus estrategias empresariales?
5. ¿Qué acciones o proyectos han emprendido las Universidades para fomentar la cultura empresarial socialmente responsable en las pymes?
6. ¿Cree usted que el cumplimiento de la ISO 26000 sobre la responsabilidad social empresarial facilita la internacionalización de las Pymes?
7. ¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial debe ser obligatoria e incluida en programas académicos?

Apéndice D: Formato de entrevista para el Sector Público



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



**Entrevista sobre evaluación de las estrategias de Responsabilidad Social
Empresarial de las Pymes productoras de Piña de la Zona 5 del Ecuador.**

Instrucciones: Se le solicita 15 minutos de su tiempo para responder la siguiente entrevista, que será realizada con el objetivo de recopilar información para el trabajo de titulación. Muchas Gracias por su Colaboración.

Dirigida a: Sector Público

1. Según su experiencia, ¿Cuál es el significado de Responsabilidad Social Empresarial?
2. ¿Cuál es el grado de importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial para el Estado?
3. ¿Usted Considera que existe el respaldo y la viabilidad por parte del estado para que las empresas promuevan proyectos de Responsabilidad Social Empresarial?
4. ¿Qué programa o proyectos está fomentando el Estado para incentivar la implementan de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes?
5. ¿Considera necesario que la norma de Responsabilidad Social Empresarial deba ser obligatoria e incluida en políticas públicas?

Apéndice E: Foto evidencia de la Encuesta en el mercado de la Piña de Milagro



Apéndice F: Foto evidencia de las entrevistas a los exportadores

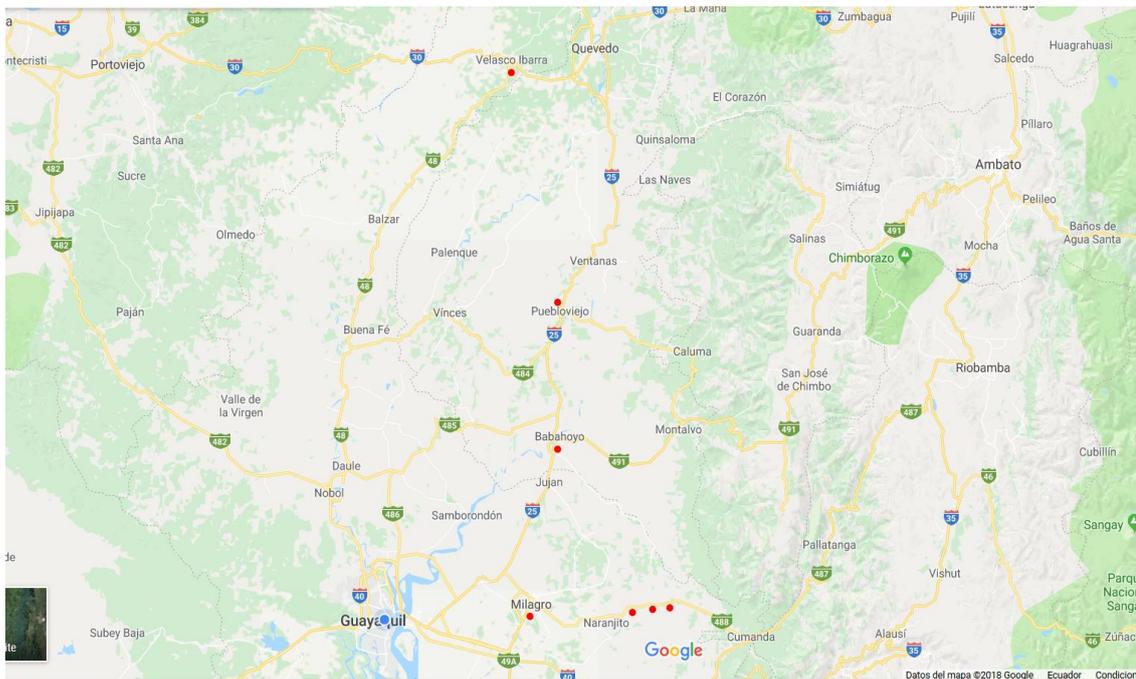


Apéndice G: Foto evidencia de la recolección de información en el MAGAP de Babahoyo



Apéndice H: Foto Evidencia de la recopilación de información en el Empalme



Apéndice I: Ubicación de la Muestra (Babahoyo, Milagro, Naranjito, El empalme)**Apéndice J Plantaciones de Piña en El Empalme**

Apéndice K: Reseña de los expertos encargados de la validación de los instrumentos metodológicos.

ASENCIO CRISTOBAL LUIS ROBERTO ECON., MSC



Asencio Cristóbal Luis Roberto, con cedula de ciudadanía 0915338255, nació el 17 de Abril de 1974 realizo sus estudios de Pregrado en la Universidad de Guayaquil obteniendo el títulos de Economista y sus Posgrado los realizo en la misma institución obteniendo los títulos de Magister En Negocios Internacionales Y Gestión De Comercio Exterior, Magister En Diseño Curricular, Diploma Superior En Economía Internacional , Diploma Superior En Gestión Empresarial Internacional, Diploma Superior En Economía Del Ecuador Y Del Mundo, Diploma Superior En Diseño Curricular Por Competencias.

MATA VILLAGÓMEZ MARIO WILFRIDO ING., MBA



Mario Wilfrido Mata Villagómez con Cedula de ciudadanía 0916905854, posee el título de Posgrado como Magister En Administración De Empresas con Mención En Marketing, Actualmente cumple el rol de Gerente General de Industrias Conserveras Guayas y se desempeña como docente en la Universidad de Guayaquil en la Carrera de Comercio Exterior.

CRISTIAN ESTEBAN CORREA MORAN ING., MAE

Cristian Esteban Correa Moran de nacionalidad ecuatoriana con Cedula de identidad 0917680779 nació el 14 de octubre de 1977 realizo sus estudios de Pregrado en la Escuela Politécnica del Litoral obteniendo el títulos de Ingeniero en Computación y su Posgrado lo realizo en la misma institución obteniendo el título de Master en Administración de Empresas.

Apéndice L: Reseña de los expertos encargados de la validación de los instrumentos metodológicos.

ING. COM. EXT. MARGARITA ESPINOZA



Margarita Denisse Ávila Pita, con cédula de ciudadanía 094097474-4, nació en la Ciudad de Guayaquil-Ecuador es Ingeniera en Comercio Exterior graduada en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. Ha realizado Investigaciones sobre Responsabilidad Social Universitaria, Responsabilidad Social Organizacional, Emprendimiento en las Universidades, Negocios Internacionales y Solución de Conflicto.

SEGUNDO VILEMA ESCUDERO ECON., MCC



Segundo Vilema Escudero de nacionalidad ecuatoriana y con cédula de ciudadanía 060316539-0 es Magister en Cambio Climático título que obtuvo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral además es Magister en Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de Integración de la Universidad de Buenos Aires, economista con mención en Gestión Empresarial, posee una especialización en Gestión Pública de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

5 Referencias

- Acuña, A. (2012). La Gestión de los Stakeholders Analisis de los diferentes modelos. Recuperado a partir de http://www.academia.edu/28407734/La_Gestion_de_los_Stakeholders_Analisis_de_los_diferentes_modelos
- Alan Errol Rozas Flores. (2009). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS, *16*(32), 121-133.
- Alvarado Herrera, A., & Schlesinger Díaz, M. W. (2008). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *Estudios Gerenciales*, *24*(108), 37-59. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70043-3)
- Armijo, M. (2009). Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Recuperado a partir de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf
- Artola Jarrín, C. L. (2011). Estudio de factibilidad para la implementación de un ERP como software como servicio para la fuerza de ventas de una PYME. Recuperado a partir de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/7724/1/CD-3681.pdf>
- Batidas, A. L., & Machado Herandez, T. (2007). [INVESTIGATIVA]. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/alb.htm>
- Briones, K. V., Torres, B. C., Rojas, D. S., Jimenez, C. J., & Avila, P. M. (2017). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector de Confecciones Pymes de Guayaquil. *Revista ESPACIOS*, *38*(31). Recuperado a partir de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n31/17383109.html>

- Campos González, F. (2014). Aplicación de un sistema de planificación estratégica y control de gestión en una organización sin fines de lucro caso ONG psicólogos voluntarios. Universidad de Chile. Recuperado a partir de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117539/Tesis%2023082014%20Fabi%C3%A1n%20Campos.pdf?sequence=1>
- Características de la planificación estratégica - Libro Gratis. (s. f.). Recuperado 20 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1236/caracteristicas-planificacion-estrategica.html>
- Cardozo, E., Velasquez de Naime, & Rodriguez Monrroy. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte, 8.
- CERES. (2008). *El ABC de la Responsabilidad Social (RSE)* (Mantis Comunicación). Quito: Mantis Comunicación. Recuperado a partir de http://www.redceres.org/Recursos/ABC_final.pdf
- Chávez Becker, C., & Patraca Dibildox, V. (2011). *Argumentos (México, D.F.)*, 24(65), 229-259.
- COPCI. (2010). CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONE S. Recuperado a partir de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Córdoba, S. O. (2017). La comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial. *Correspondencias & análisis*, (1), 137-156.
- Cruz Del Carmen. (2017). Generalidades de las PYMES. Recuperado a partir de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17722/capitulo2.pdf>

- Cruz Del Carmen, & Monroy Méndez. (2017). *Generalidades de las PYMES*. Universidad de Mexico, Mexico. Recuperado a partir de <http://www.bidi.uson.mx/TesisIndice.aspx?tesis=17722>
- DESUR. (s. f.). Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones | Biblioteca Virtual RS. Recuperado 15 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.bibliotecavirtual.info/2016/01/responsabilidad-social-empresarial-buenas-practicas-y-recomendaciones/>
- Dunn Cornejo, M. E. (2015). Analisis de la competitividad en la exportación de la piña del Ecuador hacia españa y su incidencia en la apertura de Mercados. Recuperado a partir de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8805/1/UPS-QT06550.pdf>
- Ecuador, A. H. K. (2016). Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado 12 de noviembre de 2017, a partir de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>
- EKOS. (2012). Responsabilidad Social en Ecuador -. Recuperado 15 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=906>
- Enroke. (2016). [Enroke]. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-%20pymes>
- Flores Jimenez, R., Hernández Ortiz, I., & Flores Jimenez, I. (2015). PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LAS PYMES E IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN. Recuperado a partir de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdminEst/Ruth_Flores/caracterizacion_gral_pymes.pdf

- Flores, M. C., Rodríguez, C. H., & Chávez, R. M. A. (2016). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: LA IMPORTANCIA DE LA VINCULACIÓN DE LA EMPRESA CON LA SOCIEDAD PARA GENERAR VENTAJA COMPETITIVA. *Ciencia Administrativa*, 0(1), 216-225.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71.
<https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Glosario. (2007). Definición de Sustentabilidad - Diccionario de Medio ambiente acuático - Glosario. Recuperado 16 de noviembre de 2017, a partir de <http://ciencia.glosario.net/medio-ambiente-acuatico/sustentabilidad-10458.html>
- Gualotuña Reimundo, M. E. (2011). ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO Y SU APERTURA A MERCADOS INTERNACIONALES EN EL PERÍODO. Recuperado a partir de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
- Herrera García. (2011). Análsis Estructural de las mypes y pymes. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 18(35), 69-89.
- Hurtado Carrasco, A., Velásquez Flores, C., & Martínez, J. J. (2016). Responsabilidad social empresarial en el sector cerámico. La gestión de la RSE como medio de maximización de la productividad y rentabilidad en las empresas certificadas con ISO 9001 y Basc. Análisis de una empresa local durante el período 2015-2016 Caso: Cerámica Lima S.A. - CELIMA. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Recuperado a partir de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/621484>

- Hurtado Riateguá, G., Mónica Duque, N., & Mora, J. (2017). Estudio del clúster de Restrepo, hacia la competitividad y la responsabilidad social empresarial. Recuperado a partir de <https://alejandria.poligran.edu.co:80/handle/10823/589>
- Idealberto Chiavenato. (s. f.). *Administración, proceso administrativo*.
- IESE business School. (2010). IESE Business School: MBAs & Executive Education – 1a escuela de negocios del mundo en Executive Education, Financial Times 2017. Recuperado 15 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.iese.edu/es/index-default.html>
- INEC. (2014a). Directori de Empresas y Establecimientos 2014. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- INEC. (2014b). Directori de Empresas y Establecimientos 2014. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- ISO. (2010a). ISO 26000:2010(es), Guía de responsabilidad social. Recuperado 15 de noviembre de 2017, a partir de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- ISO. (2010b). Social responsibility - Discovering ISO 26000. Recuperado 15 de noviembre de 2017, a partir de <https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>
- Jaramillo, C., & Guillermo, J. (2007). EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y

- BALANCE SOCIAL. *Semestre Económico*, 10(20). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=165013675005>
- Juangil. (2011, septiembre 29). IEDGE – Beneficios de planificación estratégica. Recuperado 20 de noviembre de 2017, a partir de [/juan-gil-beneficios-de-planificacion-estrategica](#)
- La importancia global de las Pymes. (2013, octubre 10). Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <https://news.sap.com/latinamerica/2013/10/10/importancia-global-pymes/>
- Lima Bandeira Mariana, & López Parra Marcelo. (2012). *Consultoría para el levantamiento de información transversal sobre la Responsabilidad Social en el Ecuador - Buscar con Google*. CODESPA. Recuperado a partir de https://www.google.com/search?q=Consultor%C3%ADa+para+el+levantamiento+de+informaci%C3%B3n+transversal+sobre+la+Responsabilidad+Social+en+el+Ecuador&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&dcr=0&ei=t4sIW06KL4HG-AWhhIHABA
- Lopez Parra, M. E. (2013). La planeación estratégica Un pilar de la gestión empresarial. *ITSON*. Recuperado a partir de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/81/Pacioli-81.pdf>
- Lozada. (2016). PLANIFICACION ESTRATEGICA, CARACTERISTICAS DE LA PLANIFICACION. Recuperado 20 de noviembre de 2017, a partir de <http://goyoplan701.blogspot.com/2010/06/caracteristicas-de-la-planificacion.html>
- Martínez, G., & Solanas. (2016). La importancia de las PYMES en una economía saludable. Recuperado 19 de noviembre de 2017, a partir de

<https://democraciaparticipativa.net/economia-society/perspectiva-economica-solana/10593-la-importancia-de-las-pymes-en-una-economia-saludable.html>

Miguel A. Romero. (2010). NUEVA NORMA ISO 26000:2010 RESPONSABILIDAD SOCIAL. Recuperado a partir de <https://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

Molina, E. C., Córdova, J. D., Meza, E. Z., & López, P. P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(18), 23-44.

Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Villalta, M. (2016). Stakeholders, responsabilidad social en ecuador Stakeholders, social responsibility in ecuador. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 3(2), 21-30.
<https://doi.org/10.26423/rctu.v3i2.147>

Nieto, U., & Carmen, M. D. (2016). Análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de INDURAMA en la ciudad de Cuenca. Recuperado a partir de <http://dspace.uazuay.edu.ec:8080/handle/datos/5786>

Olivo, T., & Estefanía, M. (2014). ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ECUADOR Y SU INTERACCIÓN CON LOS STAKEHOLDERS. Recuperado a partir de <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/753>

OMPI, IFIA, & AAI. (2000). Pequeñas y Medianas Empresas(PYMES), Innovación y Propiedad Intelectual. Oficina Internacional OMPI. Recuperado a partir de http://www.wipo.int/edocs/mdocs/innovation/es/wipo_ifia_bue_00/wipo_ifia_bue_00_6.doc

- Pablo Orlandi. (2016a). Las pymes y su rol en el comercio internacional. Centro de Estudios De Desarrollo Exportador. Recuperado a partir de http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf
- Pablo Orlandi. (2016b). LAS PYMES Y SU ROL EN EL COMERCIO INTERNACIONAL. Centro de Estudios De Desarrollo Exportador. Recuperado a partir de http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf
- Perspectiva, R. (s. f.). Análisis y Ranking de PyMES. Recuperado 19 de noviembre de 2017, a partir de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/138-febrero-2006/736-analisis-y-ranking-de-pymes>
- Pimentel Villalaz, L. (1999). Introducción al concepto de planificación estratégica. Recuperado a partir de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf
- Pinto Mena, M. B. (s. f.-a). El cultivo de la Piña y el clima en el Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/meteorologia/articulos/agrometeorologia/EI%20%20cultivo%20de%20la%20pi%C3%B1a%20y%20el%20clima%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Pinto Mena, M. B. (s. f.-b). El cultivo de la Piña y el clima en el Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/meteorologia/articulos/agrometeorologia/EI%20%20cultivo%20de%20la%20pi%C3%B1a%20y%20el%20clima%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Planeación Estratégica. (2016). Recuperado 20 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.zonaeconomica.com/planeacion-estrategica>

- Porras Cárdenas, D. J. (2016). Importancia de las pymes en la economía • El Nuevo Diario [noticias]. Recuperado 19 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/392282-importancia-pymes-economia/>
- Prieto, S., & Alejandro, D. (2017). Responsabilidad social empresarial. *instname:Universidad Santo Tomás*. Recuperado a partir de <http://repository.usta.edu.co/handle/11634/2668>
- PRO ECUADOR. (2012). Piña – Mundo | PRO ECUADOR. Recuperado 20 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/pina-mundo/>
- Publicaciones de Inversión Pública 2014 | Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s. f.). Recuperado 16 de noviembre de 2017, a partir de http://www.planificacion.gob.ec/publicaciones-de-inversion-publica-2014_b/
- Puerto Díaz, L. (2014). Ensayo Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado a partir de <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/12019>
- R. Edward Freeman. (2010). *Strategic management stakeholder approach / Responsible and ethical business*. Recuperado a partir de <http://www.cambridge.org/ec/academic/subjects/management/business-ethics/strategic-management-stakeholder-approach>
- Ramírez, J. J. M., & Sánchez, T. B. (2005). Planeación estratégica: técnica gerencial aplicada en la administración pública. *Quivera*, 7(2), 160-178.
- ResvistaEkos. (s. f.). Pymes en el Ecuador: No paran de evolucionar -. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=9813>
- Romero Luna. (2009). Pymes y cadenas de valor globales. Implicaciones para la política industrial en las economías en desarrollo, *XXIV*(54), 18.

- Rumbea, M. (2009a). Analisis de competencias y habilidades para que un usuario utilice herramientas de inteligencia de negocios en la Pymes del Ecuador. Recuperado a partir de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7537/2/___Tesis%20Karina%20Marchan.pdf
- Rumbea, M. (2009b). Analisis de competencias y habilidades para que un usuario utilice herramientas de inteligencia de negocios en la Pymes del Ecuador. Recuperado a partir de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7537/2/___Tesis%20Karina%20Marchan.pdf
- Salazar, A. L. (2005). La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica. *EconoQuantum*, 2(1), 141-164.
- Soto, B. (2017). Que son las PYMES - Gestion.Org. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <https://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/6001/que-son-las-pymes/#>
- SRI. (s. f.). Pymes - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. Recuperado 17 de noviembre de 2017, a partir de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>
- Superintendencia de Compañías. (2011). Resolución SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.01. Recuperado a partir de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niiif/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf
- Trademap. (2016). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Recuperado a partir de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||0804||4|1|1|2|1|1|2|1|1

- Valle, S. S. del. (2011). La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión empresarial*, 9(2), 6-15.
- Vasco Intriago Cristina Elizabeth. (2015). Las ventajas competitivas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Comercial Arte Baño del cantón Ambato.
Recuperado a partir de
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/17498>
- Yarbredy Vásquez, & Arredondo Cervantes, L. (2014). Importancia de las Pymes en el Mundo Recomendaciones para Cuba. *Revista Cuba Económica Internacional*, (3). Recuperado a partir de
http://www.academia.edu/12205576/Importancia_de_las_PyMEs_en_el_mundo._Recomendaciones_para_Cuba
- Yolanda Lorena Paredes Andrade, Noyla Machado Noa, & Carlos Aníbal Manosalvas Vaca. (2016). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES DE ALOJAMIENTO.
Recuperado a partir de
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/alojamiento.html>
- Zaragoza. (2010). Planificación estratégica y despliegue de objetivos. Recuperado a partir de <http://www.conectapyme.com/efqm/catmodulo2.pdf>