



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
DEL SECTOR CONFECCIONES, PYMES DE GUAYAQUIL”**

AUTOR:

JIMENEZ CHALEN JORDY OSWALDO

TUTOR:

ING. IND. VÍCTOR HUGO BRIONES KUSACTAY, MBA., MCID

GUAYAQUIL, DICIEMBRE 2016

Repositorio nacional en ciencia y tecnología		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TITULO Y SUBTITULO: Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del sector confecciones, pymes de Guayaquil.		
AUTOR/ES: Jimenez Chalen Jordy Oswaldo	EXAMINADORES: Ing. Mario Mata Villagómez, MBA. Ing. José Luis Romero Villagrán, MSc.	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil.	FACULTAD: Facultad de Ciencias Administrativas	
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGES: 100	
ÁREAS TEMÁTICAS:		
PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social empresarial, gestión estratégica, confecciones, PYMES.		
RESUMEN: La responsabilidad social empresarial RSE, es una herramienta de gestión estratégica que permite a los dueños de las empresas, accionistas y directivos en proponer nuevos caminos de gestión para maximizar sus ingresos, la RSE se refiere a la capacidad de la empresa u organización en demostrar los valores y principios que tiene esta con la sociedad, en donde convergen temas económicos, sociales y ambientales como principales pilares. Las PYMES que se dedican a la confecciones de textiles no tienen conocimiento en su mayoría a nivel nacional en aplicar instrumentos de responsabilidad social empresarial, la RSE es un tema relativamente nuevo aún para las empresas ecuatorianas, sin embargo, con la capacidad y velocidad que se mueven las empresas a través de sus directivos en el entorno cambiante globalizado, se ven indicios de implementaciones de responsabilidad social a través de asociaciones u organizaciones sin fines de lucro en prestar asesorías para su realización, es así que, en la presente investigación se mencionarán el grado de influencia de las PYMES de confección en la ciudad de Guayaquil y los posibles efectos de implementación de principios éticos, transparentes hacia su entorno, siempre y cuando cumpliendo con las normas establecidas a nivel nacional o en cuyo caso, siguiendo normativas internacionales. Un plan estratégico de RSE puede ser tomado como una fuente de ingreso para las empresas, ya que el mercado internacional es demandante de productos amigables con el medio ambiente ya que se contribuye a fomentar el desarrollo sostenible. Palabras claves: responsabilidad social empresarial, gestión estratégica, principios, confecciones, PYMES.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	☐ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: Jimenez Chalen Jordy Oswaldo	Teléfono: 0995594854	E-mail: Jordy.jimenezch@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: Secretaría de la Facultad	
	Teléfono: (04) 2596830	
	E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec	

Certificado Sistema Anti plagio

The screenshot displays the URKUND web interface. The top navigation bar includes links for 'Iniciar sesión', 'Google', 'YouTube', and email accounts. The main content area shows the document 'TESIS-RSE CONFECCIONES JORDY JIMENEZ.docx' (ID: D24391167) presented on 2016-12-15 17:11 (-05:00) by 'jardy.jimenez@gmail.com'. The recipient is 'wilson.molinach.ug@analysis.urkund.com'. A message indicates that 8% of the document's text is present in 10 sources. A list of sources is provided on the right, including 'grupo#1.471.docx', 'tesis 06-04-2015.docx', 'http://www.redalyc.org/html/1995/199524700002/index.html', 'PROYECTO FREDDY AIMARA.docx', 'tesis 24-03-2015.docx', 'MARIA EMILIA SALAN BARRENO.docx', and 'Los objetivos que estu00E1n establecidos en el plan nacional del buen vivir 2013.docx'. The bottom section shows a snippet of text from the document, discussing 'Responsabilidad Social Empresarial' and 'la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas'.

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

Registro Senescyt 1050-05-582381

Certificado del tutor

Habiendo sido nombrado como Tutor de Titulación, como requisito para optar por el Título de Ingeniería en Comercio Exterior presentado por el estudiante:

Jiménez Chalen Jordy Oswaldo C.C 0931117626.

TEMA: “ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR CONFECCIONES PYMES DE GUAYAQUIL.”

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes la estructura metodológica del Trabajo de Titulación ya que es la adecuada y cumple los requisitos que determina la investigación científica, lo cual constituye un aporte a la investigación sobre el Comercio Exterior y se encuentra acorde a los parámetros adecuados en sus conclusiones y recomendaciones por, lo tanto se encuentra apto para la sustentación.

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

Registro Senescyt 1050-05-582381

Declaración de autoría de trabajo de titulación

Yo, **Jordy Oswaldo Jimenez Chalen** con C.C.: 0931117626, declaro que el proyecto denominado:

“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del sector confecciones PYMES de Guayaquil.”

Se ha desarrollado de manera íntegra, respetando derechos intelectuales de las personas que han desarrollado conceptos mediante las citas en las cuales indican la autoría, y cuyos datos se detallan de manera más completa en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, autenticidad y alcance del presente proyecto.

Jordy Oswaldo Jimenez Chalen

C.C.: 0931117626

Renuncia de derechos de autor

En la presente certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación son de absoluta propiedad y responsabilidad del Sr. Jordy Oswaldo Jimenez Chalen, cuyo tema es el siguiente:

“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del sector confecciones PYMES de Guayaquil.”

Derechos a los que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Jordy Oswaldo Jimenez Chalen

C.C.: 0931117626

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación se lo dedico a Dios que es un pilar fundamental en mi vida que me brindo fortaleza para no desistir a mis aspiraciones a mis sueño.

A mis padres por su apoyo incondicional sus acertados consejos y su compañía.

A mis hermanas a mis sobrinos y a mi familia en general.

Agradecimientos

Definitivamente a Dios por ser la guía espiritual que tuve al momento de hacer el presente trabajo de titulación para obtener el título de ingeniero en comercio exterior.

A mi tutor Ing. Víctor Hugo Briones por la guía brindada para poder culminar con éxito.

Al Ing. Rafael Apolinario, Ing. Mario Mata por los consejos brindados la guía durante toda la carrera universitaria que fueron forjando hasta llegar a la meta.

A las empresas que dieron apertura para poder realizar la investigación de campo.

A todas las personas en general que hicieron posible poder concluir con el presente trabajo de titulación

Resumen

La responsabilidad social empresarial RSE, es una herramienta de gestión estratégica que permite a los dueños de las empresas, accionistas y directivos en proponer nuevos caminos de gestión para maximizar sus ingresos, la RSE se refiere a la capacidad de la empresa u organización en demostrar los valores y principios que tiene esta con la sociedad, en donde convergen temas económicos, sociales y ambientales como principales pilares. Las PYMES que se dedican a la confecciones de textiles no tienen conocimiento en su mayoría a nivel nacional en aplicar instrumentos de responsabilidad social empresarial, la RSE es un tema relativamente nuevo aún para las empresas ecuatorianas, sin embargo, con la capacidad y velocidad que se mueven las empresas a través de sus directivos en el entorno cambiante globalizado, se ven indicios de implementaciones de responsabilidad social a través de asociaciones u organizaciones sin fines de lucro en prestar asesorías para su realización, es así que, en la presente investigación se mencionarán el grado de influencia de las PYMES de confección en la ciudad de Guayaquil y los posibles efectos de implementación de principios éticos, transparentes hacia su entorno, siempre y cuando cumpliendo con las normas establecidas a nivel nacional o en cuyo caso, siguiendo normativas internacionales. Un plan estratégico de RSE puede ser tomado como una fuente de ingreso para las empresas, ya que el mercado internacional es demandante de productos amigables con el medio ambiente ya que se contribuye a fomentar el desarrollo sostenible.

Palabras claves: responsabilidad social empresarial, gestión estratégica, principios, confecciones, PYMES.

Abstract

Corporate Social Responsibility CSR is a strategic management tool that allows owners of companies, shareholders and managers to propose new ways of management to maximize their income, CSR refers to the ability of the company or organization to demonstrate the values that they have with society, where economic, social and environmental issues converge as main pillars. At national level SMEs engaged in the manufacture of textiles do not have enough knowledge in applying instruments of corporate social responsibility, CSR is relatively a new topic for Ecuadorian companies, however, with the capacity and speed that Companies move through their managers in the globalized changing environment, there are indications of social responsibility implementations through associations or non-profit organizations to provide advice for their realization, so, in this research will mention the Degree of influence of clothing SMEs in the city of Guayaquil and the possible effects of implementing ethical principles, transparent to their environment, provided they comply with the norms established at national level or in which case, according to international regulations. A strategic CSR plan could be taken as an income fund for companies, due to international markets are demanding of environmentally friendly products to contribute to promoting sustainable development.

Keyword: corporate social responsibility, strategic management, beginning, Confections PYMES

Índice general

Portada.....	I
Ficha Repositorio Ciencias y Tecnologías	II
Certificado Sistema Anti plagio	III
Certificado del tutor	IV
Declaración de autoría de trabajo de titulación.....	V
Renuncia de derechos de autor.....	VI
Dedicatoria	VII
Agradecimientos	VIII
Resumen.....	IX
Abstract	X
Índice general	XI
Índice de tablas.....	XVII
Índice de figuras.....	XVIII
Introducción	1
Antecedentes al problema.....	1
Problema de la investigación.....	2
Formulación y sistematización del problema	4
Formulación del problema.....	4
Sistematización del problema	4
Objetivos.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.	4

Justificación de la investigación.....	5
Justificación Teórica.....	6
Justificación Metodológica.....	6
Justificación Práctica.....	6
Hipótesis y Variables.....	7
Hipótesis General:.....	7
Variables independientes.....	7
Variables dependientes.....	7
Aspectos metodológicos.....	7
Descriptivo.....	7
Explicativos.....	8
Limitaciones.....	8
1. Capítulo I.....	9
1.1 Marco teórico.....	9
1.1.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	9
1.1.1.1 Definición de Responsabilidad Social Empresarial.....	9
1.1.1.2 Grupos de interés (Stakeholders).....	11
1.1.1.3 Principios fundamentales de la Responsabilidad Social.....	14
1.1.1.4 Principios de responsabilidad social empresarial.....	15
1.1.1.5 Materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial.....	16
1.1.1.6 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial.....	18
1.1.1.7 Indicadores de responsabilidad Social Empresarial.....	19
1.1.1.8 Beneficios de ser responsablemente sociales.....	20

1.1.2	Análisis del sector manufacturero textil	22
1.1.2.1	Costo de producción a nivel regional	24
1.1.2.2	PYMES del sector confecciones de Guayaquil.....	26
1.1.2.3	Importancia de las PYMES	29
1.1.3	Mercado de destino: confecciones de ropa con demanda en RSE.....	31
1.1.3.1	Van den Velde.....	31
1.1.3.2	Zona ODS.....	32
1.1.3.3	Mayoral	32
1.1.4	Mecanismos de implementación de comercio exterior.....	33
1.1.4.1	Exporta fácil.....	33
1.1.4.2	Ferias internacionales.....	34
1.2	Marco conceptual	36
1.2.1	Desarrollo sostenible.....	36
1.2.2	Indicador	36
1.2.3	Nivel reactivo.....	36
1.2.4	Planificación	36
1.2.5	Plan estratégico	37
1.2.6	Producto Interno Bruto	37
1.2.7	Responsabilidad social.....	37
1.2.8	Ventaja competitiva	37
1.3	Operacionalización de la variable	38
2.	Capítulo II	39
2.1	Análisis de los resultados	39

2.1.1 Metodología	39
2.2 Diseño de la investigación.....	39
2.2.1 Cualitativa	39
2.2.2 Investigación Exploratoria.	40
2.2.3 Descriptiva.	40
2.4 Enfoque de la investigación.....	40
2.4.1 Diseño de la investigación	40
2.5 Población y muestra.	41
2.5.1 Población finita	41
2.6 Instrumento de la investigación.....	41
2.7 Análisis cuantitativo y cualitativo	43
2.7.1 Encuestas	43
2.7.2 Entrevista	53
2.8 Análisis de la interpretación de los resultados.....	61
2.8.1 Análisis e interpretación de Resultados.	63
2.8.2 Escala 4: Rango Relación	63
2.9 Conclusión.....	65
2.10 Recomendación	66
3. Capítulo III	67
3.1 Propuesta	67
3.1.1 Introducción	67
3.1.2 Justificación.	67
3.1.3 Fundamentación de la propuesta.....	68

3.2 Título.....	69
3.2.1 Situación actual.....	69
3.2.2 Aspectos principales	69
3.2.3 Objetivos.....	69
3.3 Pilares a fortalecer en la empresa	70
3.3.1 Sobre la gobernabilidad de la empresa	71
3.3.1.1 Implementación.....	71
3.3.2 Actividades a efectuar en la empresa para lograr un mayor fortalecimiento y concientización de los clientes internos.....	73
3.3.2.1 Implementación.....	74
3.3.3 Actividades relacionadas a la satisfacción del cliente y consumidor	76
3.3.3.1 Implementación.....	76
3.3.4 Actividades relacionadas a los proveedores de la empresa.	78
3.3.4.1 Implementación.....	78
3.3.5 Relación Empresa y comunidad	79
3.3.5.1 Implementación.....	80
3.4 Cronograma	81
3.5 Análisis financiero.....	85
3.6 Diagrama de Pareto	86
3.7 Conclusiones.....	88
3.8 Recomendaciones	89
Referencias.....	90
Apéndices	96

Encuestas dirigidas a los clientes internos de las PYMES de confecciones	96
Entrevistas	97
Entrevista a sector Privado	97
Entrevistas a sector Público	97
Entrevistas a Docentes	98

Índice de tablas

Tabla 1 Costo de producción a nivel regional.....	24
Tabla 2 Umbrales para considerarse PYMES según Comunidad Andina CAN.....	28
Tabla 3. Empresa debería aplicar normas de RSE	43
Tabla 4. Cumplimiento de políticas	44
Tabla 5. Tratamiento de desperdicios	45
Tabla 6. Programas que disminuyan la huella ecológica	46
Tabla 7. Ambiente laboral entre empleados y directivos	47
Tabla 8. Alineación de los grupos de interés	48
Tabla 9. Implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial	49
Tabla 10. Incentivos para su crecimiento profesional.....	50
Tabla 11. Aplicar RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía.....	51
Tabla 12. Trabajar en una empresa responsablemente sociable.....	52
Tabla 13. Cronograma de actividades.....	81
Tabla 14 Financiamiento de la propuesta.....	85
Tabla 15. Diagrama de Pareto.....	86

Índice de figuras

Figura 1 Beneficios de un compromiso con los grupos de interés.....	13
Figura 2.Materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial.....	16
Figura 3 . Pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial.....	18
Figura 4 Evaluación de profundidad de Responsabilidad Social Empresarial	19
Figura 5.Empresa debería aplicar normas de RSE	43
Figura 6.Cumplimiento de políticas	44
Figura 7. Tratamiento de desperdicios	45
Figura 8. Programas que disminuyan la huella ecológica	46
Figura 9.Ambiente laboral entre empleados y directivos.....	47
Figura 10. Alineación de los grupos de interés	48
Figura 11. Implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.....	49
Figura 12. Incentivos para su crecimiento profesional	50
Figura 13. Aplicar RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía	51
Figura 14. Trabajar en una empresa responsablemente sociable	52
Figura 15 Programa de RSE aplicado a las PYMES de confección.	70
Figura 16 Sobre la gobernabilidad.	72
Figura 17 Plan de Capacitación.....	75
Figura 18 Aspectos esenciales a implementar.....	77
Figura 19 Relación entre empresa y proveedores.	79
Figura 20 Aspectos sobre la empresa – comunidad.	80

Introducción

Antecedentes al problema.

La responsabilidad social tiene sus orígenes en Estados Unidos a raíz de la guerra de Vietnam y otros acontecimientos dados a partir de los años cincuenta, según Friedman (1970) argumentaba que la empresa debía preocuparse por el retorno que se generaba hacia ella, mientras que Anshen en el mismo año exponía que la sociedad y la empresa empezaba a existir un contrato social, ya que la sociedad creía que al trabajar en una determinada empresa o comprar un producto se contribuiría éticamente a ciertas políticas o regímenes políticos económicos censurables (Huamán, 2011).

Es así que en los años ochenta, se introduce el término de “Stakeholders (grupo de interés), como complemento al shareholder (accionista), como único interesado en la empresa”, con el motivo de tomar en cuenta a los grupos de interés como sociedad, trabajadores, clientes y proveedores, el término Stakeholders es introducido mediante argumentaciones de la ya defendida calidad total, ya que señala que la satisfacción del cliente es obtenida mediante el excelente desempeño de los trabajados, proveedores y sociedad, dichos actores son los implícitos en los grupo de interés (Huamán, 2011).

La responsabilidad social no se considera como una ley obligatoria, toma fuerza internacionalmente a través de acuerdos internacionales como la Declaración Universal sobre Bioética y Derechos humanos emitida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Tecnología UNESCO, la RSE es un mecanismo notable y adoptado por empresas que desean emprender o seguir un nuevo modelo de negocio al ya tradicional conocido, presentando una perspectiva distinta, en dónde no predomina el ingreso o la utilidad generada en el año, sino, una redistribución de una pequeña o parte de está a la sociedad.

Las Pequeñas y Medianas Empresas PYMES manufactureras de textil en Guayaquil realizan sus operaciones sin el conocimiento exacto o minucioso sobre la Responsabilidad Social Empresarial, siendo un aporte significativo que genera valor agregado al incorporarlo en sus actividades. Además las fuentes de información son muy escasas en el sector manufacturero de textil, ya que las PYMES no están identificadas mediante algún ministerio o su vez, no tienen un control de información sobre los datos de sus operaciones. Es así que en el presente trabajo, las vicisitudes sobre el tema se mencionaran a continuación.

Problema de la investigación

En la actualidad, Ecuador mediante sus distintos ministerios, instituciones y entidades no disponen con una base sólida, verás y oficial sobre la influencia del sector PYMES manufacturero en la economía ecuatoriana y mucho menos sobre alguna ciudad del estado, lo cual dificulta el análisis o alguno tipo de estudio que se desee llevar a cabo, es por dicha razón que se necesita conocer de manera urgente la evolución del sector y los desenlaces que suscitan entorno al sector.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en la segunda versión del Directorio de Empresas y Establecimiento a nivel nacional la industria manufacturera concentra el 27.4% del total de ventas registradas en el año 2012, significando alrededor de 529.68 millones de dólares. Las PYMES representan alrededor de 9.9% de empresas constituidas en el año 2012 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2014).

Los actores económicos ubicados en la ciudad de Guayaquil, el subsector manufacturero de confecciones de ropa no tienen una asociación o un grupo en dónde converjan sus objetivos o busquen estrategias comunes en pro de sus actividades.

Información oficial sobre el nivel de producción, ingresos, materia prima y los demás componentes que convergen en la cadena de abastecimiento necesarios para elaborar el producto final, no están registrados en la base de datos por los ministerios, lo cual dificulta el análisis de estudio.

Los directivos de las industrias que realizan contratos con las MIPYMES, mencionan que los representantes de estas no entregan un producto con las especificaciones dadas, el porcentaje promedio de calidad radica entre un 10 y 20% de efectividad, es por esta razón, que como salida a dicho problema, las industrias ordenan confeccionar productos con mayores dimensiones para reducir el margen de error, además mencionan que la responsabilidad por parte de los manufactureros es muy escasa a la hora de laborar en la empresa, existen inconvenientes en cuanto a: permanencia del trabajador, compromiso y desempeño.

El término de RSE en el Ecuador es confundido como una forma paternalista, donde la empresa tiene que ceder parte de sus ganancias o rendimiento para poder realizar labores sociales que beneficien a la comunidad, con el transcurso de los años la RSE ha sido tomado en consideración por PYMES, ya que reflejan el nivel de compromiso con la comunidad en donde ejercen sus actividades comerciales con el fin de posicionar su marca y muchos beneficios que ofrece como un valor agregado del producto.

La RSE en el Ecuador no ha sido explorada en su totalidad, de hecho, son pocas PYMES que aplican estrategias de Responsabilidad Social Empresarial debido a su poco conocimiento, asesoramiento y el mal manejo de conceptos o términos ligados con creencias erróneas sobre su aplicación y la forma de verse beneficiada.

Formulación y sistematización del problema

Formulación del problema.

¿Qué grado de responsabilidad social empresarial cumple el sector PYMES confecciones de ropa en la ciudad de Guayaquil con sus Stakeholders?

Sistematización del problema

¿Cuál es la situación actual del sector de confecciones de ropa de las PYMES de Guayaquil?

¿Cuál es la importancia de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cómo afianzar en las PYMES de confecciones la Responsabilidad Social Empresarial?

Objetivos.

Objetivo General.

Analizar la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de confecciones de Guayaquil.

Objetivos Específicos.

Identificar el grado de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de confecciones de la ciudad de Guayaquil.

Mencionar (demostrar) la importancia de implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES.

Diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector confecciones.

Justificación de la investigación

En la actualidad las PYMES del sector confecciones no aplican en su totalidad estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, la mayoría de las PYMES tienen conceptos erróneos referente a la Responsabilidad Social Empresarial; el presente trabajo sigue la línea temporal de la problemática y su investigación se concentra en demostrar estrategias que ayuden a las PYMES a generar empatía con sus actores sociales, así como exponer los lineamientos a seguir en la Responsabilidad Social Empresarial, ya que no es una postura paternalista.

La aplicación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial está en concordancia con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 que tratan sobre la preservación y el cuidado del medio ambiente y garantizar el trabajo digno de todas las personas involucradas en el entorno y demás objetivos como:

Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global (...) 7.8 Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos consumo. 7.9 Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta; y 7.10 Implementar medidas de mitigación y adaptación al cambio climático para reducir la vulnerabilidad económica y ambiental con énfasis en grupos de atención prioritaria (Plan Nacional del Buen Vivir, 2016).

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas A su vez en concordancia con las políticas (...) 9.3 Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales; y 9.5 Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral (Plan Nacional del Buen Vivir, 2016).

La investigación planteada está enfocada en conocer como la aplicación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial resultaría una inversión que las PYMES deben efectuar para estar a la vanguardia del mundo actual ya que genera una ventaja competitiva para la PYMES frente a sus competidores, así como en contribuir en un valor agregado a la PYME.

Justificación Teórica.

El presente trabajo de investigación busca mediante la aplicación de teorías y conceptos de Responsabilidad Social Empresarial proponer nuevas estrategias que fomenten la evolución y desarrollo de las PYMES de confección de ropa, ya que existen diversos conceptos bien o mal empleados a la hora de implementar en determinadas empresas, sin importar al sector que pertenezca.

Justificación Metodológica.

Para poder conseguir y esquematizar los objetivos del estudio se emplearán el uso de técnicas e instrumentos de investigación para poder cuantificar los datos habientes en el estudio, con la finalidad de presentar de manera congruente y sintetizada los datos obtenidos.

La investigación tiene un enfoque cualitativo, descriptivo, en dónde prioriza la información primaria, además de la complementación de información secundaria, identificando el universo y muestra a encuestar, bajo el modelo de Likert aplicado a los involucrados.

Justificación Práctica.

La justificación práctica permitirá identificar, cuantificar y demostrar los resultados obtenidos del análisis de aplicación sobre estrategias de responsabilidad social empresarial al sector de manufactura de confecciones de ropa en la ciudad de Guayaquil y como influiría en el desarrollo social, ambiental e interno de las PYMES.

Hipótesis y Variables

Hipótesis General:

Si se aplicara un Plan de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector confecciones en Guayaquil entonces se obtendría mayor satisfacción de los clientes internos, mayor reconocimiento social del entorno y oportunidades de captar mayor mercado nacional e internacional.

Variables independientes.

Aplicación de un Plan de estrategias de RSE en las PYMES de confecciones de Guayaquil

Variables dependientes.

Reconocimiento social del mercado.

Satisfacción de los clientes internos.

Captación de mayor mercado nacional e internacional.

Aspectos metodológicos.

El tema “Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial del sector confecciones PYMES de Guayaquil” es una investigación donde se busca determinar todas las medidas adoptadas por las empresas PYMES en responsabilidad social empresarial y aportar con nuevas estrategias para el desarrollo de las mismas.

Se seguirá los siguientes aspectos metodológicos:

Descriptivo.

El objetivo de la investigación descriptiva es recolectar información y luego analizar los resultados para que contribuya al desarrollo del tema a investigar; este método permite conocer situaciones, costumbres y actitudes mediante la descripción exacta o determinante de las actividades, procesos y personas, para emplear esta técnica, la información no solo se

limitará a la recolección de datos, sino también a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Explicativos.

Mediante la utilización del método explicativo se podrá conocer el porqué de los hechos identificados en el planteamiento del problema y sus relaciones de causa - efecto establecidas en la hipótesis, de igual manera los resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimiento abordado en la temática presentada.

Limitaciones

Por la complejidad de reunir información oficial o argumentada de una base oficial pública o privada, la muestra poblacional a considerar son los actores productivos (PYMES) que se dedican a la manufacturación de confecciones textiles, ya que desconoce con exactitud el número de personas ligadas a este subsector, además se tomará en cuenta los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías, en dónde se detallan las empresas ligadas al sector y las que se encuentran activas, según la superintendencia.

1. Capítulo I

1.1 Marco teórico

1.1.1 Responsabilidad Social Empresarial

1.1.1.1 Definición de Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad social empresarial se puede definir como “la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor añadido” (Piña, 2013).

Según Reyno, M (2006) menciona que:

La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Reyno, 2006).

Según Huamán, F (2011) afirma que la responsabilidad social debe estar alineada a sus actividades, es por este motivo que su desempeño corresponde a:

La intensidad y perdurabilidad de su protagonismo social tanto al interior de la empresa como frente a su entorno. Cada empresa deberá fijar el contenido de su responsabilidad social a partir de un análisis sistemático de las consecuencias de la actividad empresarial, incluyendo a los agentes sociales afectados por la misma (Huamán, 2011).

En la revista Razón y Palabra, Añez y Bonomie, afirma que:

La empresa debe definirse como socialmente responsable, en su filosofía de gestión formular y poner en práctica acciones efectivas en materia social, con lo cual se vislumbra la relación entre: productividad, comunidad y medio ambiente. Visto de esta forma la empresa

dejaría de ser un ente individualista para convertirse en una institución colectiva, dialéctica y responsable con su entorno (Añez & Bonomie, 2012, pág. 154).

Por otro lado, En la revista Razón y Palabra Chirinos, Fernández y Sánchez (2012) establece que la empresa debe estar alineada al objeto de la empresa, y mencionan:

Debe estar alineada al objeto social de la empresa, con una estructuración de acciones de corto, mediano y largo plazo. Ello evitará cometer el error de caer en acciones aisladas de filantropía. Estas últimas son las que otorgarán únicamente posicionamiento de imagen a la organización, más no necesariamente reputación. Realizar acciones aisladas solamente porque las mismas están de moda (...), o porque otorgan una presencia mediática (...) solamente generará una buena imagen de la empresa (...) Actuar responsablemente está fundamentado en el corazón de la empresa, en el fondo y no en la forma, de la misma manera que está cimentada la reputación (Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2012).

Consiguientemente se determina que un a través de un modelo de gestión de RSE mediante “actividades pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo generar beneficio propio. “Las actividades de RSE se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes” (AHK, Cámara de industria y Comercio Ecuatoriana - Alemana, 2015).

Las distintas definiciones efectuadas a lo largo del tiempo conlleva a un constante debate debido a que involucra las diversas teorías y analizando diferentes aspectos relacionados con RES, involucrando temas económicos, sociales y ambientales considerados para llegar a una correcta aplicación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial y las cuales ayuden a solucionar o brindar estrategias y así maximizar los objetivos y resultados de la empresa.

A pesar de estas diversas definiciones los autores siempre concuerdan en los mismos contextos, sea desde cualquier perspectiva, la Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de una empresa en gestionar sus acciones operacionales de manera más eficiente

buscando la satisfacción de sus grupos de intereses; la aplicación de una empresa mediante la responsabilidad social empresarial se debe efectuar a través del apego de principios éticos y respetando las disposiciones habilitadas en la ley.

1.1.1.2 Grupos de interés (Stakeholders).

Desde el origen de la responsabilidad social y la aparición de la teoría de los grupos de interés o Stakeholders, Freeman afirma que “Los Stakeholders son cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa” (Jaramillo, 2015).

Con el transcurso del tiempo surgieron muchas teorías con relación a los grupos de interés fortaleciendo las teorías desarrolladas, Shuchrman (1995) menciona que la organización se compromete con un sistema de normas y valores para ganar mayor aceptación por parte de los grupos de interés, ya que es un reto para la organización minimizar el escepticismo que los grupos de interés puedan tener respecto al compromiso de la misma con la responsabilidad social, por otro lado Aldanueva (2012) menciona que “las acciones desarrolladas por las empresas para dar el derecho a ser escuchados a sus grupos de interés tradicionalmente excluidos. Este derecho a ser escuchados va acompañado con el compromiso de responder a los requerimientos de los Stakeholders”, (Aldeanueva, 2013).

Según Lena Strandberg de IESE Business School de la Universidad de Navarra menciona que la empresa mediante las acciones tomadas en base a su actividad o producción vuelve susceptibles a los grupos de interés por la variedad de acciones y esfuerzos planteados, es por esta razón que, las empresas deben reconocer, involucrar y escuchar a los grupos de interés, sin implicar que se deba dar acogida o solución por parte de la empresa en satisfacer todas los requerimientos o preocupaciones presentadas, cabe recalcar la suposición de respuestas por parte de la empresa a cada interrogante, así como su participación en el desarrollo estratégico operacional de la misma (Strandberg, 2010, pág. 9)

Según Lena Strandberg (2010), la idea de tener los grupos de interés es generar un vínculo entre los participantes y la organización y los objetivos estratégicos para cumplir con un compromiso estable y ético entre las partes involucradas se deben considerar las siguientes cuestiones:

- ¿Quiénes son los grupos de interés o partes interesadas?
- ¿Cuáles son los objetivos que se desean lograr a través de la relación con los grupos de interés?
- ¿Cuáles son los temas claves que la empresa debe afrontar, y qué madurez social tienen? (Strandberg, 2010, pág. 11)

La función de identificar grupos de interés o Stakeholders es crear un vínculo entre la organización y todos sus sectores afines, mediante la eliminación gradual o parcial de toda conducta individualista por parte de la organización y que cada actividad que realice la empresa esté involucrada con su grupo de interés, resultando en un beneficio total hacia los involucrados.

De acuerdo al Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad Social CERES, los grupos de intereses se dividen en dos grupos que son *intereses internos y externos*. “En el plano interno: Propietarios de la empresa (accionistas), Empleados y trabajadores y en el Plano externo: Clientes y consumidores, proveedores, estado, comunidad, otros (medios de comunicación; distribuidores competidores; opinión pública; organizaciones de la sociedad civil; grupos de presión, etc. (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, 2010).

Según CERES (2010), el público interno tiene una misión importante en la gestión de responsabilidad social empresarial ya que son quienes conforman la empresa y están agrupados en trabajadores, empleados, directivos, propietarios o socios de la empresa, contratistas, e integran organizaciones internas de la empresa como sindicatos, comités de

empresa, grupos técnicos de trabajo, culturales, deportivos y de otra naturaleza. (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, 2010).

Una vez identificado los grupos de interés, se deben establecer estrategias que estén en concordancia con los objetivos de la empresa, ya que los beneficios estarán dados acorde a las gestiones estratégicas que se tomen en consideración así como sus posibles modificaciones. A continuación en la Figura 1. Beneficios de un compromiso con los grupos de interés.

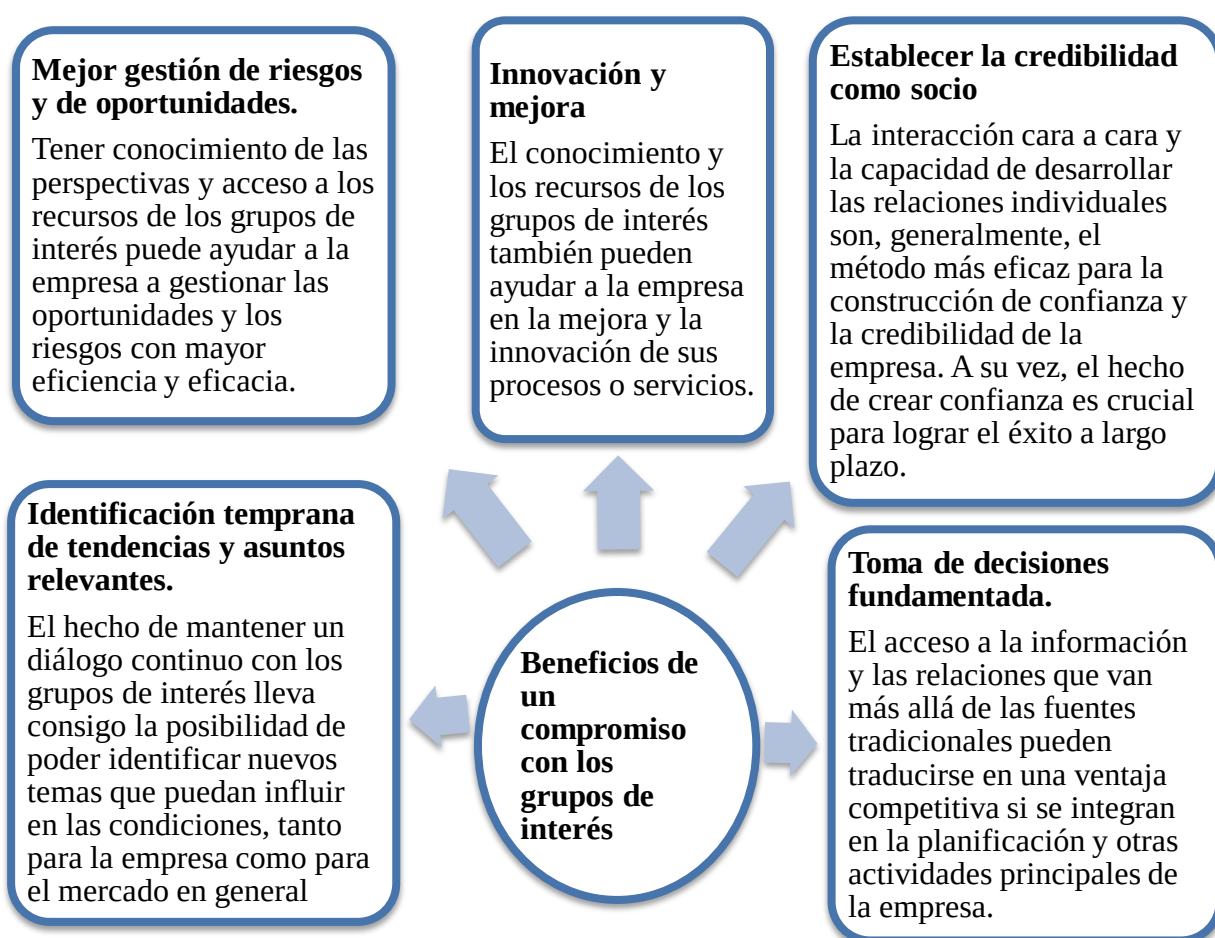


Figura 1 Beneficios de un compromiso con los grupos de interés.

Fuente: Lena Stradberg.

Elaborado por: el autor

1.1.1.3 Principios fundamentales de la Responsabilidad Social.

La razón de la organización debe estar acorde al momento de adoptar medidas de Responsabilidad Social Empresarial, ya que los principios fundamentales de la RSE se basan en la transparencia y el respeto, en dónde la transparencia es plasmada en cada actividad que realice la organización y el respeto para cada grupo de interés en la organización.

La normativa ISO 26000 de Responsabilidad Social expresa 7 principios fundamentales de Responsabilidad Social, basados en la transparencia y respeto los cuales son “rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de comportamiento, respeto a los derechos humanos” (ISO, 2011).

Rendición de cuentas “invita a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos” (IESE, 2011).

Transparencia, ISO 26000 aconseja a la organización ser lo más posible a las actividades que desarrolla y que afecten el entorno de social y ambiental siempre y cuando precautelando los intereses de la empresa como derechos de autor o posibles involucramiento legales, la información suministrada debe ser presentada de forma clara e inteligente (IESE, 2011).

Comportamiento ético, para poder cumplir con los principios del comportamiento ético la organización debe regirse a los principios de honestidad, integridad y transparencia para poder obtener beneficios positivos (IESE, 2011).

Respeto a los intereses de las partes interesadas, las actividades operaciones que se lleven a cabo en la empresa pueden afectar a un grupo de intereses o necesidades del total o parte de los interesados que sean o no parte de la empresa (IESE, 2011).

Respeto al principio de legalidad, toda organización debe tener en cuenta que todas las actividades que realicen deben ser bajo las leyes y normas nacionales sobre Responsabilidad social que sean ejercidas en el país de residencia, ya que ninguna organización debe estar por encima de la ley, las empresas deben implementar mecanismos que le permitan al estar al corriente sobre las normas de RS vigentes (IESE, 2011).

Respeto a la normativa internacional de comportamiento, las organizaciones deben respetar las normativas internacionales, cuando las normativas nacionales no contemplen salvaguardas aplicadas a temas sociales y medioambientales (IESE, 2011).

Respeto a los derechos humanos, “la organización debería respetar los derechos humanos, así como reconocer su importancia y universalidad, es decir, que estos derechos son aplicables a todos los individuos de todos los países y culturas” en caso de que los derechos humanos no puedan ser garantizados por hueco, alcance de la ley o práctica inadecuada, la empresa deberá hacer todo lo posible para no incurrir en las misma causales y respetar y hacer cumplir la responsabilidad social (IESE, 2011).

1.1.1.4 Principios de responsabilidad social empresarial

Según la Revista Espiga, Aragón (2015) menciona cuatro principios orientados a la RSE, en ellas menciona a la voluntariedad, carácter universal y participativo, a continuación se detalla cada uno de ellos:

Voluntariedad, es un principio permanente que debe seguir la organización, ya que no se pide que una empresa sea socialmente responsable, es por esta razón que las estrategias deben emanar de la dirección estratégica de la empresa con su perfeccionamiento y la gestión diaria con los Stakeholders.

Carácter universal, las empresas que tienen representación internacional en otros países de mundo, deben establecer una normativa general sobre RSE en dónde países pobres o en vías de desarrollo que no cuenten “con estándares laborales fuertes, o no exista una

legislación sólida, con instituciones judiciales o administrativas tradicionalmente consolidadas” *Participativo*, la empresa en su política de RSE debe incluir y dar participación a los grupos de interés; priorizar sus necesidades; estimar los riesgos derivados de decisiones y minimizarlas, la participación de los grupos de interés deben ser gestionada de forma positiva para la empresa ya que mediante a esta se podrá obtener los beneficios que trae consigo la RS (Jaramillo, 2015).

1.1.1.5 Materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial.

Según la normativa ISO 26000 identifica 7 materias fundamentales de Responsabilidad Social, además recomienda abordar las materias fundamentales de “modo integral, reconociendo que todas son igualmente importantes y se interrelacionan entre sí. De este modo, al emprender acciones dirigidas a mejorar un determinado asunto sin afectar a otro” (IESE, 2011), las materias fundamentales se mencionan en la figura 2:



Figura 2. Materias fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: IESE.

Elaborado por: el autor.

Entre las 7 materias fundamentales de Responsabilidad Social se generan conceptos importantes, entre los cuales están:

Derechos humanos: comprenden todos los derechos que tienen las personas por el hecho de haber nacido y ser reconocidos bajo una constitución, estos tipos de derechos humanos pueden ser civiles o políticos, se deben tener en cuenta una debida diligencia, situaciones de riesgo para los derechos humanos, evitar la complicidad, resolución de reclamaciones, discriminación y grupos vulnerables, derechos civiles y políticos; derechos económicos sociales y culturales, principios y derechos fundamentales en el trabajo, como asuntos a tomar en cuenta (IESE, 2011).

Prácticas laborales: el ambiente laboral dentro de la organización hacia nuestros colaboradores de la propia empresa o subcontractados, se toman en consideración cinco aspectos: trabajo y relaciones laborales, condiciones de trabajo y protección social, diálogo social, salud y seguridad en el trabajo y el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo (IESE, 2011).

Medio ambiente: debido a las actividades que realiza la empresa, es inevitable no dejar una huella ecológica en la zona de residencia de la empresa o PYMES, según ISO 26000 aconseja holísticamente “abordar el tema del medio ambiente que, además de reconocer la importancia de los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales que se derivan de sus acciones, tenga en cuenta la ineludible interrelación que existe entre ellos”, además mencionar recordar principios como: prevención de la contaminación, uso sostenibles de los recursos, mitigación y adaptación al cambio climático y protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales (IESE, 2011).

Prácticas justas de operación: son las actividades efectuadas entorno a los competidores, generar prácticas competitivas justa y respeto a los derechos de la propiedad, como el liderazgo entre las organizaciones, los asuntos relacionados están la anticorrupción,

participación política responsable, competencia justa, promover la responsabilidad social en la cadena de valor, respeto a los derechos de la propiedad (IESE, 2011).

Asuntos de consumidores: son todas las actividades asumidas por la empresa para con sus consumidores “brindándoles educación e información (...) en fomento al consumo responsable y sostenible, y elaborando bienes y prestando servicios que estén al alcance de todas las personas, incluyendo las más vulnerables, entre otras posibles acciones que toda organización debería considerar” desarrolladas con los clientes para afianzar su confianza con la organización que todas las información que le provee sobre el producto sea veraz y proteger los datos de los consumidores (IESE, 2011).

Participación activa y desarrollo de la comunidad: son todas las actividades desarrolladas con el entorno la sociedad en general participar activamente en actividades que involucren su participación, crear empleo para todas las clases sociales involucradas y de todos los grupos étnicos.

1.1.1.6 Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial.

La RSE es una nueva tendencia global de gestión empresarial que inicia como una alternativa sostenible al desarrollo, en lo cual menciona a responsabilidad social, económica y ambiental como pilares fundamentales (AHK, 2015).



Figura 3 . Pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Cámara de comercio alemana ecuatoriana.

Elaborado por: el autor.

1.1.1.7 Indicadores de responsabilidad Social Empresarial.

Para conocer el impacto positivo o negativo obtenido como resultado de alguna acción dentro de una organización, es necesario evaluar mediante indicadores que cumplan fiabilidad, compatibilidad y validez.

Para establecer una correcta aplicación de los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial es importante detallar una estructura, el Instituto ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial propone para américa la estructura para cada uno de los indicadores, formados por los siguientes indicadores de: profundidad, binarias y cuantitativas.

Cuestión de Profundidad (o Indicador de Profundidad), permite evaluar la etapa actual de gestión de la empresa respecto a determinada práctica. “Está representado por cuatro cuadros contiguos presentando etapas de determinada práctica, cuyo nivel de desempeño evoluciona de la primera a la cuarta etapa, lo que le permite a la compañía ubicarse fácilmente en la escala” (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2011).

En el indicador de profundidad el autor propone que se realice una evaluación exacta a la realidad de la empresa, contestar las interrogantes de una manera precisa e ir avanzado en orden cronológico.

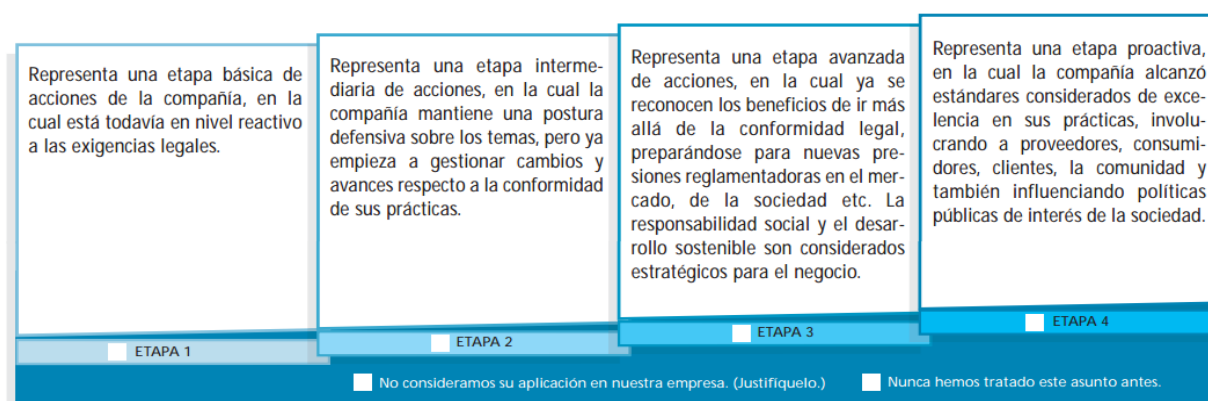


Figura 4 Evaluación de profundidad de Responsabilidad Social Empresarial
 Fuente y elaborado por: (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2011).

En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se debe señalar uno de los siguientes motivos: “Nunca hemos tratado este asunto antes; No consideramos su aplicación en nuestra compañía. Al señalar la segunda opción, la compañía debe presentar una justificativa en el espacio reservado para comentarios. Automáticamente se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes” (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2011, pág. 5).

Cuestiones Binarias (o Indicadores Binarios), son reactivos de si o no y cualifican la respuesta elegida en el Indicador de Profundidad. La empresa valida y profundiza la etapa de responsabilidad social identificadas y contribuyen a la implementación de prácticas de acuerdo a la gestión de los negocios (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2011, pág. 5).

Cuestiones Cuantitativas (o Indicadores Cuantitativos) “propone el relevamiento sistemático de determinados datos (...) permite que la compañía planee el modo de fortalecer su compromiso con la responsabilidad social. La disposición en escala de los indicadores de profundidad provee parámetros” (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2011, pág. 6)

1.1.1.8 Beneficios de ser responsablemente sociales.

Al momento de adoptar medidas de Responsabilidad Social Empresarial la organización obtiene diferentes tipos de beneficios, no solo en plano institucional sino también en el ámbito económico, social y ambiental, adicionalmente se crea fidelidad en el cliente y futuros prospectos.

Los beneficios que pueda tener la organización se evidencian en los resultados y en las evaluaciones que se realicen para el efecto, los resultados serán acordes a la precepción de los grupos de interés establecidos por la organización; estos tipos de beneficios pueden ser segmentados a nivel interno y externo de la organización.

Beneficios a nivel interno de la organización, estarán ligados a la precepción de todas las personas que directamente trabajan en la organización y fijen los resultados de la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial.

Según la Asociación de Empresarios Cristianos menciona que a:

Mayor satisfacción de los trabajadores, redundando en la mejora de la productividad, compromiso y adhesión; Ahorro en el uso de insumos (papel, tinta, útiles de oficina, etc.) y recursos (energía, agua, teléfono, combustible, etc.); Atrae y retiene buenos profesionales; Mejora de la comunicación interna; Genera ventajas medioambientales: mejores prácticas; Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente); Mejoramiento de la cultura organizacional; Aumento de la rentabilidad (Asociación de Empresarios Cristianos, 2010, pág. 12).

Sostenibilidad del negocio a largo plazo, las empresas procuran mantener sus actividades el mayor tiempo en el mercado en dónde se localicen, de igual manera los inversionistas tienen la misma preocupación por el dinero que desembolsan para financiarla es así que, las prácticas de responsabilidad social contribuyen a reducir el riesgo de negocio ya que disminuyen las contingencias y permiten ampliar su control (Escuela de organizacion industrial, 2013).

Beneficios a nivel externo son todas las personas que no están involucradas directamente con la organización y mantienen su injerencia en los resultados obtenidos o a obtener sobre la Responsabilidad Social Empresarial, entre estos se encuentran:

Fideliza clientes actuales y contribuye a captar nuevos; confianza y transparencia con los proveedores; mejora de la imagen/reputación de la empresa; imagen corporativa positiva y estima de la sociedad; oportunidades para nuevos negocios/incremento en la participación de mercado; Incremento del valor de la empresa; mejoramiento de la comunicación externa; mejora de la relación con el entorno; mejora de las relaciones con la

administración pública; diferenciación del mercado (Asociación de Empresarios Cristianos, 2010, pág. 12).

La mayor lealtad que la empresa debe mostrar es hacia los mismos empleados, los proyectos sociales, la preocupación por el medio ambiente y los esfuerzos en mitigar la corrupción (Escuela de organización industrial, 2013).

1.1.2 Análisis del sector manufacturero textil

Las MIPYMES y PYMES forman parte de un gran tejido empresarial dentro del país, según el último censo económico 2010 efectuado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC menciona que de cada 100 empresas, 99 están categorizadas como MIPYMES mientras que el porcentaje restante obedece a las pequeñas, medianas y grandes empresas, es así que el 95,4% corresponde a microempresas, 3,8% pequeñas empresas, 0,6% medianas empresas y el 0,2% corresponde a grandes empresas. El 44% del empleo generado en el estado es proporcionado por las micro empresas, 17% pequeñas empresa, 14% mediana empresa y el 25% por las grandes empresas (INEC, 2010).

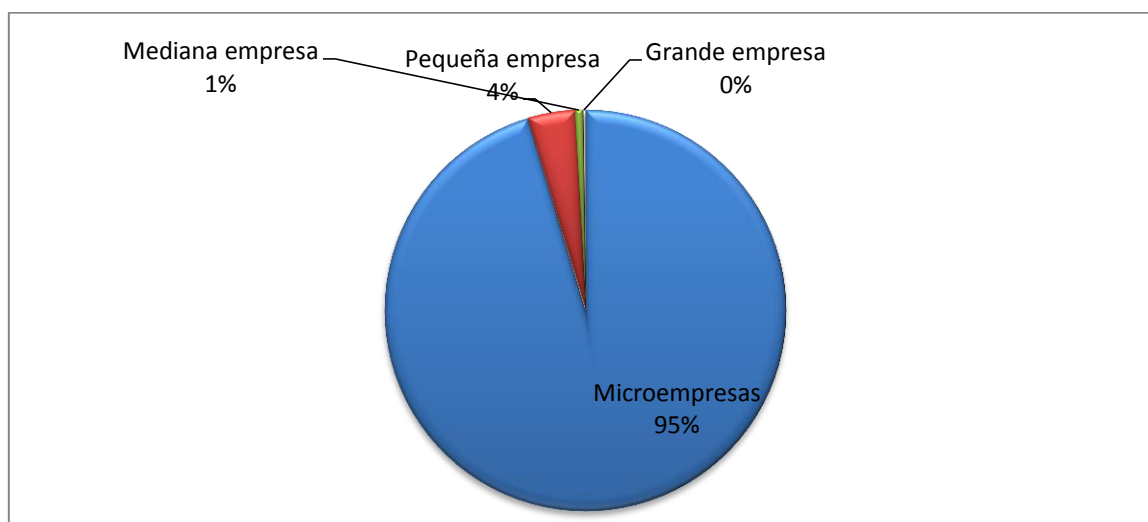


Gráfico 1 Empresas del Ecuador por tamaño.

Fuente: Observatorio PYME, Universidad Andina San Bolívar.

Elaborado por: el autor.

El inicio de la producción textil y confecciones se desarrollaron con la aparición de las primeras industrias que se dedicaron “al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra” (Asociación de Industrias Textiles de Ecuador, 2012).

La industria textil y de confecciones en los últimos años se ha dedicado a elaborar productos de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar que a nivel mundial la industria textil y confecciones es conocida como exportadores de productos naturales, pero Ecuador en los últimos 60 años ha logrado ocupar un espacio en este mercado competitivo “convirtiéndose es una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo” (Asociación de Industrias Textiles de Ecuador, 2012).

Según PROECUADOR, en el año 2013, el sector textil generó a nivel nacional 107,000 plazas de trabajo, lo que representó para el país alrededor de 603 millones de dólares del Producto Interno Bruto, el sector creció en los años 2007 – 2013 en un 8.16%; la tasa promedio anual dentro del periodo 2010 – 2013 fue de 4.03%, del sector industrial manufacturero, incluido el textil (PROECUADOR, 2014).

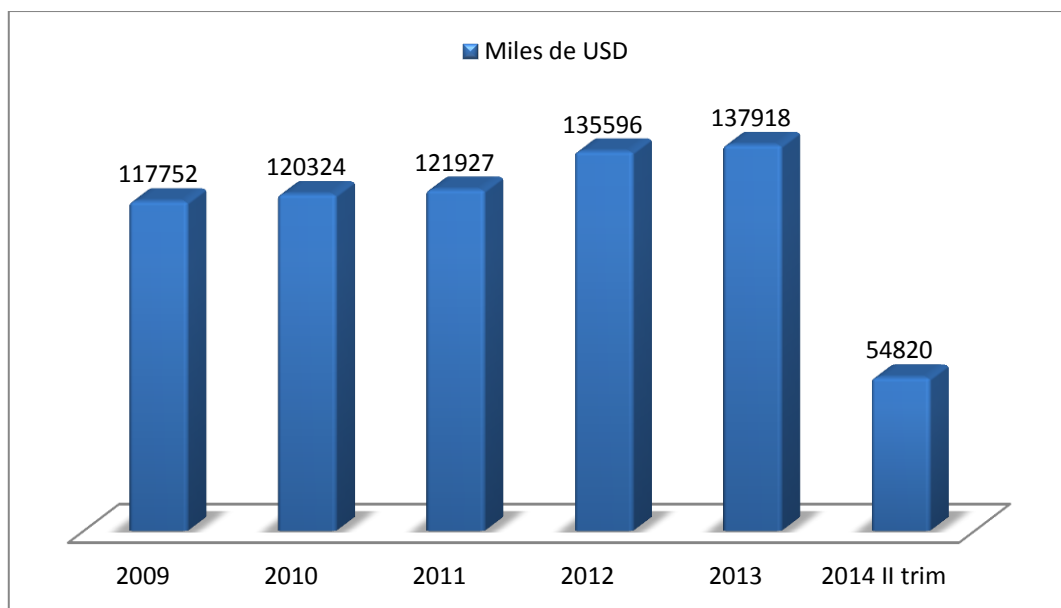


Gráfico 2 Inversión, Sector Industrial Manufacturero.

Fuente: PROECUADOR.

Elaborado por: el autor.

1.1.2.1 Costo de producción a nivel regional

En cuanto a la mano de obra y los servicios básicos, Ecuador posee una ventaja competitiva frente a los demás países de la región, superando así a países como: Chile, Argentina, Colombia y Costa Rica, en la tabla 1 se puede apreciar que Ecuador resulta una buena opción de inversión, ya que se puede ahorrar un 18% del coste de producción, dando en un margen de ganancia atractivo para el inversionista extranjero (PROECUADOR, 2014).

Tabla 1 Costo de producción a nivel regional

País	Sueldos	Servicios Básicos	Costos Totales
Ecuador	7,369,035	2,114	7,371,149
Chile	7,917,811	2343	7,920,154
Argentina	9,323,349	533	9,323,882
Colombia	10,121,890	3085	10,124,974
Costa Rica	10,152,491	1628	10,154,119

Fuente: PROECUADOR.

Elaborado por: el autor.

Según PROECUADOR, las camisetas de algodón para mujeres y niñas representan el 5% del total de las exportaciones, mientras que los pantalones de algodón para hombres y niños representan cerca del 5% y en tercer lugar los pantalones cortos para mujeres y niñas con un 4%, a continuación en el Gráfico número 3 se puede apreciar de mejor manera, el porcentaje de los principales productos exportados ecuatorianos.

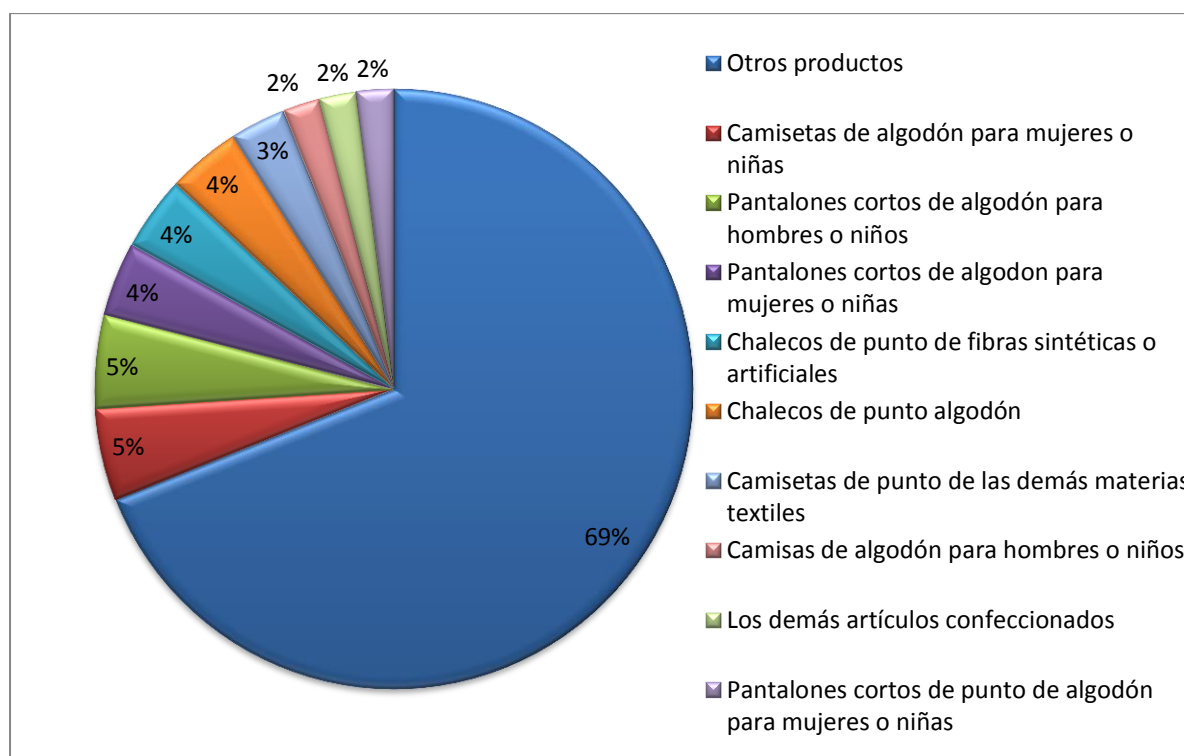


Gráfico 3 Principales productos exportados, Sector Textil.

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: el autor.

Desde otra perspectiva, Colombia es el principal destino de las exportaciones ecuatorianas del sector textil con una participación del 48%, seguido de Brasil con un 7% y en tercer lugar se encuentra Estados Unidos con un 7% (PROECUADOR, 2014).

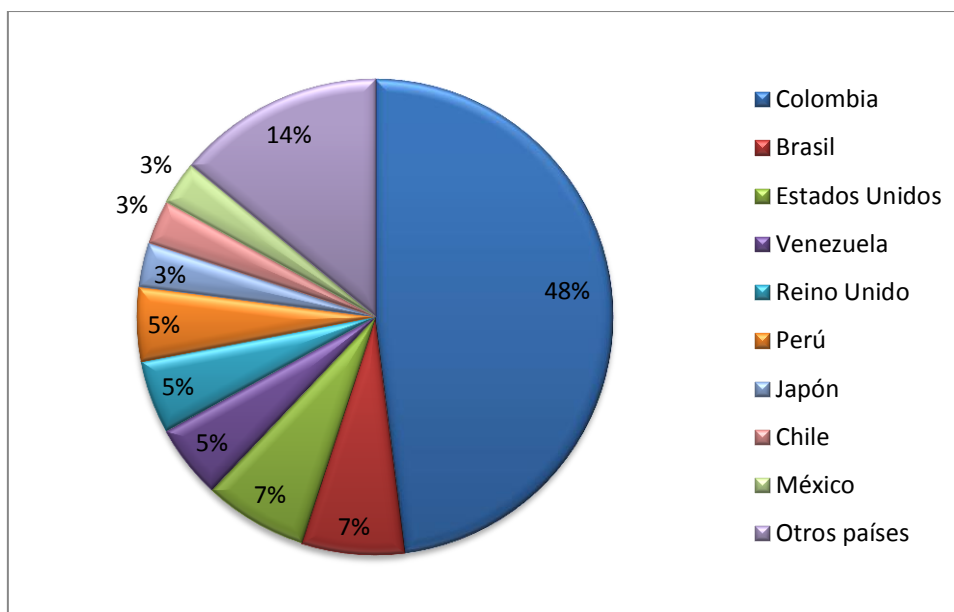


Gráfico 4 Principales productos exportados, Sector Textil.

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: el autor.

1.1.2.2 PYMES del sector confecciones de Guayaquil.

1.1.2.2.1 Definición de PYMES

Es preciso citar diferentes puntos de vista con relación al concepto de PYMES, su identificación, así como su influencia en el desenvolvimiento económico del país, la conceptualización por diferentes autores a lo largo de historia se define en base a las siguientes argumentaciones:

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo y crecimiento económico. (...). Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes. (Ekos, 2012).

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

Comercio al por mayor y al por menor, Agricultura, silvicultura y pesca, Industrias manufactureras, Construcción, Transporte, almacenamiento, y comunicaciones, Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, Servicios comunales, sociales y personales. (Servicio de Rentas Internas, 2016).

De acuerdo a la decisión 702 de la Comunidad Andina (CAN) acerca del Sistema Andino de Estadística de la PYME en el artículo 2 referente a ámbito de la PYME detalla que:

“La PYME comprende a todas las empresas formales legalmente constituidas y/o registradas ante las autoridades competentes, que lleven registros contables y/o aporten a la seguridad social, comprendidas dentro de los umbrales establecidos en el Artículo 3” (Comunidad Andina, 2008).

Al establecerse como una pequeña y mediana empresa (PYMES) contribuye de gran manera al desarrollo económico, social, ambiental, científico, académico ya que las empresas demandan empleo calificado o no, dinamiza la economía a través de la inyección de dinero ocioso y lo distribuye en la sociedad.

“Al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, sobre todo, si se trabaja con grandes empresas e igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes” (Ekos, 2012).

“Sin embargo, también existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso al crédito, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros” (Ekos, 2012).

Para que una PYMES sea competitiva, los directivos deben de generar los recursos necesarios y emplearlos de la manera más efectiva, se deben crear alianzas, practicar la innovación, seguimiento de sistemas o procesos que se adecuen a las condiciones en que se encuentran.

En el artículo 3 referente a los umbrales de la PYME se detallan los rangos de personal, el nivel de ventas brutas anual, para efectos de categorización prevalecerá el valor bruto de las ventas sobre el criterio de Personal Ocupado para lo cual se va a considerar a una agrupación económica activa PYME detallado en la tabla 1 siguiente:

Tabla 2 Umbrales para considerarse PYMES según Comunidad Andina CAN

Variables	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal ocupado	1 - 9	10 – 49	50 – 99	100 – 199
Valor Bruto de las Ventas Anuales (US\$) *	≤ 100.000	100.001 – 1.000.000	1.000.001 – 2.000.000	2.000.001 – 5.000.000

La tabla detalla los valores considerados para ser una PYME tanto en el personal contratado como en las ventas brutas del total de ventas realizadas anualmente lo cual es el margen comercial para las empresas comerciales

Fuente: CAN.

Elaborado por: el autor.

Las PYMES del Ecuador se encuentran regidas por diferentes normas, las cuales permiten su control, estas normas son: de producción, fiscales, mercantiles y laborales; de esa misma forma están reguladas por entes del gobierno que delimitan, controlan, prevén y aseguran su actividad y su vínculo con el estado, estas entidades, ministerios e institutos son: Banco Central del Ecuador (BCE) ,Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESE, Servicio de Rentas Internas SER, Ministerio de Comercio Exterior MCE, Ministerio del Ambiente y demás instituciones que se vinculen acorde a actividad que se realice en el estado.

1.1.2.3 Importancia de las PYMES

“Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular localizados en sectores de producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado a estos, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo” (Servicio de Rentas Internas, 2016).

1.1.2.3.1 PYMES Guayaquil

La recolección de datos que se realizan cada año acerca de la actividad productiva y crecimiento empresarial mediante el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el análisis estadístico utilizan las fuentes de información del Servicio Rentas Internas (SRI) que es donde se registran todas las empresas y establecimientos a nivel nacional para lo cual utiliza como sistema de medida la tabla de umbrales proporcionada por la Comunidad Andina (CAN) véase en *tabla 1*. En la cual el análisis estadístico demostró los siguientes resultados.

En el primer análisis estadístico sobre la estructura de empresas según su tamaño Micro, pequeñas, medianas MIPYMES y grandes empresas detalla que del 100% de empresas en Ecuador las PYMES ocupa un 9,3% ocupando el segundo lugar de la estructura de empresas en el Ecuador. (INEC, 2014).

En el segundo análisis estadístico sobre la Estructura de empresas por sectores económicos MIPYMES y grandes empresas el cual se realizó en la totalidad de las empresas del Ecuador, la industriaaurera como es el caso del estudio realizado ocupa un 8,1% del total de la Estructura de empresas por sectores económicos. (INEC, 2014)

En el tercer análisis estadístico sobre Estructura de empresas según provincia MIPYMES y grandes empresas que se realizó a nivel de todo tipo de empresa da como resultado que la mayor concentración de empresas a nivel de provincias del Ecuador las cinco primeras son de

Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay, Tungurahua, siendo la provincia del Guayas (INEC, 2014).

En el cuarto análisis estadístico sobre Participación en ventas según tamaño de la empresa PYMES y grandes empresas (en este análisis no se incluyó a las Micro empresas debido a que en la mayoría de los casos están involucradas personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y pertenecientes al régimen RISE que no declaran ventas en el SRI). Teniendo como resultados que las PYMES aportan al país un 26,9% de las ventas totales de país (INEC, 2014).

En el quinto análisis estadístico sobre la Participación del personal afiliado según tamaño de la empresa, MIPYMES y grandes empresas el cual se realizó en la totalidad de las empresas del Ecuador, demuestra que las PYMES ocupan un 34% del total de afiliados a la seguridad social (INEC, 2014).

El análisis personal de los resultados ayuda a comprender la importancia de las PYMES y su efecto en la economía y sociedad del Ecuador, ya que incide directamente en la generación de empleo en el país y para los empleados contar con un servicio de seguridad social brindado de manera obligatoria por medio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESE, además cabe mencionar que una MIPYMES; PYMES o empresas grandes ayudan a disminuir los índices de pobreza y aumentar los índices de producción, efectividad y contribuye a articular de mejor manera el tejido productivo de desarrollo del país (INEC, 2014).

1.1.2.3.2 Ubicación geográfica de PYMES

“Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante” (Pro Ecuador, 2012).

Las principales asociaciones gremiales que guardan relación a las confecciones a nivel nacional son:

La Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha CAPEIPI, es una organización que se dedica a brindar representación gremial y prestación de servicios empresariales de calidad a todos sus miembros.

AITE Asociación de Industriales Textileros del Ecuador, es una organización que fue creada para agrupar a los industriales de textiles como un organismo homogéneo para resolver problemas que se deriven de su actividad y las relaciones con el gobierno (AITE, 2016).

1.1.3 Mercado de destino: confecciones de ropa con demanda en RSE.

Las empresas que aplican una Responsabilidad Social Empresarial por lo general y con miras en fomentar en su entorno dicha responsabilidad exigen a sus proveedores participar en el comercio sostenible, si bien identificar y analizar las empresas que implementan una RSE es complicado debido a la cantidad de recursos disponibles y a la vez limitados se mencionaran ciertas empresas que pueden ser posibles compradores para los productos de confección de ropa originarias de Ecuador, específicamente las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

1.1.3.1 *Van den Velde*

Es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de ropa, prendas íntimas desde 1919, la empresa realiza sus operaciones en Bélgica; dicha empresa tiene como misión optar “una política abierta, social y éticamente responsable (...) mantener su crecimiento, su competitividad y su calidad comercial, pero también aportar valor añadido para sus clientes, accionistas y empleados, dentro del respeto de la comunidad en la que opera” (Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo, 2005).

La empresa en la actualidad mantiene un sólido programa y una fuerte verificación a los proveedores, si cumplen con la aplicación de RSE en sus operaciones, es así, que la empresa decidió contratar un verificador internacional independiente para que se asegurare de que las empresas cumplan con los requisitos u obligaciones contraídas (Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo, 2005).

De igual manera la empresa se dedica a la importación de mercancías en dónde se apliquen las exigentes normas de RSE con las normas ISO 26000, la empresa Van den Velde solicita los documentos necesarios para poder concretar un contrato de abastecimiento.

1.1.3.2 Zona ODS

Es una empresa que está adherida a la Pacto Mundial en España, se dedica a la comercialización de productos que hayan utilizado en sus proceso de obtención del producto normas de Responsabilidad Social Empresarial, la empresa tiene programas vigentes como “Humaniza tu ropa” en dónde se encargan de comprar ropa confeccionada en base a componentes reutilizados con el fin de impulsar la conservación al medio ambiente, además potencia las alianzas entre empresa tercer - sector (Pacto Mundial Red Española, 2016).

1.1.3.3 Mayoral

Es una empresa que se encarga en la producción, comercialización y distribución de ropa localizada en España, la empresa “exige firmemente el cumplimiento de su código de conducta a todos los fabricantes, talleres y demás entidades que colaboran en la producción de sus prendas (...) de acuerdo con la normativa y legislación local aplicable, las cuales garanticen condiciones laborales dignas para los trabajadores” (Mayoral, 2016).

La empresa es muy exigente sobre el respeto a los derechos humanos así como la contribución al cuidado del medio ambiente “forma parte de la organización Ethical Trading Initiative (Iniciativa de comercio Ético), alianza de Empresas, Organizaciones Sindicales y

ONGs, que trabaja para la mejora de las condiciones laborales de las personas en condiciones de pobreza y vulnerabilidad” (Mayoral, 2016).

Por lo general se puede mencionar que en el mercado Europeo priorizan el comercio sostenible, una de las pruebas de su respaldo es la campaña “Campaña ropa limpia” el cual trata de “de poner de relieve los perjuicios que el actual orden económico internacional causa a los países y las poblaciones más desfavorecidas del Sur y del Norte, haciendo hincapié en el sector textil. Destacan entre sus objetivos los de sensibilizar sobre las condiciones de explotación de millones de trabajadores/as del sector textil, promover un comercio más justo y equitativo” (Fundación Centro de Recursos ambientales de Navarra).

1.1.4 Mecanismos de implementación de comercio exterior.

Con la implementación de Responsabilidad Social Empresarial las PYMES podrá aumentar el nivel de ventas locales por lo cual se tendrá que adoptar medidas para poder suplir con las necesidades del comprador nacional, En el caso de las exportaciones se deben adoptar los sistemas de incentivos a las exportaciones con procesos simplificados impulsados por el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, ya que al iniciar la participación en el comercio exterior para una empresa resulta complejo y en mayor proporción para las PYMES.

1.1.4.1 Exporta fácil

Es un programa, en pro de las exportaciones llevado a cabo por el gobierno, exporta fácil “es un sistema simplificado, ágil, efectivo y económico de exportaciones por medio de envíos postales, orientado a fomentar el envío de productos de artesanos, micro y medianos empresarios, emprendedores y actores de la economía popular y solidaria a los diferentes mercados internacionales” (Exporta fácil, 2016)

De acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad el sistema Exporta fácil brinda facilidades porque permite realizar su exportación desde cualquier parte del país en el cual existan oficinas del operador público Correos del Ecuador, además, integra plataformas informáticas en el proceso de exportación como MIPRO, Correos del Ecuador, SENA E (Ministerio de Industrias y productividad, 2015).

La característica de la exportación en la cual se deberá cumplir son las siguientes:

- ✓ Cada Declaración Aduanera Simplificada (DAS) corresponde a 1 exportación.
- ✓ Valor declarado de hasta \$5000 (FOB).
- ✓ Enviar uno o varios paquetes de hasta 30 kilos por cada exportación.
- ✓ Realizar las exportaciones que sean necesarias para concretar su venta. (Exporta fácil, 2016).

1.1.4.2 Ferias internacionales

La participación en ferias internacionales de promoción de los productos exportables ayuda a conseguir nuevos clientes y acceder a mercados extranjeros aun no explorados. Las ferias internacionales son escenarios de corta duración con una gran concentración de marketing y networking, al mismo tiempo las ferias les permiten mantenerse al día respecto a las novedades que ofrecen los competidores (Connect Americas, 2015).

Los beneficios de poder contar con más clientes en menos tiempo de interacción, descubrir clientes, generar nuevos contactos, vincular a los compradores con nuevas tendencias y al estar en contacto directo con los compradores permite generar confianza con los futuros clientes sobre nuevos productos (Connect Americas, 2015).

El Ministerio de Comercio Exterior, a través de PROECUADOR que es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones realiza ferias comerciales para la demostración de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales, de igual manera mantiene

presencia en las ferias internacionales organizados por otros países con el fin de promocionar productos entre las ferias internacionales más importantes de la industria de confecciones están:

- ✓ Colombiatex
- ✓ Emitex
- ✓ Sao Paulo fashion week.

Colombia tex de las Américas, convergen productores, distribuidores y demás industrias afines al “textil, moda, confección, confección, hogar, calzado y marroquinería”, las empresas que participan en la feria son considerados uno de los referentes del lugar que residan en donde el escenario se convierte en un “escenario la oferta y la demanda, propiciando las mejores alianzas para la consecución de los mejores resultados” (Colombiatex, 2016).

Emitex, reúne información en materia de proveedores, siempre con una vanguardia con relación a las mercancías, maquinarias, técnicas, cortes, estampados, tejidos de puntos, accesorios y software, “proporciona un panorama general de la situación del mercado, expone los últimos desarrollos y ofrece una gama de actividades académicas para la actualización” (Emitex, 2016). “Sao paulo fashion week: es la más prestigiosa semana de la moda en Latinoamérica y una de las más importantes del mundo junto a las de Nueva York, París, Milán. Se realiza dos veces al año en la ciudad brasileña de Sao Paulo” (Pro Ecuador, 2012).

1.2 Marco conceptual

1.2.1 Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible como la satisfacción de «las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, el desarrollo sostenible cuenta con tres pilares “el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente” (Organización de las Naciones Unidas, s.f.)

1.2.2 Indicador

“Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza” (Oficina Internacional de trabajo, s.f.)

1.2.3 Nivel reactivo

“se supone ofrecer caminos para facilitar la llegada de quejas y sugerencias. No debe olvidarse que un cliente insatisfecho rara vez se lo cuenta a la empresa y sí a otras personas. Por consiguiente, es importante facilitarle vías para presentar quejas o sugerencias” (Elearningmedia, s.f.).

1.2.4 Planificación

“la principal función de la administración. Sin planes los directivos no pueden saber cómo organizar el personal y los recursos, sin planes no se tienen idea de qué es lo que hay que hacer, ni se puede dirigir pensando que otros lo seguirán, sin un plan existen muy pocas posibilidades de lograr metas y de saber cuándo y dónde se están desviando del camino. Sin planificar, el control se convierte en una tarea sin importancia” (Quintero, 2013).

1.2.5 Plan estratégico

“El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente” (Guía de Calidad, 2016).

1.2.6 Producto Interno Bruto

“es una medida del valor de la actividad económica de un país. Básicamente calcula cual fue la producción en bienes y servicios que se hizo en un periodo de tiempo específico, generalmente en un trimestre o en un año, en las fronteras de un país” (Asobancaria, 2013).

1.2.7 Responsabilidad social

La responsabilidad social es un término que se refiere a la carga, compromiso u obligación, de los miembros de una sociedad ya sea como individuos o como miembros de algún grupo que tienen, tanto entre sí, como para la sociedad en su conjunto (Ecateba, 2015).

1.2.8 Ventaja competitiva

“es una ventaja que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras. Según Michael Porter, puede considerarse que una empresa tiene ventajas competitivas si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad media del sector industrial en el que se desempeña” (SINNEXUS, 2016)

1.3 Operacionalización de la variable

Operatividad de la variable				
Variable independiente	Conceptualización	Dimensión	Índice	Instrumentos
Aplicación de un Plan de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de confecciones de Guayaquil.	Es un documento guía que permite presentar, alternativas de gestión estratégica que pueden ser acogidas por las PYMES del sector de confección con la finalidad de implementar en sus actividades, normas de Responsabilidad Social empresarial.	Número de empresas Implementación del plan	Nivel de producción. Nivel de costo	Entrevista Encuesta
Variable dependiente				
Reconocimiento social del mercado. Satisfacción de los clientes internos. Captación de mayor mercado nacional e internacional.	La perpetuidad y competitividad de una empresa nacional sufre por una extranjera debido a la globalización evidencia y obliga al actor económico nacional buscar estrategias afines a las actividades que se realizan con el fin de retener clientes así como ganar mayor mercado a nivel nacional e internacional.	Económico Ambiental Social	Nivel de ingresos Medidas ambientales Satisfacción de la comunidad	Encuesta

Fuente y elaborado por: el autor.

2. Capítulo II

2.1 Análisis de los resultados

2.1.1 Metodología

La metodología de investigación que se emplea en el presente trabajo va a influir de manera directa en la propuesta que se emplee es por esa razón que los aspectos metodológicos que se emplearan es la investigación exploratoria, descriptiva, cuantitativa.

La metodología que se emplea para reunir los datos debe examinarse de manera crítica para identificar posibles fuentes de sesgo. Este tipo de consideraciones metodológicas incluyen el tamaño y la naturaleza de la muestra, la tasa y la calidad de respuestas, el diseño del cuestionario y su aplicación, (...), el análisis de los datos y los procedimientos del informe. Estas verificaciones brindan información sobre la confiabilidad y validez de los datos, y sirven para determinar si éstos se pueden generalizar al problema en cuestión (Malhotra, 2008).

2.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se empleara en el presenta trabajo investigativo que ayudara a brindar la dirección y sistematización de la investigación la naturaleza de los datos que se empleara es de tipo cualitativa.

2.2.1 Cualitativa

La investigación cualitativa es de naturaleza exploratoria y no estructurada, se basa en pequeñas muestras y puede utilizar técnicas cualitativas populares como las sesiones de grupo (entrevistas grupales), asociación de palabras (pedir a los entrevistados que den la primera respuesta a las palabras estímulo) y entrevistas en profundidad (entrevistas personales que exploran en detalle los pensamientos del entrevistado).

2.2.2 Investigación Exploratoria.

El presente trabajo de investigación contara con un objeto de investigación exploratorio para poder examinar a fondo el problema para brindar conocimientos y comprensión de la investigación en curso el propósito de la investigación exploratoria aplicada a la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de confecciones de Guayaquil es ahondar e identificar con mayor precisión el problema para de esta forma identificar cursos alternativos de acción que forma parte de la estructura fundamental de la investigación el método a ser empleado es entrevistas con expertos sobre Responsabilidad Social Empresarial.

2.2.3 Descriptiva.

La investigación descriptiva en el presente trabajo de investigación tiene como objeto Describir características del mercado y a su vez calcular el porcentajes de una muestra en específico de las PYMES de confecciones de Guayaquil para determinar el grado de aplicación y satisfacción de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector mediante gráficos estadísticos y analizar los porcentajes y frecuencias de cada respuesta de la muestra.

2.4 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque, teórico, práctico basado en las Normas Internacionales ISO 26000 y en el sector de Vestimenta de Guayaquil.

2.4.1 Diseño de la investigación

El Diseño de la Investigación, permite identificar el problema y así recopilar datos para poder Aplicar Responsabilidad Social en las Pymes y Mipymes de vestimenta en la ciudad de Guayaquil.

2.5 Población y muestra.

2.5.1 Población finita

La población considerada para la presente investigación será el Stakeholders de las Pymes de Vestimenta de Guayaquil.

Según la Superintendencia de Compañías indica que el número de PYMES que se dedican a la confección de textiles en la Ciudad de Guayaquil son aproximadamente 87 empresas activa, para la valoración de la información se tuvo cobertura a dos Pymes de Vestimenta; “Confecciones Marcillo” y “Confecciones Normita”, sus Stakeholders comprende: Empleados 30, Academia 4; Sector Privado 1; Sector Publico 1. Con un Total de 30 encuestados y 6 entrevistados, con la recopilación de estos datos se validara la Hipótesis planteada.

Debido a que la población es finita menor de 40, entonces la muestra es equivalente a la población (36).

2.6 Instrumento de la investigación

El instrumento de la investigación empleado en el presente trabajo de investigación es el uso de encuestas mediante la escala de Likert aditiva, por lo general, cada reactivo tiene cinco categorías de respuestas, que van del 1 al 5 (totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo).

Se realizara una encuesta mediante la aplicación de la escala aditiva tipo Likert en la que evaluaremos la aplicación de Responsabilidad Social en la PYME de confecciones de acuerdo a la per sección de los cliente internos que son la base fundamental en la empresa.

Para elaborar la encuesta del grado de satisfacción de Responsabilidad Social Empresarial en los clientes internos de la empresa, se ha considerado actitudes tales como: empresarial gobernabilidad, grupo de interés, ambiente laboral y social.

El en ámbito de la gobernabilidad se pretende evaluar cómo está la estructura de la empresa si se aplica Responsabilidad Social Empresarial; En el ámbito laboral lo que se pretende conocer en base a las encuestas, la percepción de los cliente internos en torno a su rutina laboral, las condiciones o el ambiente que crea la empresa para poder desarrollar sus operaciones; dado que de acuerdo al ambiente laboral que predomine en la empresa depende el desenvolvimiento del trabajador, la calidad del producto que confecciona, cómo el trabajador percibe la aplicación de la ley o los baches que se generan en torno al cumplimiento de las leyes por parte de la empresa, cómo se siente el trabajador o su grado de satisfacción generado en la empresa, la gestión que realizan los directivos o personal a cargo para mantenerse a la empresa a la vanguardia en nuevos procesos o técnicas empleadas en el sector de confecciones.

Es importante consolidar un buen ambiente laboral porque es la base fundamental para alcanzar al máximo, el rendimiento en todas las áreas de trabajo y cuáles son los objetivos planteados dentro de la empresa por cada grupo de interés.

En el ámbito social se pretende determinar qué grado de participación le he conferido a la hora de ejecutar una campaña social que realice la empresa, así mismo, si la empresa está comprometida de igual manera con sus colaboradores otorgando beneficios adicionales que no estén obligados por la ley, de la misma manera cómo influirían las capacitaciones en diferentes temas a los trabajadores y cómo se vería reflejado en la percepción del cliente interno al reconocer o evaluar la imagen empresarial de la empresa.

2.7 Análisis cuantitativo y cualitativo

2.7.1 Encuestas

Análisis de la Pregunta 1.

¿Considera usted que la empresa debería aplicar normas de RSE?

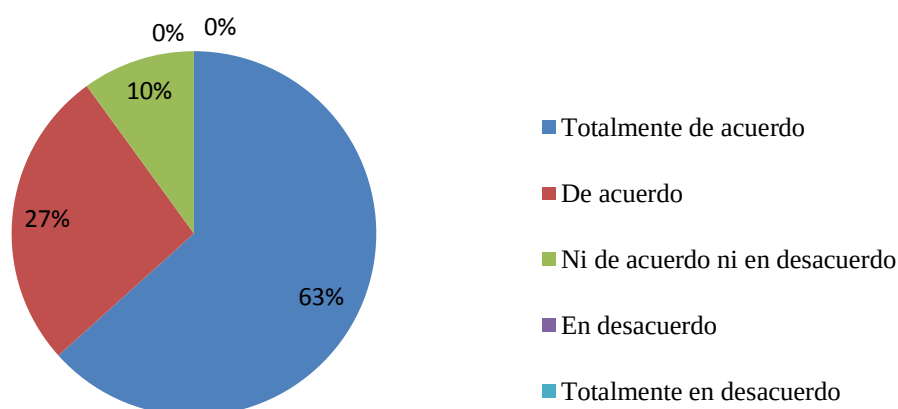
Tabla 3. Empresa debería aplicar normas de RSE

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	19	63%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 5. Empresa debería aplicar normas de RSE



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 63% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo mencionan que consideran que la empresa debería aplicar normas de RSE, por otro lado el 10% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo, se obtiene gran aceptación de la aplicación de RSE en la empresa.

Análisis de la Pregunta 2.

¿Cree que la misión, visión y valores deben alinearse a principios de lealtad, transparencia y justicia?

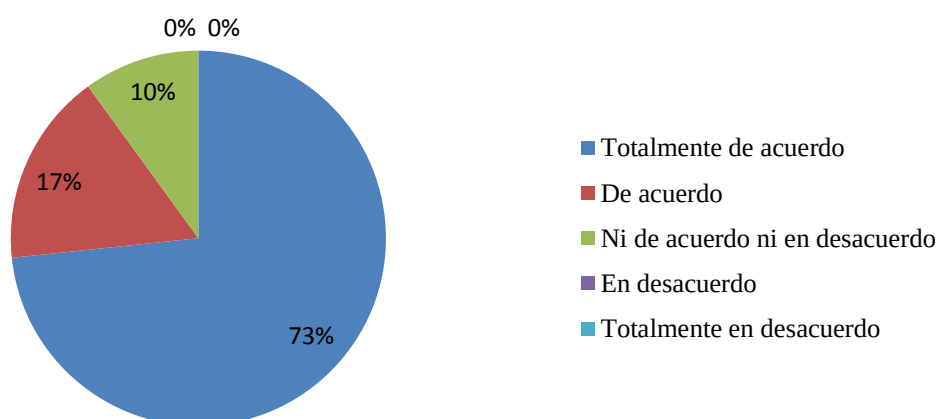
Tabla 4. Cumplimiento de políticas

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	22	73%
De acuerdo	5	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 6. Cumplimiento de políticas



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 73% de los encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo, el 17% de acuerdo mencionan que la misión, visión y valores deben alinearse a principios de lealtad, transparencia y justicia, por otro lado el 10% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Análisis de la Pregunta 3.

¿Desde su percepción, la empresa gestiona un buen tratamiento a los residuos que se derivan de su actividad?

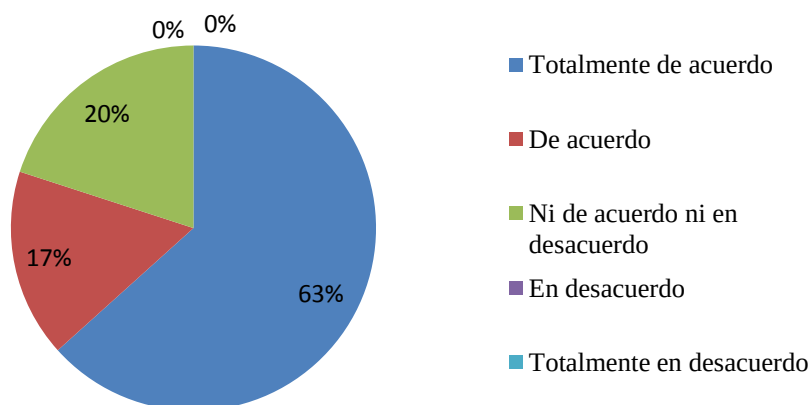
Tabla 5. Tratamiento de desperdicios

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	19	63%
De acuerdo	5	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 7. Tratamiento de desperdicios



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 63% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 17% de acuerdo mencionan que la empresa gestiona un buen tratamiento a los residuos que se derivan de su actividad, por otro lado el 20% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Análisis de la Pregunta 4.

¿Cree usted que las PYMES de confecciones deben aplicar programas que disminuyan su huella ecológica en su actividad diaria?

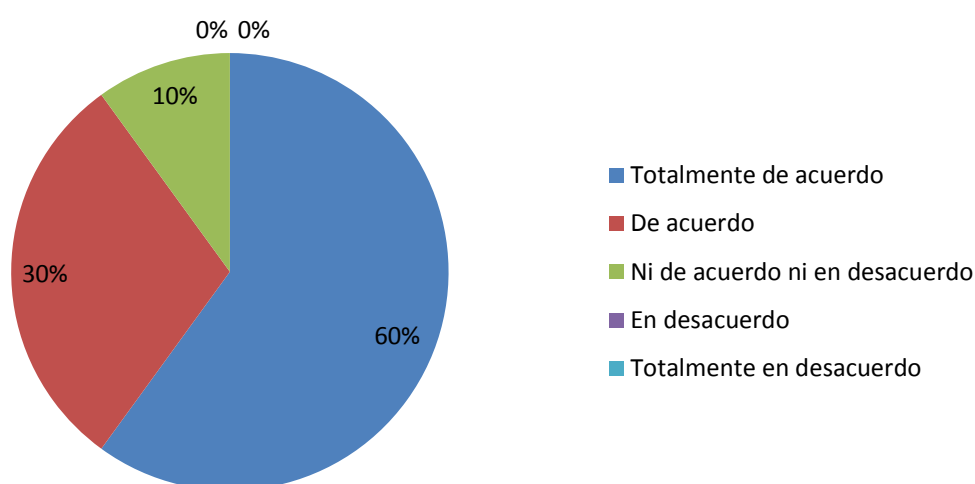
Tabla 6. Programas que disminuyan la huella ecológica

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	18	60%
De acuerdo	9	30%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 8. Programas que disminuyan la huella ecológica



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 60% de os encuestado menciona estar totalmente de acuerdo, el 30% de acuerdo mencionan que la empresa maneja programas donde se disminuya la huella ecológica, por otro lado el 10% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% totalmente en desacuerdo,

Análisis de la Pregunta 5.

¿Considera que la empresa debería crear un buen ambiente laboral entre empleados y directivos?

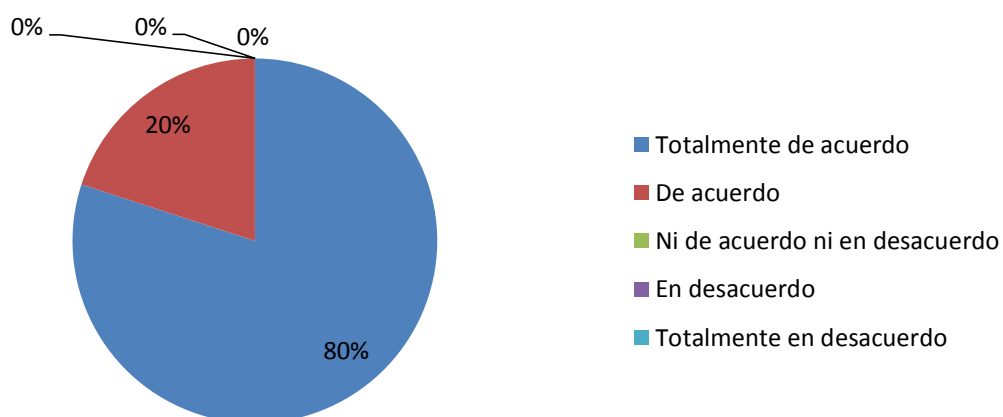
Tabla 7. Ambiente laboral entre empleados y directivos

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	23	80%
De acuerdo	6	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 9. Ambiente laboral entre empleados y directivos



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 80% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo mencionan que Consideran que la empresa debería crear un buen ambiente laboral entre empleados y directivos se tiene un gran índice de aceptación en la pregunta.

Análisis de la Pregunta 6.

¿Considera que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE?

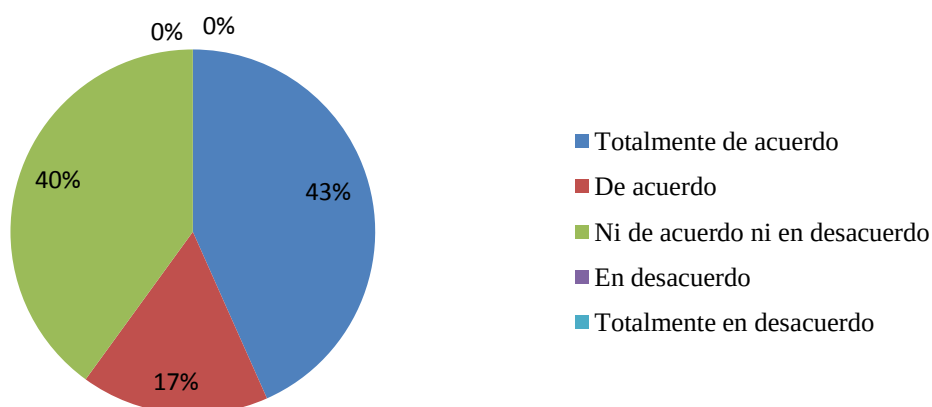
Tabla 8. Alineación de los grupos de interés

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	13	43%
De acuerdo	5	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	40%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 10. Alineación de los grupos de interés



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 43% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 17% de acuerdo mencionan que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE, por otro lado el 40% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Análisis de la Pregunta 7.

¿Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora?

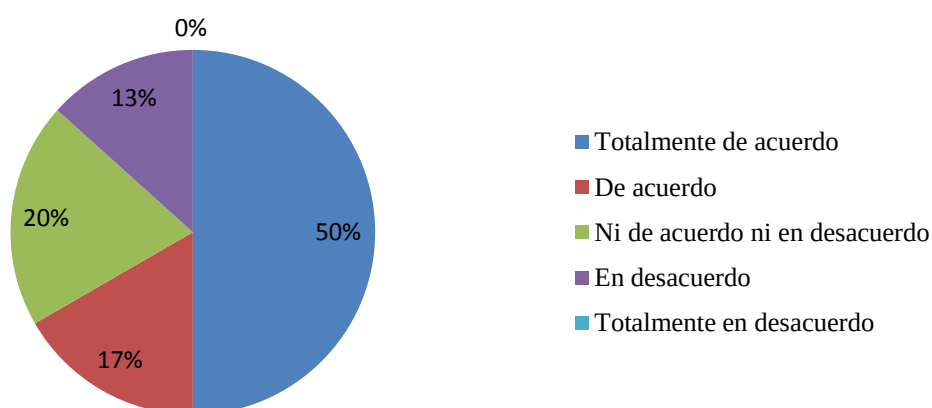
Tabla 9. Implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	15	50%
De acuerdo	5	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20%
En desacuerdo	4	13%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 11. Implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 50% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 17% de acuerdo mencionan que Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora, por otro lado el 20% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 13% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Análisis de la Pregunta 8.

¿La empresa se preocupa por otorgar incentivos para su crecimiento profesional?

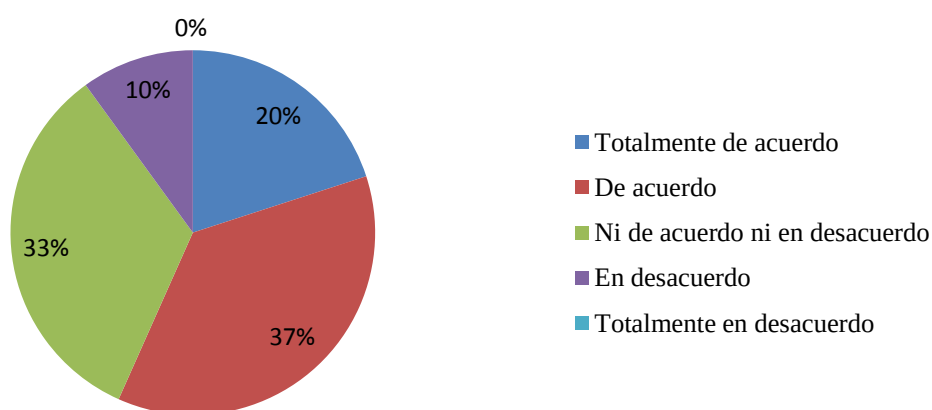
Tabla 10. Incentivos para su crecimiento profesional

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	6	20%
De acuerdo	11	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33%
En desacuerdo	3	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 12. Incentivos para su crecimiento profesional



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 20% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo mencionan que la empresa se preocupa por otorgar incentivos para su crecimiento profesional, por otro lado el 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% en desacuerdo y el 0% totalmente en desacuerdo, este resultado da una arista enorme de posibilidades para trabajar en crear nuevas formas que los empleados estén motivados para un correcto ambiente laboral y a su vez motivarlos a crecer para el bien mutuo.

Análisis de la Pregunta 9.

¿Considera usted que si la empresa aplica RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía?

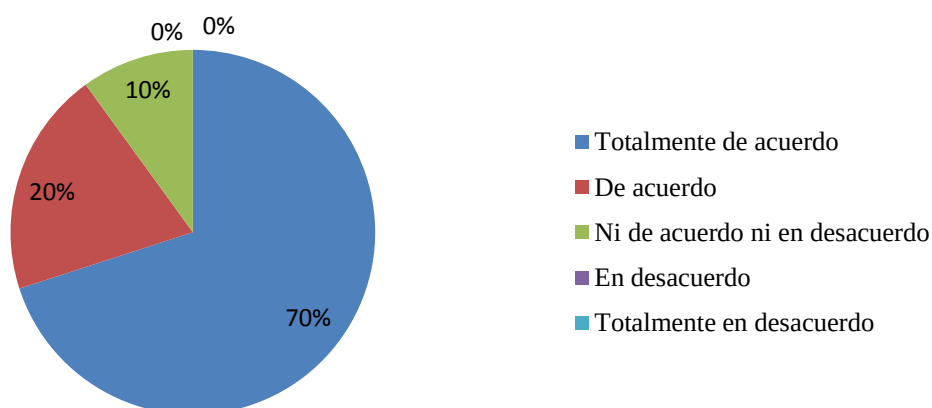
Tabla 11. Aplicar RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	21	70%
De acuerdo	6	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 13. Aplicar RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 70% de los encuestado menciona estar totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo mencionan que la Aplicación de RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía, por otro lado el 10% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo,

Análisis de la Pregunta 10.

¿Le gustaría trabajar en una empresa responsablemente sociable?

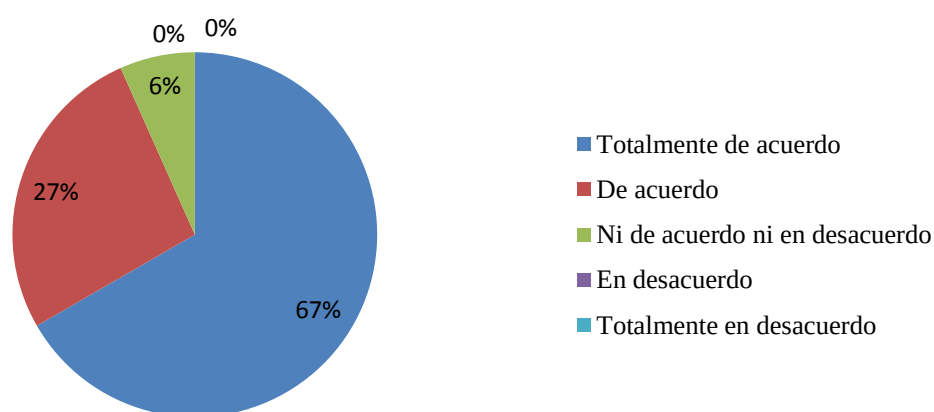
Tabla 12. Trabajar en una empresa responsablemente sociable

Alternativas	Resultados	Frecuencias
Totalmente de acuerdo	20	67%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Figura 14. Trabajar en una empresa responsablemente sociable



Fuente: SPSS Statistic

Elaborado por: el autor

Del total encuestado, el 67% de los encuestado menciona estar totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo mencionan que les gustaría trabajar en una empresa responsablemente sociable, por otro lado el 7% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 0% en desacuerdo y el 0% total desacuerdo, según los resultados los empleados de la empresa estarán dispuesto acogerse en el programa de RSE.

2.7.2 Entrevista

Entrevistas a sector Privado

Ing. Stalin Martillo

1. ¿Cuáles son los problemas que se presentan a menudo en la empresa?

Entre uno de los principales problemas que se presentan de manera cotidiana tiene que ver con la cadena de producción que uno de los elementos principales en las confecciones son el personal que elabora las confecciones que la mayoría del personal solo tiene instrucción primaria y no están acostumbrados a respetar las políticas de la empresa ajustarse a los horarios de entrada y salida

2. ¿Cómo es su relación laboral con sus grupos de interés (proveedores, clientes internos externos y público en general)?

Proveedores; la gran parte de los proveedores se escogen de acuerdo a las necesidades que requiere la empresa no existe un patrón a seguir se hace negocios y al mes siguiente puede ser que sea el mismo o probablemente no.

Clientes internos; con respecto a los clientes internos la relación que se maneja en los últimos años ha decaído por el índice de rotación de personal la gran mayoría del personal no sobrepasan los 6 meses de permanencia y esto dificultan los procesos al interno de la empresa.

Clientes externos; la mayoría de los clientes externos se manejan por volúmenes de venta son pocos son los clientes al por mejor la gran parte de estos clientes se manejan de manera verbal no existen contratos de por medio

Público en general; al tratarse de una empresa que busca la consolidación en el mercado y está en lucha por ese posicionamiento con la competencia el público en general representa un target no explorado aun por que se busca conseguir a los clientes frecuentes.

3. *¿Qué tipo de proceso de producción o manufacturero utiliza?*

Las confecciones que se realizan en la empresa es de carácter artesanal realizado a mano con máquinas de coser semi industriales en las confecciones siempre se realiza un control de calidad para minimizar el margen o en su caso poder mejorar el error en que se ha incurrido con el paso del tiempo se ha podido reducir el margen de error a un 3 a 5% que es un porcentaje relativamente bajo frente a otras empresas que siguen con el mismo proceso.

4. *¿Cuál es su porcentaje de residuos que no puede utilizados nuevamente en la empresa, sea en telas, y demás componentes necesarios para elaborar un producto?*

Con respecto al manejo de los residuos la empresa siempre busca que se trate de utilizar en lo más posible todos los materiales de la producción en porcentaje de hilos y telas que forman parte de los residuos que ya no se pueden utilizar es de un 10 a 15% porque se trabaja bajo moldes con el fin de la correcta distribución en las telas para aprovechar al máximo posible este material

5. *¿Cuál es el procedimiento que se aplica a los residuos de la empresa?*

Una vez que se obtiene los residuos del material que ya por completo no se puede reutilizar para formar parte de otra prenda se procede al desecho de este porcentaje de residuos

*Entrevistas a sector Público**Ing. Víctor Tóala*

1. ***¿Cómo influye el MIPRO en programas o proyectos que ayuden a disminuir la huella ecológica en el sector de confecciones?***

El MIPRO mediante sus mecanismos cuenta con diversos programas para poder ayudar a disminuir la huella ecológica empleada en este sector una de ella parte en la identificación del consumo de los recursos que se generan en la cadena de valor lo cual permite tener un diagnóstico del consumo de agua, energía, papel y la manera como se genera los desechos.

2. ***¿De qué manera interviene el MIPRO para mejorar la productividad de las PYMES de confecciones?***

Mediante diversos programas uno de ellos es las constantes capacitaciones que se brindan a los actores de este sector.

3. ***¿Cuáles son las limitaciones del sector de confecciones de ropa de la ciudad de Guayaquil?***

La falta de tecnología de alto nivel que sin duda alguna la competencia si la tiene en el mercado extranjero y de sus principales competidos que es el país fronterizo Colombia.

4. ***¿De qué manera el MIPRO mediante asesorías técnicas ayudaría las PYMES de confección de ropa, en mejorar su productividad?***

En si el MIPRO como tal no brinda asesorías técnicas para mejorar productividad en el sector en si el MIPRO atiende requerimientos puntuales de todos los productores que se desenvuelven en este sector.

5. ¿Cuál es el grado de crecimiento de PYMES de confección de ropa en el sector de Guayaquil?

El crecimiento de este sector en los últimos años no ha sido alto al contrario se mantiene una línea que va en decrecimiento en exportaciones este sector ve su auge en el mercado local donde puede competir con diseños ecuatorianos, por otro lado el apoyo del gobierno al poner salvaguardias en las importaciones de este tipo.

Entrevistas a Docentes

Ing. Guido Poveda, MSc.

1. ¿Cree usted que la aplicación de RSE, en las PYMES de confección de ropa contribuirá en mejorar los ingresos y volumen de venta del sector?

Hoy en día la responsabilidad social empresarial tiene un carácter mandatorio para que las empresas tengan competitividad y sustentabilidad durante el tiempo, recordemos que la RSE agrupo a todo lo que concierne la economía, el medio ambiente y la sociedad en general estos tres puntales del éxito como los denomino deben estar debidamente entrelazados, Va a ser beneficioso para las PYMES debido a que en ellas se desenvuelven, familias, artesanos que al fortalecer directamente y ser amigables con el ambiente van a mejorar sus ingresos y volumen de ventas y por ende van a permanecer en el tiempo.

2. ¿De qué manera se debería implementar normas de RSE al sector de confecciones?

La Responsabilidad Social Empresarial está basada en las normas ISO 26000 el primer paso que se debe hacer es una concientización de que son las normas ISO 26000 y lo que representa la RSE en el mundo actual, se debe tener en cuenta que las PYMES no tiene garantizado el éxito pero si le asegura que las cosas van a marchar

bien detectando oportunidades de mejora también podrán enmendar cualquier situación que se presente y lograr sus objetivos con oportunidad y eficiencia.

3. *¿la aplicación de normas de RSE a las PYMES de confección de ropa ayudaría a incrementar la demanda y preferencia del producto ecuatoriano en el mercado exterior?*

Las normas de RSE es parte del mundo actual y con la aplicación de RSE en la PYMES va a garantizar una oportunidad más en la exportaciones con destino al exterior el producto final va a ser bien visto porque está elaborada bajo el sello de RSE que tiene que ser amigable con el ambiente tener buenos procesos y que su cadena de distribución se maneje con total armonía.

4. *desde una perspectiva general ¿Cuál sería el impacto de aplicar RSE en el sector de confecciones?*

El primer impacto es en los empleados que no creen más haya de recibir su sueldo a tiempo antes que una filosofía o una técnica de trabajo tan sofisticada como lo es la Responsabilidad Social Empresarial todo representa un proceso que no se da de golpe es por esta razón que se debe hacer una concientización y se quite el temor infundado.

5. *¿Cree usted que las PYMES de confección deben interesarse en crear ambientes armónicos, confiables al empleado para así mejorar su productividad y grado de satisfacción dentro de la misma?*

La sinergia o buen usos de los espacios forman parte de su entorno de trabajo y esta a su vez interactúa con el medio ambiente que es uno de las aristas fundamentales junto con la economía y con la sociedad en general es por eso que es importante se facilite o se dé la importancia necesaria se sientan importantes se sienta en casa y así crear un ambiente armónico.

Econ. Juan López, MBA.

1. ***¿la aplicación de RSE, en las PYMES de confección de ropa contribuiría en mejorar los ingresos y volumen de venta del sector?***

La responsabilidad social empresarial es parte de un proceso de mejora organizacional la RSE busca crear conciencia en el mercado que está escuchando y tomar en cuenta situaciones que la sociedad te pide para tener un ingreso y mejorar el volumen de ventas, el mercado debe estar sintonizado y preferir alguien que esté ofreciendo este tipo de productos

2. ***¿De qué manera se debería implementar normas de RSE al sector de confecciones?***

Se debe concientizar al personal activo de la empresa en materia de RSE, e incorporar nuevo personal para las confecciones en este caso costureras, artesanos o personas en grupos de vulnerabilidad, para crear una imagen corporativa para el público en general como una empresa que trabaja con la comunidad

3. ***¿la aplicación de normas de RSE a las PYMES de confección de ropa ayudaría a incrementar la demanda y preferencia del producto ecuatoriano en el mercado exterior?***

La Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad se debe cumplir, es una manifestación en una organización hacer productos de calidad y esto va a generar posicionamiento antes el público en general que se puede convertir en demanda.

4. ***Desde una perspectiva general ¿Cuál sería el impacto de aplicar RSE en el sector de confecciones?***

El impacto que puede tener es exclusividad a pesar de no ser un sector elitista y que eso transmita al mercado que se va atender que es un negocio diverso multicultural que todos puedan acceder a él.

5. ***¿Cree usted que las PYMES de confección deben interesarse en crear ambientes armónicos, confiables al empleado para así mejorar su productividad y grado de satisfacción dentro de la misma?***

Evidentemente si tu logras crear un ambiente que sea atractivo al empleado los trabajadores van a estar sincronizados con la organización y vas a poder influir en sus acciones para que estén alineados a tus acciones y de esta manera evitar el ausentismo en el trabajo y disminuir la rotación de empleados que va a conllevar a una imagen buena al respecto de otras empresas

Ing. Adrián Muñoz Nivela, MSc.

1. ***¿Cree usted que la aplicación de RSE, en las PYMES de confección de ropa contribuirá en mejorar los ingresos y volumen de venta del subsector?***

Evidentemente que si por que va a ser parte de una mejora continua siendo más eficiente en la parte social porque se combina aristas como economía, social, ambiental y va a contribuir a una imagen empresarial que va hacer que los clientes se sientan en sintonía con la empresa y hagan que su demanda sea mayor.

2. ***¿De qué manera se debería implementar normas de RSE al sector de confecciones?***

Creando una concientización en los empleados como primera medida porque ellos son la base fundamental de la empresa, escoger a los proveedores que también aplique normas de responsabilidad social empresarial para crear una base para que todos los procesos sean una sola unidad guiándose al mismo lugar.

3. ***¿Usted cree que la aplicación de normas de RSE a las PYMES de confección de ropa ayudaría a incrementar la demanda y preferencia del producto ecuatoriano en el mercado exterior?***

La Responsabilidad social es una herramienta fundamental para poder ingresar a un país debido a que en diversos mercados extranjeros están lineado con normas de

responsabilidad social que la aplicación conlleva a una mejora del producto, tenga más calidad y un mejor proceso de producción.

4. Desde una perspectiva general ¿Cuál sería el impacto de aplicar RSE en el subsector de confecciones?

Crear una ventaja frente a tus competidores que quizás tomen a la responsabilidad social empresarial como una norma complementaria y no como lo que en realidad es ganar un mercado que quizás aún no este explorado o que se sienta atraído por los productos que se ofrecen

5. ¿Cree usted que las PYMES de confección deben interesarse en crear ambientes armónicos, confiables al empleado para así mejorar su productividad y grado de satisfacción dentro de la misma?

Definitivamente se deben crear un ambiente armónico en la empresa para conseguir que los trabajadores se sientan identificados con la empresa y a su vez permitir que nuevos empleados quieran formar parte del equipo de trabajo de la empresa.

Alineación de los grupos de interés	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,164 ,385 30	-,213 ,258 30	-,369 ,719 30	-,337 ,845 30	-,332 ,073 30	1 30	,767** ,001 30	-,797* ,030 30	-,322 ,910 30	-,884** ,007 30
estrategias de Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,277 ,687 30	,035 ,855 30	-,014 ,941 30	,213 ,258 30	-,201 ,287 30	,767** ,001 30	1 30	-,850** ,002 30	,374 ,697 30	-,788 ,642 30
Incentivos para su crecimiento profesional	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,403 ,988 30	-,012 ,950 30	,153 ,421 30	,044 ,816 30	,205 ,278 30	-,797* ,030 30	-,850** ,002 30	1 30	-,137 ,471 30	,176 ,352 30
Aplicar RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,272 ,145 30	,212 ,261 30	,353 ,056 30	-,321 ,910 30	,075 ,694 30	-,022 ,910 30	,074 ,697 30	-,137 ,471 30	1 30	-,108 ,571 30
Trabajar en una empresa responsablemente e sociable	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,413 ,946 30	,433 ,864 30	-,102 ,593 30	,058 ,762 30	-,084 ,659 30	-,884** ,007 30	-,788 ,642 30	,176 ,352 30	-,108 ,571 30	1 30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

2.8.1 Análisis e interpretación de Resultados.

Este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos.

2.8.2 Escala 4: Rango Relación

0 – 0,25: Escasa o nula

0,26-0,50: Débil

0,51- 0,75: Entre moderada y fuerte

0,76- 1,00: Entre fuerte y perfecta 5

La variable sobre Cumplimiento de políticas ¿Cree que la misión, visión y valores deben alinearse a principios de lealtad, transparencia y justicia?, y la variable Alineación de los grupos de interés ¿Considera que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE? señala una correlación de ,767^{**} lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta en plantear principios y valores de ética que permitan llegar al cumplimiento de la misión y visión de la RSE en las Pymes de Vestimenta.

La variable sobre sobre Cumplimiento de políticas ¿Cree que la misión, visión y valores deben alinearse a principios de lealtad, transparencia y justicia?, y la variable Programas que disminuyan la huella ecológica ¿Cree usted que las PYMES de confecciones deben aplicar programas que disminuyan su huella ecológica en su actividad diaria? señala una correlación de ,816^{*} lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta de regularizar el cumplimiento de todos los principios, valores, misión y visión.

La variable sobre estrategias de Responsabilidad Social Empresarial ¿Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora? y la variable Alineación de los grupos de interés ¿Considera que los grupos de interés de la

empresa deben alinearse a prácticas de RSE? señala una correlación de ,767** lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta de alinear al grupo de interés de la empresa con la Responsabilidad Social Empresarial.

La variable sobre Incentivos para su crecimiento profesional ¿La empresa se preocupa por otorgar incentivos para su crecimiento profesional? y la variable ¿Considera que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE? señala una correlación de -,797* lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta mediante la alineación de la Responsabilidad Social Empresarial con el grupo de interés los clientes internos de la empresa van a poder ser parte de incentivos para la superación profesional y personal.

La variable sobre Trabajar en una empresa responsablemente sociable ¿Le gustaría trabajar en una empresa responsablemente sociable? y la variable Alineación de los grupos de interés ¿Considera que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE? señala una correlación de -,884** lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta desarrollar un programa de Responsabilidad Social en las PYMES de confecciones de Guayaquil.

La variable sobre Incentivos para su crecimiento profesional ¿La empresa se preocupa por otorgar incentivos para su crecimiento profesional? y la variable estrategias de Responsabilidad Social Empresarial ¿Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora? Señala una correlación de -,850* lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta de incentivar a los empleados de la compañía para generar en ellos más compromiso y se sientan identificados con la empresa.

La variable sobre estrategias de Responsabilidad Social Empresarial ¿Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora? y la variable Trabajar en una empresa responsablemente sociable ¿Le gustaría trabajar en una empresa responsablemente sociable? señala una correlación de -0,788 lo cual da un Coeficiente de Pearson fuerte a considerar para la propuesta de un programa de responsabilidad social en las PYMES de confecciones en la ciudad de Guayaquil y que estaría en sincronía con la satisfacción con los empleados.

2.9 Conclusión

De acuerdo a los resultados presentados anteriormente, se concluye que las PYMES de confecciones de Guayaquil no cuentan con una estructura delimitada, su funcionamiento se da de manera empírica, la fuerza laborar en algunos casos son la propia familia y en otros casos los empleados no están comprometidos con la empresa, no existe un vínculo entre los empleadores y empleados, el ambiente laboral está deteriorado, Los directivos de las PYMES, no presentan la Responsabilidad Social Empresarial como una medida de redistribución hacia la sociedad, además se concluye que un pequeño porcentaje de las empresas han implementado acorde a sus limitaciones, normas internacional en carácter social.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los expertos en materia de Responsabilidad social empresarial es un proceso de mejora continua que hace parte del mundo moderno, en la actualidad la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial ya es un requisito indispensable para poder llegar a un mercado extranjero, la RSE forma parte de un proceso que en la mayor parte de los casos empieza con una concientización por parte de los directivos de la empresa sobre los beneficios de trabajar en una empresa responsablemente sociable

Los directivos de las PYMES se puede corroborar que no todas las PYMES está en capacidad para aplicar un Plan de RSE, esto se debe a que algunas pequeñas empresas, la fuerza laboral es la misma familia.

Las PYMES en su mayoría, no toman en consideración el argumento dado por parte de los empleados en cambiar, implementar o innovar algún proceso o procedimiento que se realiza en la empresa, Los empleados del sector de confecciones de la ciudad de Guayaquil mencionan que le gustaría trabajar en una empresa en dónde se tome en consideración Responsabilidad de social empresarial.

2.10 Recomendación

De acuerdo a las conclusiones presentadas anteriormente se recomienda que: las PYMES construyan una estructura sólida basada en la ética, buenos valores, principios y que estén siempre presentes en cualquier actividad que realice la empresa; la fuerza laboral sea parte de la estructura organizacional que se está empleando donde se separen los vínculos familiares y se respeten el rango jerárquico sin crear un mal ambiente laboral. Se explore a toda su magnitud las normas de Responsabilidad Social Empresarial.

Al realizar o diseñar un programa para las PYMES de confección de ropa, se deben tomar en consideración, el número de empleados, sus alcances y todos los recursos con los que cuenta la empresa para poder desarrollar un plan que sea adaptable y no represente algún tipo de riesgo para la empresa, en el corto plazo. Las empresas de confección deben emplear medidos de comunicación efectivos, el cual esté a disposición de los empleados, ya que así se genera un ambiente de participación entre los trabajadores de la empresa. Los directivos de las PYMES que estén en capacidad de diseñar un Plan de RSE realicen dichas gestiones de manera participativa con los grupos de interés identificados, ya que cuentan con el apoyo de los clientes internos.

3. Capítulo III

3.1 Propuesta

Programa de Responsabilidad Social Empresarial al sector de confecciones en la ciudad de Guayaquil en pilares sociales, ambientales y económicos.

3.1.1 Introducción

Hoy en día para las empresas hallar estrategias que ayuden a materializar de mejor manera sus intereses y vincularlas de manera arraigada al beneficio social es imprescindible en el corto, mediano y largo plazo, para esto la pequeña empresa en cuanto a su desarrollo económico, social y ambiental hegemónico y en virtud de la misión y visión con la que han venido desarrollando sus actividades se presenta un plan de aplicación de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de afianzar en la comunidad el vínculo primordial existente entre comunidad – empresa.

La aplicación de un plan de RSE aumentaría la presencia de la pequeña empresa en la comunidad local, por consiguiente al ser una empresa que se preocupa por crear condiciones de competitividad a raíz de un esfuerzo conjunto con sus grupos de intereses desencadenaría de forma exponencial su grado de injerencia en el contexto nacional y posteriormente internacional, ya que de manera local – nacional, la empresa cumple con los lineamientos nacionales establecidos en la ley.

3.1.2 Justificación.

La presente propuesta se realiza con el afán de diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial aplicada al sector de confecciones en la Ciudad de Guayaquil, dicho plan se adecua a las normas internacionales que rigen a disponibilidad de las empresas.

El plan de RSE se realiza con la finalidad de promulgar las responsabilidades sociales de la empresa en direccionarse al desarrollo social, ya que los directivos de las PYMES no tienen conocimiento pleno de RSE, además el implemento de un Plan de RSE representaría un buena opción de percepción de las empresas extranjeras que demanden o prefieran productos, en cuyo ciclo de producción mantuvieron un enfoque de desarrollo social.

En el mercado europeo existen empresas que están afiliadas a una asociación o red mundial que apliquen responsabilidad social, un ejemplo de ello, es la suscripción al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con sede en España.

3.1.3 Fundamentación de la propuesta.

La responsabilidad social es un aporte circunstancial que puede ser introducido de manera total o parcial, siempre y cuando se acondicionen las medidas necesarias para una correcta aplicación, el Plan de responsabilidad social empresarial puede ser aplicado a una empresa PYMES y sin importar su categorización.

Las PYMES que se dedican a la confección de prendas de vestir no tienen un programa de responsabilidad social, dado que sus trabajadores desconocen totalmente el concepto de este término, por ser medianas empresas por sus condiciones se les dificulta garantizar condiciones en el corto plazo que contribuya a la conservación del medio ambiente o al entorno que la rodea, es por dicha razón que al crear los componentes necesarios y aplicarlo de manera eficaz podría contribuir a mejorar la misión, visión y valores de la empresa, los grupos principales de interés, a generar mejores imagen empresarial, aumentar los ingresos y demás beneficios que se derivan de una empresa socialmente responsable.

El Plan de RSE se presenta de la siguiente manera.

3.2 Título.

Responsabilidad Social Empresarial en el sector de confecciones en la ciudad de Guayaquil.

3.2.1 Situación actual

Para poder implementar normas de responsabilidad social empresarial, la empresa debe identificar la situación actual de la empresa, para esto se debe evaluar de forma sincera las condiciones de la empresa, los recursos disponibles, los ingresos, costos, los proveedores y el enfoque que tiene la empresa en aplicar una responsabilidad social empresarial.

3.2.2 Aspectos principales

La empresa debe alinear la misión, visión y valores acordes a una estrategia y reconocimiento en principios lealtad, sinceridad y justicia, una participación empresarial que busca entre sus gestiones un desarrollo sostenible es la que obtendrá mayor competitividad en el mediano y largo plazo.

3.2.3 Objetivos

- ✓ Mejorar el ambiente laboral interno de la empresa.
- ✓ Promulgar la extensión de responsabilidad social con los proveedores y sectores públicos
- ✓ Contribuir a la preservación del medio ambiente.
- ✓ Emplear mecanismos que ayuden la inserción de la empresa en la sociedad.
- ✓ incentivar en la comunidad, la equidad social e implementar acciones socialmente responsables;
- ✓ Garantizar la satisfacción del cliente y fomentar la relación entre empresa – cliente.

3.3 Pilares a fortalecer en la empresa

El programa de RSE aplicada a las PYMES de confección de ropa, estará dada de manera generalizada en el siguiente diagrama, el diagrama contiene información sobre los aspectos que contendrá y en las páginas siguientes, cada pilar será detallado con más exactitud.

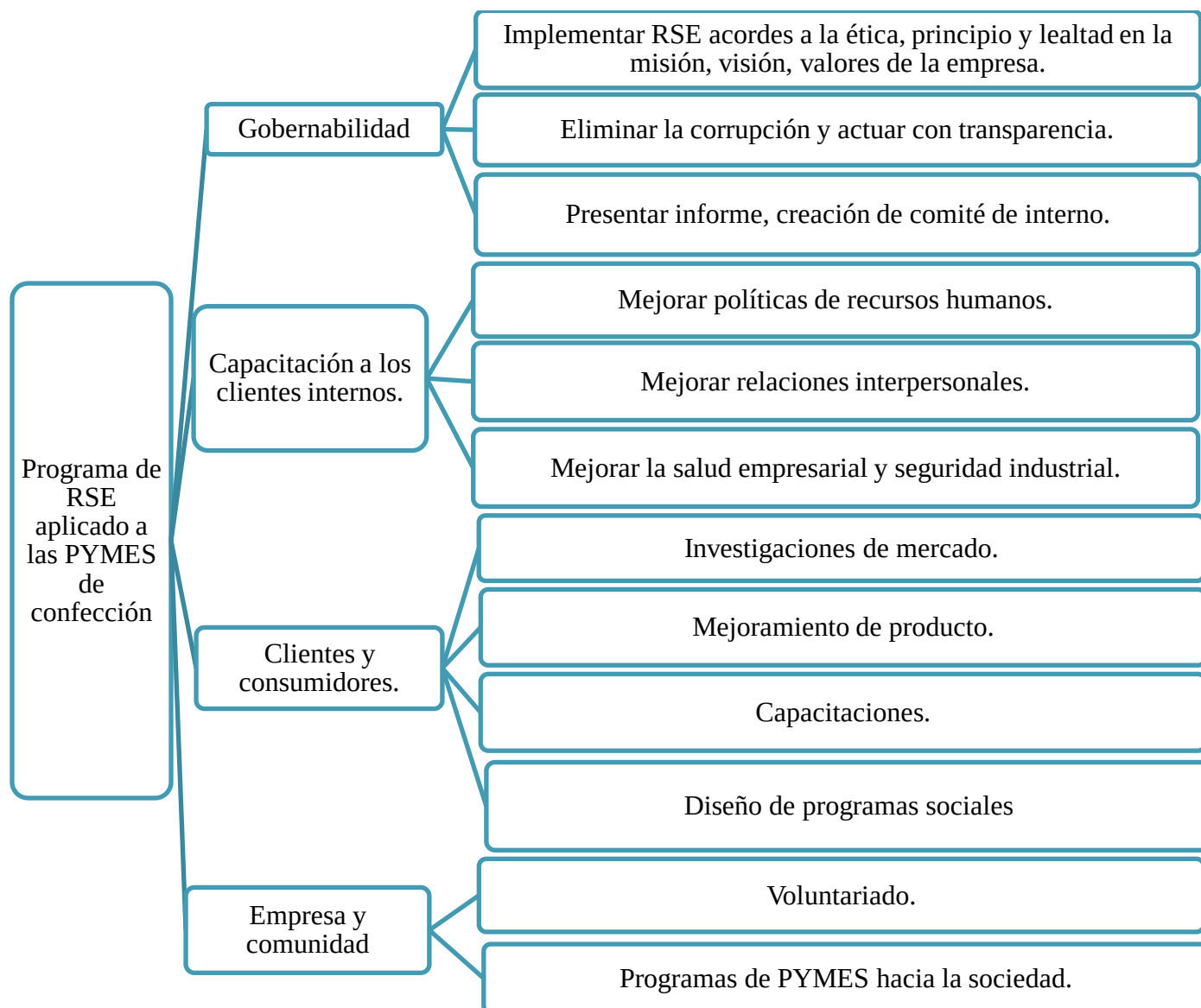


Figura 15 Programa de RSE aplicado a las PYMES de confección.

Fuente y elaborado por: el autor.

3.3.1 Sobre la gobernabilidad de la empresa

1. Estructurar un código de conducta en relación con los principios y objetivos planteados por la PYMES.
2. Eliminar en el mayor tiempo posible cualquier tipo de corrupción en la organización.
3. Actuar con transparencia cada acción en la organización.
4. Implementar programas que adecuen en nuevas tecnologías en el proceso productivo.
5. La empresa deberá presentar anualmente un informe de gestión a la comunidad en dónde se mencionará el nivel de intromisión de esta a través de los programas, técnicas e instrumentos utilizados, cuyos resultados reflejarán de manera cuantitativa y cualitativa. Los avances técnicos, económicos, ambientales y sociales serán presentados semestralmente con el fin de conocer la eficiencia y eficacia de las política tomadas para el caso, además el informe anual deberá ser presentado ante los grupos de interés y demás invitados con el fin de divulgar las acciones emprendidas por la empresa.

3.3.1.1 Implementación

Identificar y designar al comité que llevará acabo las actividades que la empresa desarrollará entorno a responsabilidad social empresarial.

Las personas elegidas para conformar el comité, deben tener un grado de antigüedad superior a los dos años, se elegirán tres personas democráticamente por los grupos de interés, además del gerente y el representante legal de la empresa.

Detectar cualquier tipo de corrupción mediante investigaciones minuciosas, en el personal directivo y empleados.

El informe semestral será presentado de forma digital evidenciando el nivel de injerencia del comité y la ruta propuesta que se seguirá en el transcurso del año dirigido hacia los grupos de interés, posteriormente el informe anual será divulgado interna y externamente con el fin de evidenciar y concientizar a los grupos de interés y la comunidad sobre las labores que realiza la empresa.

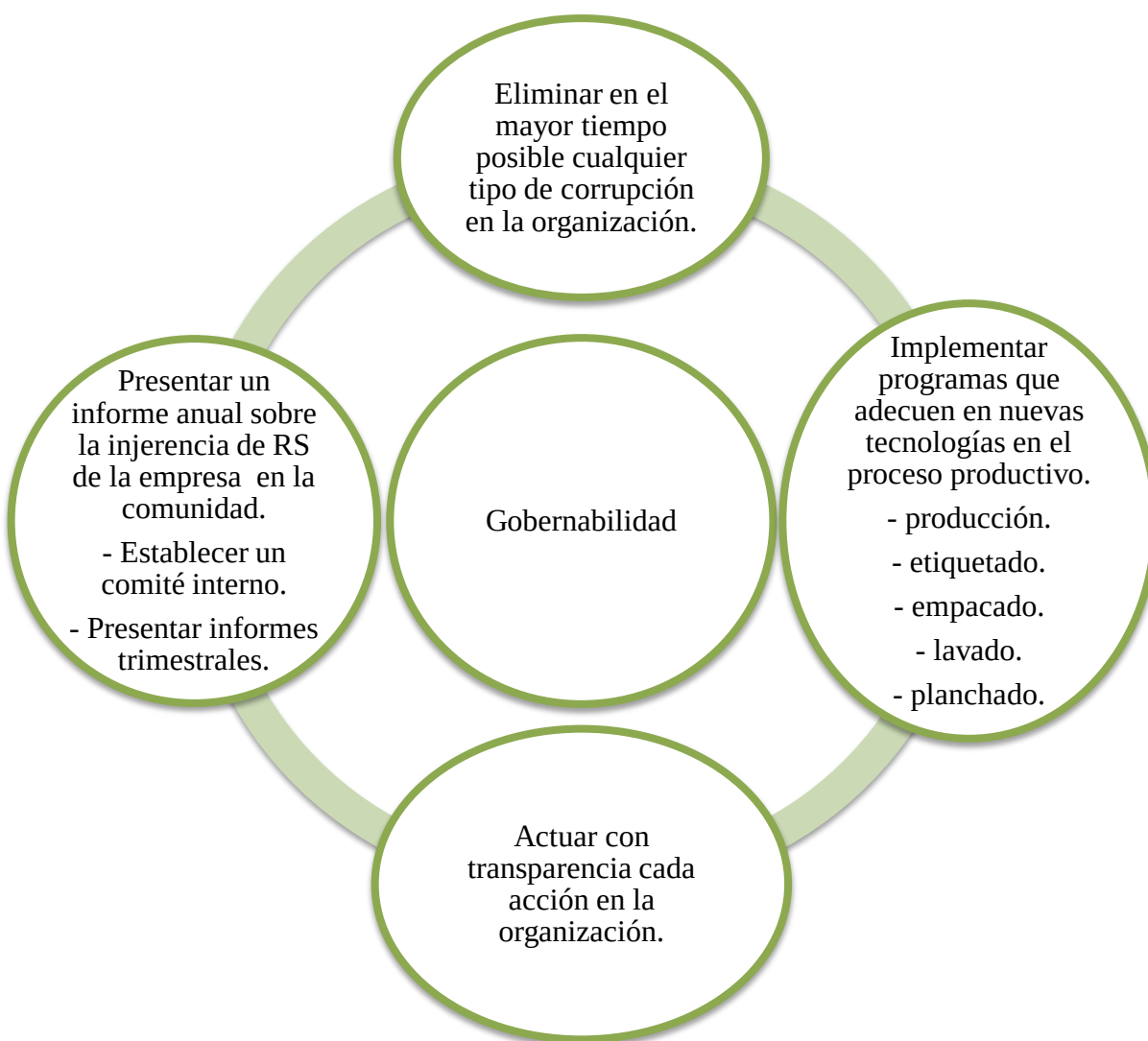


Figura 16 Sobre la gobernabilidad.

Fuente y elaborado por: el autor.

3.3.2 Actividades a efectuar en la empresa para lograr un mayor fortalecimiento y concientización de los clientes internos.

1. Incentivar la integración de la empresa con los empleados a través de canales de comunicación en dónde participaran todo el personal de la empresa.
2. Disminuir la rotación de empleados.
3. Incrementar la motivación de la empresa a través del departamento de recursos humanos o los medios con los que consta la empresa.
4. Mejorar la lealtad del componente humano.
5. Conciliar la relación fundamental entre trabajo y familia.
6. Mejorar la imagen de la empresa iniciando la injerencia en temas competentes por parte de los empleados.
7. Asegurar la seguridad de industrial acorde a las leyes habientes e incorporación de normas internacionales.
8. Incentivar la equidad de género e igualdad de condiciones para obtener un ascenso laboral.
9. Impulsar el talento de los recursos humanos.
10. Diseñar un programa de despido del personal siempre y cuando teniendo en cuenta la equidad, justicia y transparencia.
11. Contribuir a los empleados con salarios justos.

3.3.2.1 Implementación

Crear un buzón de reclamos o sugerencias, en dónde los empleados podrá comunicar a sus superiores cualquier tipo de acontecimiento positivo o no que haya suscitado en la empresa, así como su posible solución a los problemas. Este buzón será revisado cada dos semanas o en su caso, el tiempo de revisión será adaptado de acuerdo a las características y usos de este por los empleados.

El departamento de recursos humanos evaluará la contratación de cada empleado para determinar la relación laboral, además se exigirán nuevos requisitos al momento de seleccionar a los aspirantes y cuyos seleccionados deberán poseer desde el primer día de labor, todos los derechos estipulados en la ley así como la reglamentación interna que maneja la empresa.

Las charlas motivacionales, profesionales y familiares tendrán una duración de 120 horas, en dónde las charlas familiares se tratará de constar con los respectivos conyugues. De igual manera la equidad de género, se promulgará mediante campañas que internas y externas sobre el tema.

El aumento de seguridad industrial y la disminución de enfermedades laborales se establecerán mediante el análisis de cada sector de riesgo de la empresa, y las cuales serán retribuidos con salarios justos como los requerimientos técnicos o profesionales que la empresa crea pertinente.

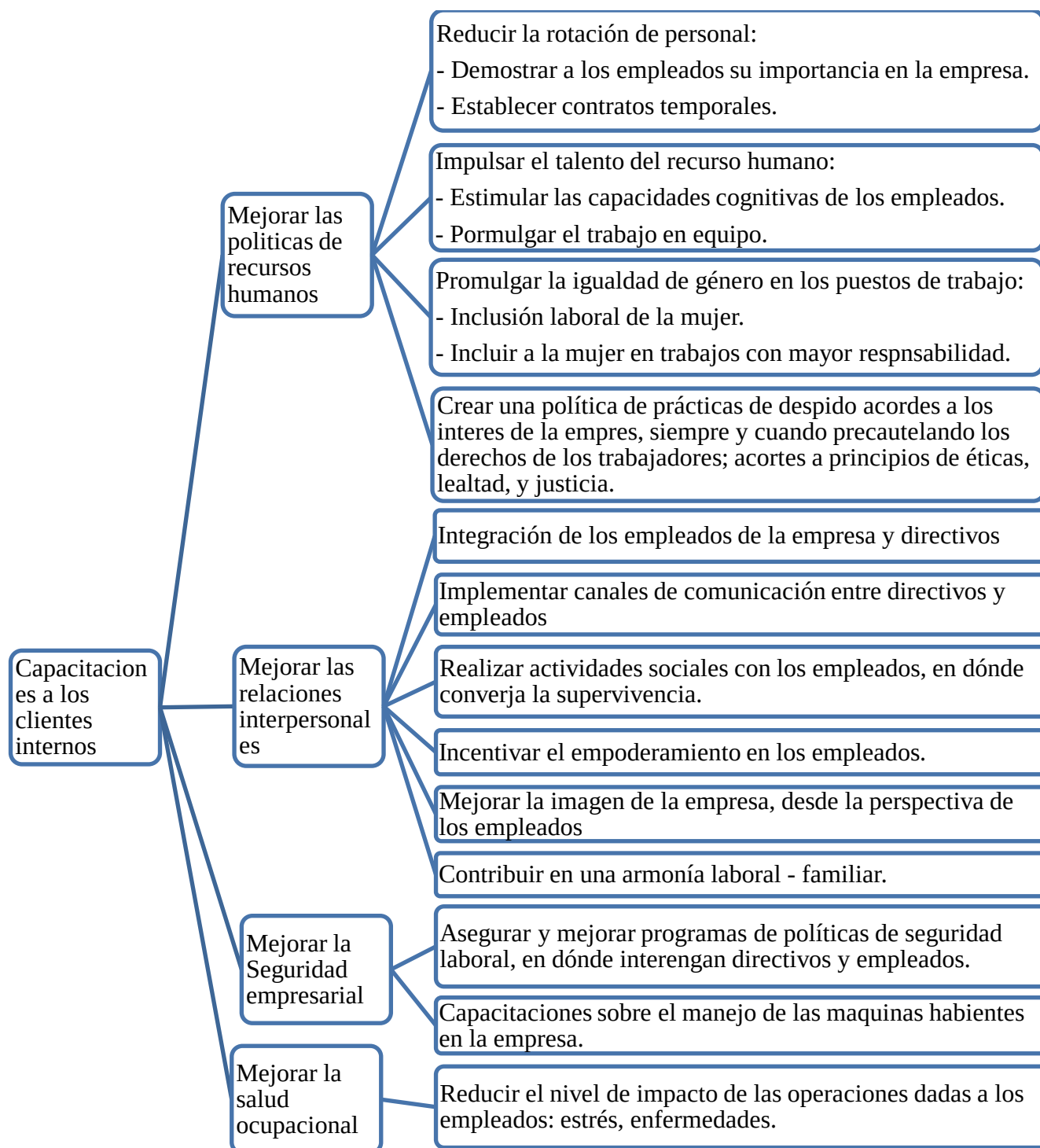


Figura 17 Plan de Capacitación.

Fuente y elaborado por: el autor.

3.3.3 Actividades relacionadas a la satisfacción del cliente y consumidor

Realizar un nuevo estudio de mercado teniendo en cuenta las 4 p (plaza, precio producto y promoción).

1. Investigar sobre mejores maquinarias locales (nacionales) para obtener productos con mayor calidad y en virtud reducir la huella de carbono derivado de las actividades de la empresa.
2. Presentar información más detallada sobre el producto y etiquetado y fuente de materia prima, inocuidad de producto.
3. Implementar tecnología en los procesos de producción.
4. Diseñar programas de ayuda social como ayuda o colaboración a grupos vulnerables, capacitaciones sobre derechos humanos, asistencia a damnificados o personas con enfermedades terminales en la localidad.
5. Capacitar a los empleados sobre el modo de interactuar con el cliente actuando con transparencia respeto y sinceridad ante él.

3.3.3.1 Implementación

En el transcurso de la creación del comité, se designará a las personas capaces de llevar a cabo una investigación de mercado nacional e internacional en los siguientes aspectos:

Investigación de mercado.

Investigación técnica (maquinarias y equipos tecnológicos).

Investigación o adecuación de productos.

Crear un listado en dónde voluntarios se encargara de llevar a cabo los programas que determine la empresa junto con los colaboradores partes del proyecto.

Las capacitaciones a los empleados tendrán una duración de 24 horas en dónde se priorizará la comunicación neurolingüística de este para con el cliente.

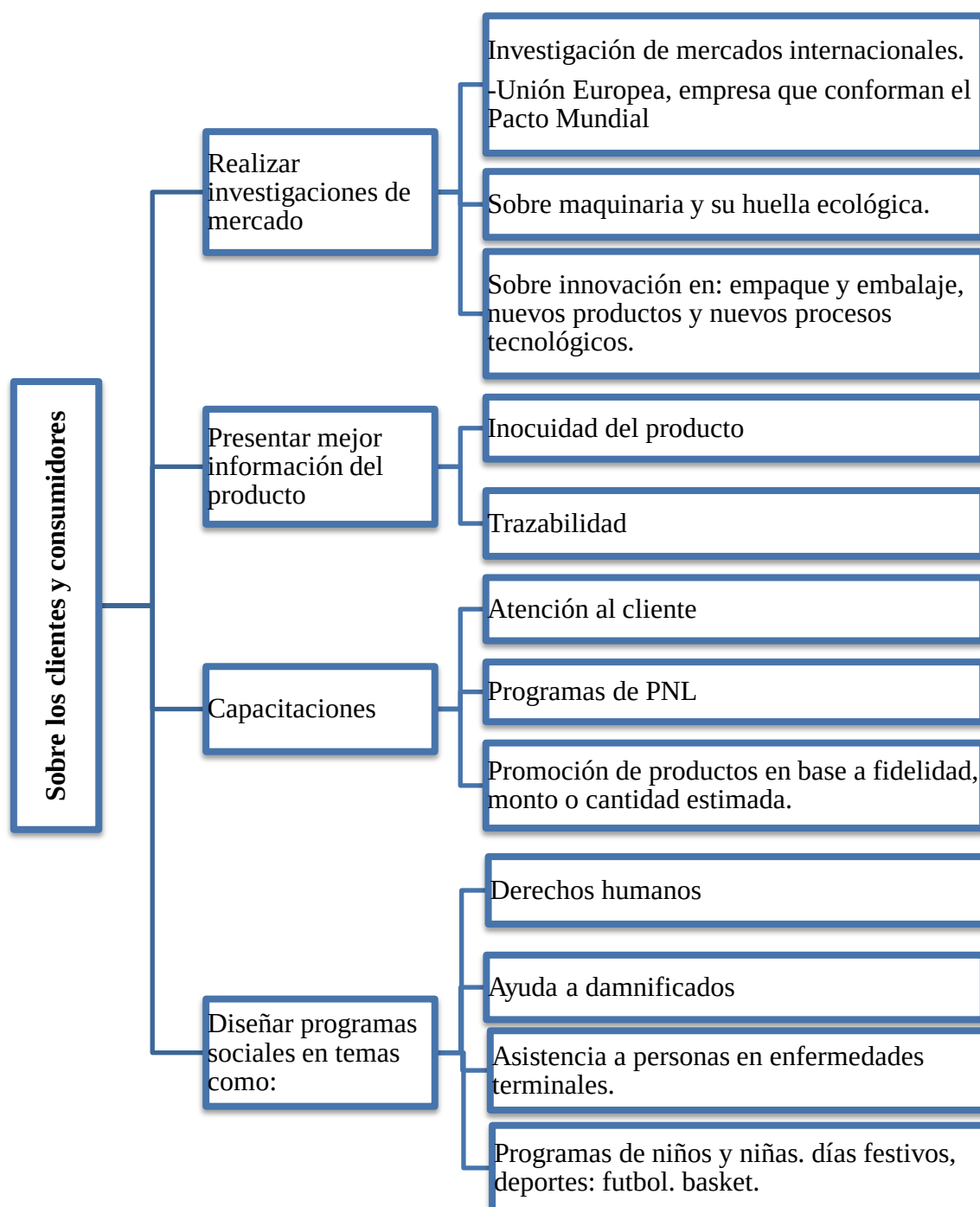


Figura 18 Aspectos esenciales a implementar

Fuente y elaborado por: el autor.

3.3.4 Actividades relacionadas a los proveedores de la empresa.

1. Divulgar entre los proveedores la inserción de la empresa en RSE.
2. Desarrollar procesos de preselección de mercancía prima.
3. Incentivar la aplicación de RSE en la cadena de producción de confecciones de ropa.
4. Aplicar las tres 3R en el proceso de producción o en la actividad diaria de las PYMES.
5. Evaluar y monitorear a los proveedores mediante un programa entorno al medio ambiente y público interno en dónde se establezcan las debidas acciones correctivas y preventivas para conseguir un sistema de mejoramiento continuo.
6. Exigir la totalidad del cumplimiento de prácticas de RSE de acuerdo a la actividad que realiza la empresa tratante proveedora.

3.3.4.1 Implementación

Se establecerá una reunión con todos los proveedores en dónde se mencionaran el programa que realizará la empresa en el transcurso del primer año, además se mencionará que la empresa negociará solo con demás empresas que implementen en su totalidad responsabilidad social empresarial; para esto la empresa otorgará un transcurso de dos años para que las demás empresas adapten en su totalidad a la RSE.

La empresa requeriría los documentos necesarios que avalen el cumplimiento de RSE; de igual manera la empresa a través de su comité establecerá una metodología que ayude a determinar y evaluar el rendimientos de las empresas proveedoras.

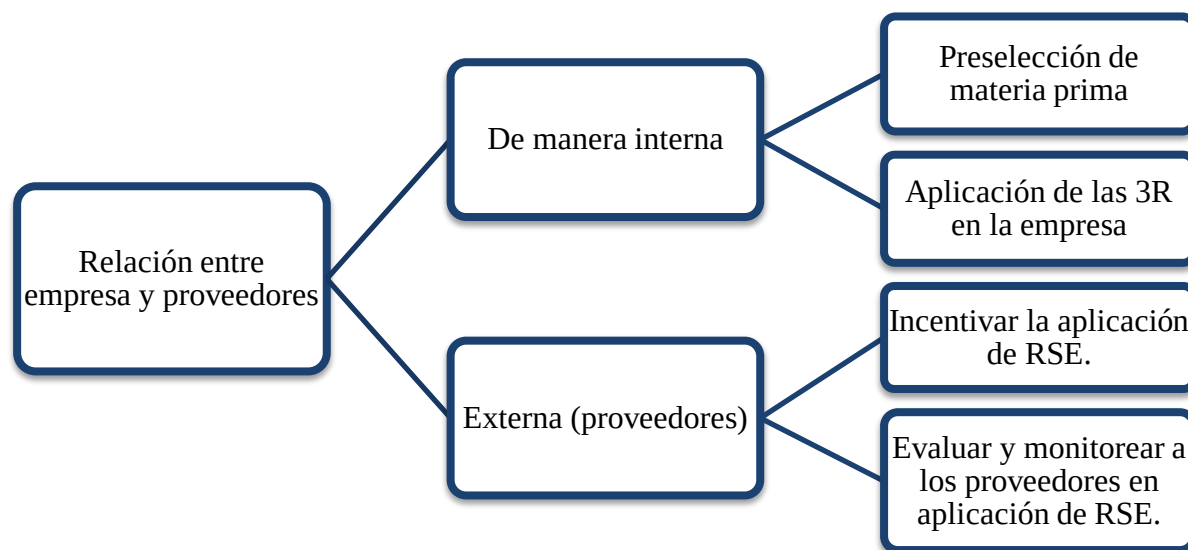


Figura 19 Relación entre empresa y proveedores.

Fuente y elaborado por: el autor.

3.3.5 Relación Empresa y comunidad

1. Crear un grupo de voluntarios.
2. Diseñar programas conjuntos entre voluntarios y empresa para el beneficio de la comunidad.
3. Donar un pequeño margen de productos a la comunidad en determinadas fechas festivas.
4. Crear un fondo de dinero en la empresa que se destine para el financiamiento de alguna obra específica de acuerdo con la naturaleza de la empresa.
5. Implementar indicadores que ayuden a determinar el efecto de las donaciones, obras físicas de la empresa en la comunidad.
6. Crear una vinculación entre empresa y ONGs para recibir muebles, dinero o algún otro ensere que ayude con el propósito de maximizar el aporte a la comunidad o grupo de interés o grupo de interés identificado.
7. Realizar acciones conjuntas que ayuden al empoderamiento de la comunidad.

3.3.5.1 Implementación

El grupo de voluntariado será conformado por personal de la misma empresa y demás personas que no pertenezcan a esta siempre y cuando se determine que las personas seleccionadas no demuestren alguna mala intención o intereses propios agresivos u hostiles.

Dependiendo de las condiciones que se generen en la empresa, esta determinara si está económicamente en posición de ejecutar algún tipo de programas cuyo beneficiario sea la sociedad, o en su caso donar insumos, muebles o enseres, aparatos tecnológicos o demás bienes que no sean necesarios o que hayan perdido su valor comercial para la empresa.

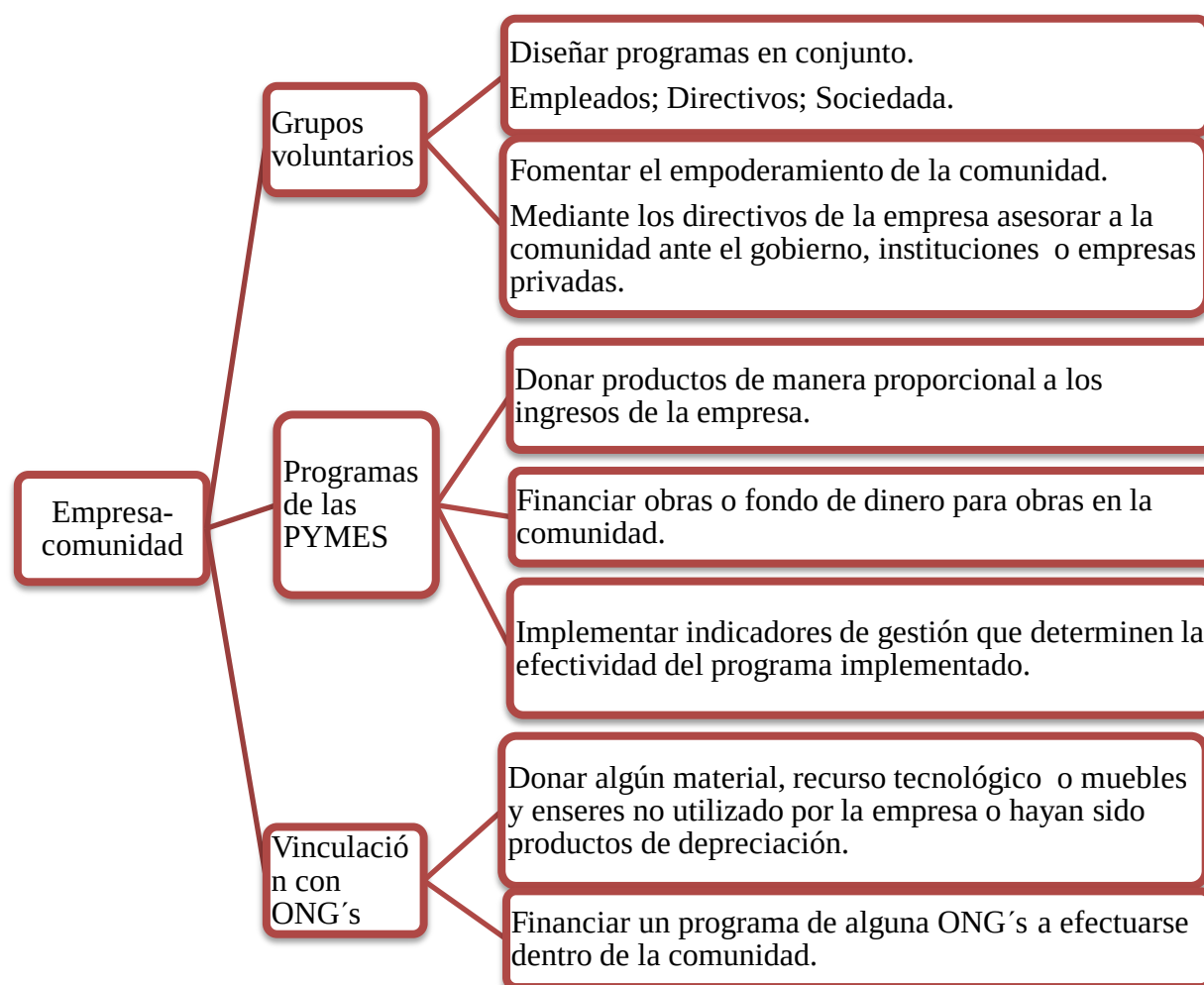
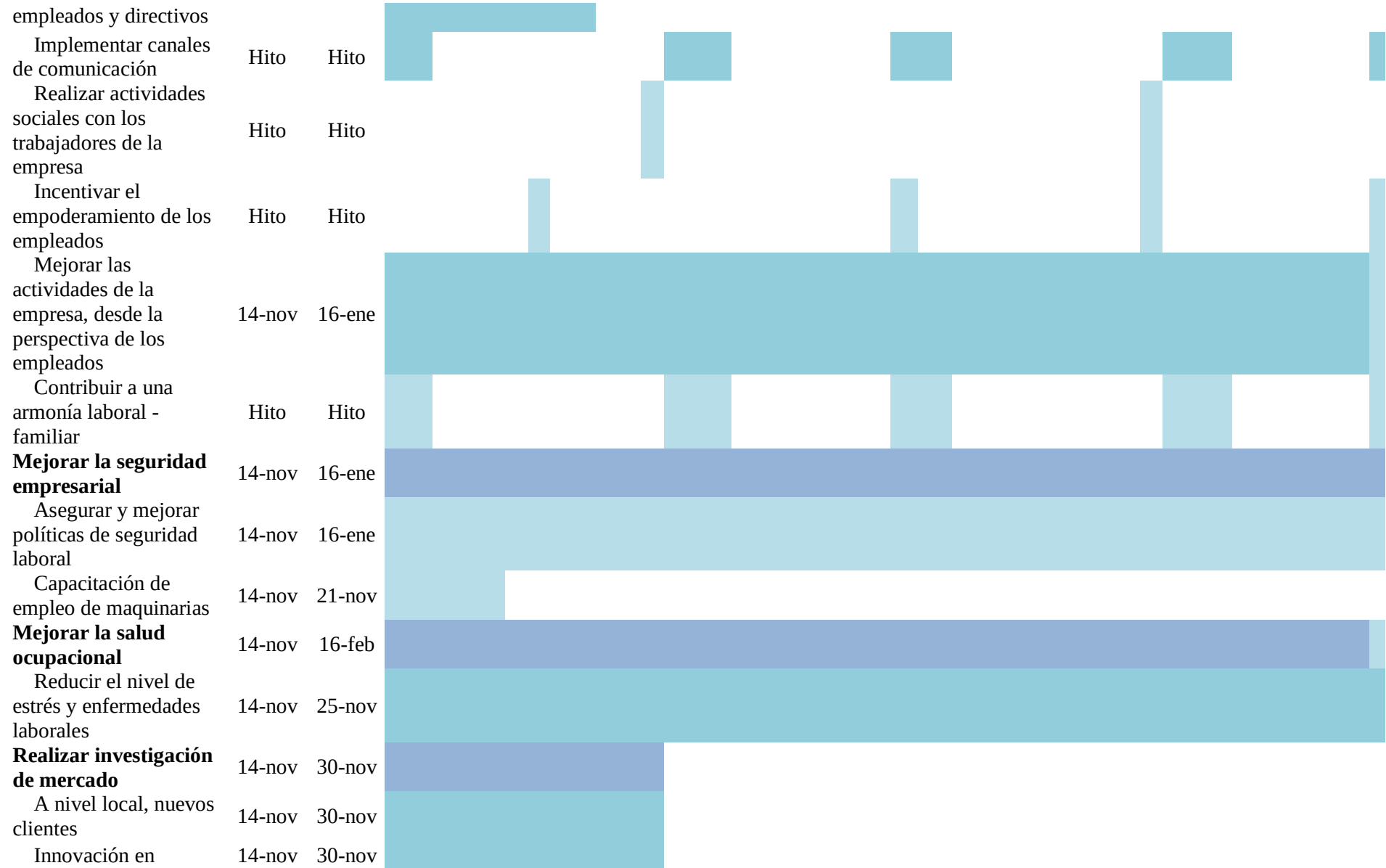


Figura 20 Aspectos sobre la empresa – comunidad.
Fuente y elaborado por: el autor.

3.4 Cronograma

Tabla 13. Cronograma de actividades

Actividad	Inicio	Final	14-nov 15-nov 16-nov 17-nov 18-nov 21-nov 22-nov 23-nov 24-nov 25-nov 28-nov 29-nov 30-nov 01-dic 02-dic 05-dic 06-dic 07-dic 08-dic 09-dic 12-dic 13-dic 14-dic 15-dic 16-dic 19-dic 20-dic 21-dic 22-dic 23-dic 26-dic 27-dic 28-dic 29-dic 30-dic 03-ene 04-ene 05-ene 06-ene 09-ene 10-ene 11-ene 12-ene 13-ene 16-ene
Comunicación de responsabilidad social en la empresa	14-nov	16-ene	
Mejorar las políticas de recursos humanos	01-nov	02-dic	
Importancia de los empleados	01-nov	02-ene	
Contratos temporales	01-nov	02-ene	
Reducir la rotación de personal	14-nov	16-nov	
Impulsar el talento de recursos humanos	14-nov	16-ene	
Capacidades cognitivas			
Promulgar trabajo en equipo			
Promulgar la igualdad de género	14-nov	16-ene	
Inclusión de la mujer	14-nov	16-ene	
Incluir a la mujer en trabajos con mayor responsabilidad	14-nov	16-ene	
Crear políticas de despido de personal	14-nov	16-nov	
Mejorar las relaciones interpersonales	14-nov	16-ene	
Integración de	14-ene	16-ene	



empaquetado y embalaje			
Adecuación del producto	14-nov	30-nov	
Inocuidad	14-nov	30-nov	
Trazabilidad	14-nov	30-nov	
Capacitaciones	14-nov	16-nov	
Atención al cliente	14-nov	16-nov	
Programas de PNL	14-nov	16-nov	
Promoción de productos	14-nov	16-nov	
Diseño de programas	Hito	Hito	
Derechos humanos	Hito	Hito	
Ayuda a damnificados	Hito	Hito	
Asistencias a personas en enfermedades terminales	Hito	Hito	
Programas festivos: niños, deportes	Hito	Hito	
Grupo de voluntarios			
Diseñar programas en conjunto: empleados, directivos y sociedad	Hito	Hito	
Fomentar el empoderamiento de la comunidad	Hito	Hito	
Empresa interviene por la sociedad mediante un previo asesoramiento ante el gobierno	Hito	Hito	



Programa de PYMES

Donar productos de manera proporcional

Hito

Hito

Financiar obras

Hito

Hito

Indicadores de gestión

Hito

Hito

Vinculación con ONGs

Donar: muebles, equipos en depreciación o no utilizado

Hito

Hito

Financiar parcial o totalmente a un programa de una ONGs

Hito

Hito

Gobernabilidad

14-nov

16-ene

Eliminar cualquier tipo de corrupción

14-nov

16-ene

Implementar nuevas tecnologías en el proceso productivo

01-feb

03-feb

Actuar en cada acción con transparencia

14-nov

16-ene

Presentar un informe anual a la comunidad

10-ene

10-ene

Fuente y elaborado por: Autor

3.5 Análisis financiero

Tabla 14 Financiamiento de la propuesta

Actividad	Monto USD
Comunicación de responsabilidad social en la empresa	450
Mejorar las políticas de recursos humanos	150
Impulsar el talento de recursos humanos	100
Crear políticas de despido de personal	200
Mejorar las relaciones interpersonales	1550
Integración de empleados y directivos	200
Implementar canales de comunicación	200
Realizar actividades sociales con los trabajadores de la empresa	1000
Mejorar la motivación de los empleados	150
Mejorar la seguridad empresarial	300
Capacitación de empleo de maquinarias	300
Realizar investigación de mercado	950
A nivel local, nuevos clientes	400
Innovación en empaque y embalaje	500
Capacitaciones	3900
Atención al cliente	400
Programas de PNL	1500
Responsabilidad social	2000
Diseño de programas sociales	100
Derechos humanos	100
Ayuda a damnificados	Opcional
Asistencias a personas en enfermedades terminales	Opcional
Grupo de voluntarios	550
Diseñar programas en conjunto	350
Fomentar el empoderamiento de la comunidad	200
Programa de PYMES	1800
Donar productos de manera proporcional	Opcional
Financiar programas social	800
Indicadores de gestión	1000
Vinculación con ONGs	800
Donar: muebles, equipos en depreciación o no utilizado	Opcional
Financiar parcial o totalmente a un programa de una ONGs	800
Gobernabilidad	750
Implementar nuevas tecnologías en el proceso productivo	300
Actuar en cada acción con transparencia	250
Presentar un informe anual a la comunidad	200
Total	10600

Fuente y elaborado por: Autor

Los valores que parecen en la tabla como “opcional” se debe a que la empresa debe estimar el valor en base a las ganancias anuales que obtuvo, siempre y cuando precautelando la armonía de la empresa para financiar sus operacionales en el largo plazo y si estás representan una gran inversión a largo plazo o en defecto en el año venido diseñar un plan con una mayor impacto en la sociedad.

3.6 Diagrama de Pareto

Analizando las informaciones dadas se estima que:

Tabla 15. Diagrama de Pareto

Causas de problemas presentados en torno al Plan de RSE	Eventos	% Acumulado	80-20	
Gobernabilidad	70	25%	70	80%
Mejorar las relaciones interpersonales	40	39%	110	80%
Diseño de programas	36	51%	146	80%
Realizar investigación de mercado	30	62%	176	80%
Comunicación de responsabilidad social en la empresa	23	70%	199	80%
Adecuación del producto	20	77%	219	80%
Grupo de voluntarios	20	84%	239	80%
Vinculación con ONGs	20	91%	259	80%
Mejorar la salud ocupacional	10	95%	269	80%
Capacitaciones	10	98%	279	80%
Mejorar la seguridad empresarial	5	100%	284	80%
Total	284			

Fuente y elaborado por: Autor

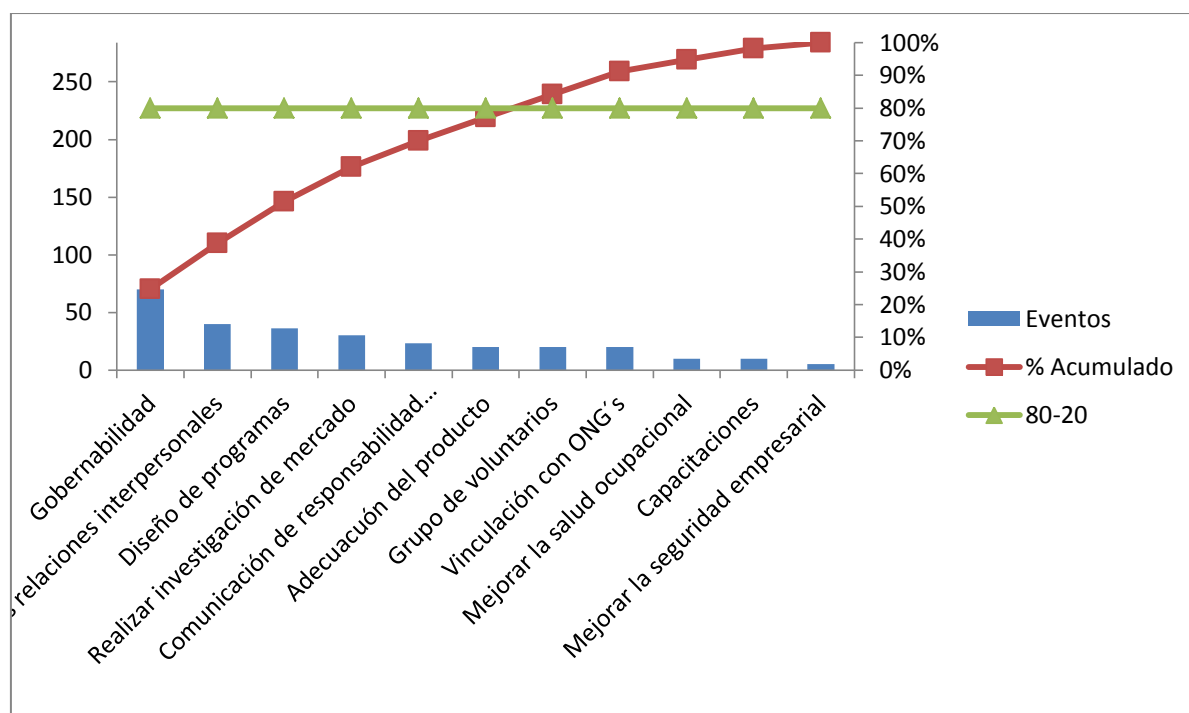


Gráfico 5. Diagrama de Pareto

Fuente y elaborado por: autor

Mediante la utilización del Diagrama de Pareto se determina que resolviendo la Gobernabilidad de la empresa se resolvería un 25% de la solución, consiguientemente si se supera mejorar las relaciones interpersonales obtendría un 39% de solución al problema, mientras que corrigiendo o adecuando el diseño de programas de obtendría un 51% de solución, fomentando la investigación de mercado se obtendría una solución del 62%, la comunicación de responsabilidad social de la empresa se obtendría un 70% de solución y la adecuación de productos la empresa habría solucionada un 77% del problema, constituyendo así a priorizar las tareas más significativas para la solución en su conjunto del problema y dejando de lado las tareas más triviales que se realizan en la organización y por ende después de identificar cada una de las causas del sector se obtendría los resultados esperados para las partes intervinientes en el problema.

3.7 Conclusiones

Las PYMES de confecciones de la ciudad de Guayaquil no aplican RSE o la realizan de una manera medianamente parcial o en otros casos no se aplica Responsabilidad Social Empresarial, muchas de ellas no se encontraban lista para aplicar RSE o no tenían la visión clara de lo que significa la RSE debido al concepto erróneo de que la Responsabilidad Social Empresarial es una postura paternalista.

La relaciones con los grupos de interés estaba deteriorada en tal punto que sus empleados que son la base fundamental para el desarrollo de sus actividades no se encontraban en sintonía o no estaban comprometidos con la PYMES debido que el ambiente laboral era bajo y la poca comunicación entre directivos y empleados.

Muchas PYMES se mostraban esquivas al inicio para la aplicación de RSE la forma de el desenvolvimiento del negocio le daba a pensar a los directivos que no es necesario aplicar RSE y mucho menos conocer de una manera pormenorizada la importancia de la RSE para el sector confecciones de la ciudad de Guayaquil.

Mediante las charlas impartidas sobre la importancia de RSE en las PYMES de cómo influye su aplicación para que puedan expandir a otros mercados locales e internacionales se logró que las PYMES estén dispuestas analizar la aplicación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial.

La aplicación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial ayudara para que las PYMES que adopten el programa de Responsabilidad Social Empresarial mejoren su entorno con su grupo de interés el ambiente laboral y sus empleados estén más comprometidos y que se forme una base para la captación de nuevos mercados.

El diseño del programa de Responsabilidad social empresarial cambio el enfoque de cuál era la percepción sobre RSE en los directivos de la PYMES en los empleados que están asumiendo de a poco el nuevo rol que la PYMES le da y sintiendo el compromiso de una PYME responsablemente sociable.

3.8 Recomendaciones

Cambiar el enfoque o un paradigma no se da de manera rápida y más en un sector que toda su administración se da de manera empírica donde su crecimiento no está planteado en función a lo responsable y social con todo su grupo de interés ofrecer confecciones de calidad que respeten todas las etapas de producción y comercialización.

El correcto uso de la RSE y saber su importancia conlleva armonizar todos los procesos de la compañía en todas sus etapas desde la producción hasta la comercialización final de todas las confecciones y no solo esto sino también mejorar las relaciones intrapersonales o comerciales con todo el grupos de interés.

Un ambiente laboral confortable que con la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial tiene grandes beneficios para la empresa como disminución de los costos, aceptación y acercar nuevos mercados, crear nuevas tendencias.

Con una correcta aplicación de RSE y con el transcurso del tiempo la PYMES podrá ingresar al mercado internacional donde prefieren a las empresas que se manejan bajo estructuras de Responsabilidad Social Empresarial esto ayudara al crecimiento y fortalecimiento de la empresa.

Referencias

Asociacion de Industrias Textiles de Ecuador. (2012). Obtenido de AITE:

<http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>

Buen vivir . (2016). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-7.-garantizar-los-derechos-de-la-naturaleza-y-promover-la-sostenibilidad-ambiental-territorial-y-global#tabs2>

Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo. (2005). *Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo*. Recuperado el 16 de septiembre de 2016, de Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo:

<https://osha.europa.eu/es/tools-and-publications/publications/reports/210>

AHK. (2015). *Camara de industria y Comercio Ecuatoriana - Alemana*. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>

AHK. (2015). *Cámara de industria y Comercio Ecuatoriana - Alemana*. Obtenido de Cámara de industria y Comercio Ecuatoriana - Alemana:

<http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>

AITE. (2016). *AITE*. Obtenido de AITE: <http://www.aite.com.ec/acerca-de-aite.html>

Aldeanueva, I. (2013). *Analisis Jurídico y Económico Esculiareense*. Recuperado el 29 de octubre de 2016, de Analisis Jurídico y Económico Esculiareense:

https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjage3S3IHQAUGJCYKH6DCf8QFgggtMAM&url=https%3A%2F%2Fdialognet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4182231.pdf&usg=AFQjCNEFQvM0iCDnzc_Fx23OA4LLI9dmcA

americas, c. (2015). *connect americas*. Obtenido de connect americas:

<https://connectamericas.com/es/content/ferias-de-negocios-las-ventajas-de-participar>

- Añez, C., & Bonomie, M. E. (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Razón y Palabra*, 154.
- Asobancaria. (2 de octubre de 2013). *Asobancaria*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de Asobancaria: <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/que-es-el-pib-y-en-que-lo-afecta/>
- Asociación de Empresarios Cristianos. (2010). *Asociación de Empresarios Cristianos*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Asociación de Empresarios Cristianos: http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf
- Chirinos, M., Fernández, L., & Sánchez, G. (11 de 2012). *Comunicación y derechos humanos*. Recuperado el 29 de octubre de 2016, de Comunicación y derechos humanos: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/M81/02_ChirinosFernandezSanchez_M81.pdf
- Colombiatex. (2016). *Colombiatex*. Obtenido de Colombiatex: <http://colombiatex.inexmoda.org.co/listado-de-expositores-2016/>
- Comunidad Andina. (10 de diciembre de 2008). *Comunidad Andina*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Comunidad Andina: <http://www.sice.oas.org/trade/junac/Decisiones/DEC702s.pdf>
- Connect Americas. (2015). *connect americas*. Obtenido de connect americas: <https://connectamericas.com/es/content/ferias-de-negocios-las-ventajas-de-participar>
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (2010). *CERES*. Recuperado el octubre de 2016, de CERES: http://www.redceres.org/Recursos/ABC_final.pdf
- Ecateba. (8 de abril de 2015). *Ecateba*. Recuperado el 6 de septiembre de 2016, de Ecateba: <http://www.ucateba.edu.do/responsabilidad-social>

Ekos. (7 de Noviembre de 2012). *Ekos*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Ekos:

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>

Elearningnedia. (s.f.). *Elearningnedia*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de

Elearningnedia:

http://www.elearningmedia.es/ejemplos/create2011/willman/pagina_21.htm

Emitex. (2016). *Emitex*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Emitex:

<https://www.messefrankfurt.com/emitex/buenosaires/es/visitantes/bienvenidos.html?nc>

EOI. (2014). *Escuela de Organizacion Idustrial*. Obtenido de EOI:

<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/29/la-responsabilidad-social-empresarial-y-factores-que-dan-valor/>

Escuela de Organizacion Industrial. (2013). *Escuela de organizacion industrial*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de Escuela de organizacion industrial:

<http://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>

Exporta fácil. (2016). *Exporta fácil*. Obtenido de Exporta fácil:

<http://www.exportafacil.gob.ec/como-funciona/que-es-exporta-facil>

facil, E. (2016). *Exportafacil*. Obtenido de Exportafacil:

<http://www.exportafacil.gob.ec/como-funciona/que-es-exporta-facil>

Fundación Centro de Recursos ambientales de Navarra. (s.f.). *Fundación Centro de Recursos ambientales de Navarra*. Recuperado el 16 de septiembre de 2016, de Fundación

Centro de Recursos ambientales de Navarra:

http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/026/146/guia_comprasresponsables_rse.pdf

- Guía de Calidad. (2016). *Guía de Calidad*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de Guía de Calidad: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>
- Huamán, F. (17 de abril de 2011). *Scribd*. Recuperado el 4 de septiembre de 2016, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/53171900/origen-y-evolucion-de-RESPONSABILIDAD-SOCIAL>
- IESE. (junio de 2011). *IESE*. Recuperado el 06 de noviembre de 2016, de IESE: http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Ecuador en cifras.
- Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. (2011). *Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (12 de febrero de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Recuperado el 5 de septiembre de 2016, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- ISO. (2011). *Descubriendo ISO 26000*. Obtenido de ISO: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf
- Jaramillo, I. (2015). *Revista Espiga*. Recuperado el 29 de octubre de 2016, de Revista Espiga: <http://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/espiga/article/view/926/1157>

Mayoral. (2016). *Mayoral*. Recuperado el 16 de septiembre de 2016, de Mayoral:

<http://www.mayoral.com/es/espana/iframe/RESPSOCIAL-ESE1?ddkey=http://es/espana/iframe/RESPSOCIAL-ESE1>

Ministerio de Industrias y productividad. (2015). *Ministerio de Industrias y productividad*.

Obtenido de Ministerio de Industrias y productividad:

<http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>

Oficina Internacional de trabajo. (s.f.). *Oficina Internacional de trabajo*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de Oficina Internacional de trabajo:

<http://guia.oitcinterfor.org/como-evaluar/como-se-construyen-indicadores>

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas*.

Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de Organización de las Naciones Unidas:

<http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>

Pacto Mundial Red Española. (16 de agosto de 2016). *Pacto Mundial Red Española*.

Recuperado el 16 de noviembre de 2016, de Pacto Mundial Red Española:

<http://www.pactomundial.org/2016/08/zona-ods-17-presenta-la-iniciativa-humanizaropa/>

Pinedo, I. F. (s.f.). Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. *CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA - BARCELONA*.

Pinedo, L. I. (s.f.). Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. *CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA - BARCELONA*.

Piña, E. J. (6 de mayo de 2013). *EOI*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de EOI:

<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/06/la-responsabilidad-social-empresarial-en-la-republica-dominicana/>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2016). *Buen vivir*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de

Buen vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-7.-garantizar-los-derechos-de-la-naturaleza-y-promover-la-sostenibilidad-ambiental-territorial-y-global#tabs2>

Pro Ecuador. (2012). *Pro Ecuador*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de Pro Ecuador:

http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

productividad, M. d. (2015). *industrias*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>

PROECUADOR. (2014). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*.

Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/PERFIL-DE-TEXTIL-IED.pdf>

Quintero, J. (1 de agosto de 2013). *Eumed*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de

Eumed: <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

Reyno, M. (septiembre de 2006). *Eumed*. Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de Eumed:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Concepto%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>

Servicio de Rentas Internas. (2016). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 30 de octubre

de 2016, de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>

SINNEXUS. (2016). *SINNEXUS*. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, de SINNEXUS:

http://www.sinnexus.com/business_intelligence/ventaja_competitiva.aspx

Strandberg, L. (marzo de 2010). *IESE*. Recuperado el 30 de octubre de 2016, de IESE:

http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%20No%2010_tcm5-61597.pdf

Apéndices

Encuestas dirigidas a los clientes internos de las PYMES de confecciones

	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la empresa debería aplicar normas de RSE?					
2	¿Cree que la misión, visión y valores deben alinearse a principios de lealtad, transparencia y justicia?					
3	¿Desde su percepción, la empresa gestiona un buen tratamiento a los residuos que se derivan de su actividad?					
4	¿Cree usted que las PYMES de confecciones deben aplicar programas que disminuyan su huella ecológica en su actividad diaria?					
5	¿Considera que la empresa debería crear un buen ambiente laboral entre empleados y directivos?					
6	¿Considera que los grupos de interés de la empresa deben alinearse a prácticas de RSE?					
7	¿Considera que la empresa debe implementar estrategias de responsabilidad social como una gestión innovadora?					
8	¿La empresa se preocupa por otorgar incentivos para su crecimiento profesional?					
9	¿Considera usted que si la empresa aplica RSE mejoraría el rendimiento funcional en la compañía?					
10	¿Le gustaría trabajar en una empresa responsablemente sociable?					

Entrevistas

Entrevista a sector Privado

La Responsabilidad Social Empresarial se puede definir como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor añadido.

1. *¿Cuáles son los problemas que se presentan a menudo en la empresa?*
2. *¿Cómo es su relación laboral con sus grupos de interés (proveedores, clientes internos externos y público en general)?*
3. *¿Qué tipo de proceso de producción o manufacturero utiliza?*
4. *¿Cuál es su porcentaje de residuos que no puede utilizados nuevamente en la empresa, sea en telas, y demás componentes necesarios para elaborar un producto?*
5. *¿Cuál es el procedimiento que se aplica a los residuos de la empresa?*

Entrevistas a sector Público

La Responsabilidad Social Empresarial se puede definir como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor añadido.

1. *¿Cómo influye el MIPRO en programas o proyectos que ayuden a disminuir la huella ecológica en el sector de confecciones?*
2. *¿De qué manera interviene el MIPRO para mejorar la productividad de las PYMES de confecciones?*
3. *¿Cuáles son las limitaciones del sector de confecciones de ropa de la ciudad de Guayaquil?*
4. *¿De qué manera el MIPRO mediante asesorías técnicas ayudaría las PYMES de confección de ropa, en mejorar su productividad?*
5. *¿Cuál es el grado de crecimiento de PYMES de confección de ropa en el sector de Guayaquil?*

Entrevistas a Docentes

La Responsabilidad Social Empresarial se puede definir como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor añadido.

- 1. ¿Cree usted que la aplicación de RSE, en las PYMES de confección de ropa contribuirá en mejorar los ingresos y volumen de venta del sector?*
- 2. ¿De qué manera se debería implementar normas de RSE al sector de confecciones?*
- 3. ¿la aplicación de normas de RSE a las PYMES de confección de ropa ayudaría a incrementar la demanda y preferencia del producto ecuatoriano en el mercado exterior?*
- 4. ¿desde una perspectiva general ¿Cuál sería el impacto de aplicar RSE en el sector de confecciones?*
- 5. ¿Cree usted que las PYMES de confección deben interesarse en crear ambientes armónicos, confiables al empleado para así mejorar su productividad y grado de satisfacción dentro de la misma?*