

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tema:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTICIO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo. Previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Contabilidad y Auditoría.

Autor: Ingeniera Cintya Lisbeth Tello Núñez

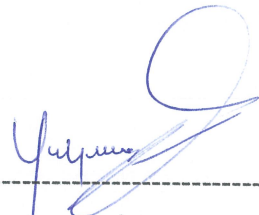
Directora: Doctora María del Carmen Gómez Romo, Magíster

Ambato-Ecuador

2020

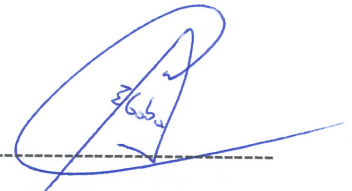
A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por la Doctora, Alexandra Tatiana Valle Álvarez Magíster, e integrado por los señores Ingeniera Ana Consuelo Córdova Pacheco Magíster, Ingeniero Edison Marcelo Coba Molina Doctor designados por la Unidad Académica de Titulación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTICIO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, elaborado y presentado por la señorita Ingeniera Cintya Lisbeth Tello Núñez, para optar por el Grado Académico de Magíster en Contabilidad y Auditoría; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación; el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Dra. Alexandra Tatiana Valle Álvarez Mg.

Presidente del Tribunal



Ing. Edison Marcelo Coba Molina Dr.

Miembro del Tribunal

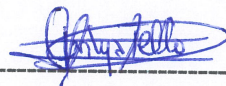


Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco Mg

Miembro del Tribunal

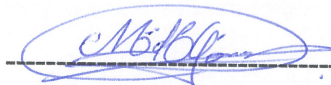
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación, presentado con el tema: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTICIO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera Cintya Lisbeth Tello Núñez, Autora bajo la Dirección de la Doctora María del Carmen Gómez Romo Magíster, Directora del Trabajo de Titulación y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Cintya Lisbeth Tello Núñez

AUTORA



Dra. María del Carmen Gómez Romo, Mg

DIRECTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Ing. Cintya Lisbeth Tello Núñez

c.c. 0604601617

AUTORA

Índice General

PORTADA.....	i
A la Unidad Académica de Titulación.....	ii
Autoría del Trabajo de Titulación.....	iii
Derechos de Autor.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas.....	vii
Tabla de Figuras.....	ix
Agradecimiento.....	xi
Dedicatoria.....	xii
Resumen Ejecutivo.....	xiii
Executive Summary.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Justificación.....	17
1.4. Objetivos.....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes investigativos.....	20
2.2. Fundamentación filosófica.....	22
2.3. Fundamentación legal.....	22
2.4. Categorías fundamentales.....	24
2.5. Señalamiento de variables.....	52

CAPÍTULO III	53
METODOLOGÍA	53
3.1. Enfoque	53
3.2. Modalidad básica de la investigación	53
3.3. Nivel o tipo de investigación	54
3.4. Población y muestra	54
3.5. Operacionalización de variables	55
3.6. Recolección de información	57
CAPÍTULO IV	60
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	60
4.1. Análisis e interpretación	60
4.2. Comprobación de la hipótesis.....	104
CAPÍTULO V	124
CONCLUSIONES	124
5.1. Conclusiones.....	124
BIBLIOGRAFÍA	127
ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Organismos que impulsan la RSE.....	3
Tabla 2: Programas de Empresas	6
Tabla 3: Sector alimenticio socialmente responsables.....	8
Tabla 4: Empresas del sector alimenticio de Chimborazo	11
Tabla 5: Matriz de Análisis de Situaciones (MAS)	12
Tabla 6: Proceso de análisis financiero.....	43
Tabla 7: Ratios de liquidez y solvencia.....	46
Tabla 8: Ratios eficiencia empresarial	46
Tabla 9: Endeudamiento	47
Tabla 10: Endeudamiento	49
Tabla 11: Establecimientos del sector alimenticio de Chimborazo	55
Tabla 12: Operacionalización de variables	56
Tabla 13: Procedimiento de recolección de información.....	58
Tabla 14: Actividad económica de Pymes	61
Tabla 15: Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial	62
Tabla 16: Valores que guían su accionar	63
Tabla 17: Competencia y negociación justa.....	64
Tabla 18: Precio de productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes.....	65
Tabla 19: Contribución empresarial al desarrollo y capacitación continua	66
Tabla 20: Participación de los empleados en la Responsabilidad Social.....	67
Tabla 21: Medida de incentivo a empleados por el correcto desempeño laboral	68
Tabla 22: Inversión en equipos, maquinarias y procesos amigables con el ambiente.....	69
Tabla 23: Nivel de la empresa cumple con el cuidado del medio ambiente	69
Tabla 24: Evaluación de actividades empresariales al beneficio de la comunidad....	71
Tabla 25: Actividades destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad.....	71
Tabla 26: Reconocimiento de la empresa en la comunidad.....	72
Tabla 27: Información de los riesgos y beneficios	73
Tabla 28: Cumplimiento de la empresa para satisfacer las necesidades de clientes..	74
Tabla 29: Recoge sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad	75
Tabla 30: Cultura empresarial social.....	76
Tabla 31: Importancia a las actividades de Responsabilidad Social.....	77

Tabla 32: Regulaciones gubernamentales	78
Tabla 33: Información difundida a la comunidad o rendición de cuentas	79
Tabla 34: Responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos	80
Tabla 35: Influencia de las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad.	81
Tabla 36: Índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad	82
Tabla 37: Rentabilidad es determinada con una periodicidad anual	83
Tabla 38: Rentabilidad económica.....	84
Tabla 39: Margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas.....	85
Tabla 40: Utilidad operacional.....	86
Tabla 41: Utilidad operacional sobre el capital.....	87
Tabla 42: Rentabilidad Económica	103
Tabla 43: Descriptivos	106
Tabla 44: Pruebas de normalidad.....	107
Tabla 45: Rangos.....	108
Tabla 46: Estadísticos de contraste	110
Tabla 47: Significancia de correlación.....	111
Tabla 48: Correlación no paramétrica.....	112
Tabla 49: Análisis promedio por empresa de la variable de RSE.....	117
Tabla 50: Análisis promedio por empresa de la variable de rentabilidad	118
Tabla 51: Análisis descriptivo de la variable de RSE y rentabilidad.....	119
Tabla 52: Promedio de variables por empresas.....	121
Tabla 53: Estadísticas de regresión	121

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Sectores económicos.....	7
Figura 2: Árbol de problemas	13
Figura 3: PIB del Sector alimenticio.....	26
Figura 4: Sectores económicos.....	27
Figura 5: Subsectores de Economía Social.....	28
Figura 6: Valores y prácticas de la economía social.....	29
Figura 7: Formas de organización.....	29
Figura 8: Empresa social.....	30
Figura 9: Pirámide de responsabilidad social.....	33
Figura 10: Buenas prácticas de responsabilidad	34
Figura 11: Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial	35
Figura 12: Aspectos positivos RSE.....	36
Figura 13: Gestión Financiera (Terrazas Pastor, 2009)	38
Figura 14: Fórmula DuPont (Stanley, Block, 2000)	39
Figura 15: Funciones de la actividad financiera (Baena Toro, 2014).....	42
Figura 16: Factores para análisis financiero (Baena Toro, 2014).....	44
Figura 17: Falta de liquidez (Rubio Domínguez, 2007)	45
Figura 18: Actividad económica de las pymes	61
Figura 19. Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial	62
Figura 20. Valores que guían su accionar	63
Figura 21: Competencia y negociación justa	64
Figura 22. Precio de productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes	65
Figura 23. Contribución al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores ..	66
Figura 24. Participación de los empleados en la Responsabilidad Social.....	67
Figura 25. Medida de incentivo a empleados por el correcto desempeño laboral	68
Figura 26. Inversión en equipos, maquinarias y procesos	69
Figura 27. Nivel de la empresa cumple con el cuidado del medio ambiente.....	70
Figura 28. Evaluación de actividades empresariales al beneficio de la comunidad ..	71
Figura 29. Actividades destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad	72
Figura 30. Reconocimiento de la empresa en la comunidad.....	73
Figura 31. Información de los riesgos y beneficios	74
Figura 32. Cumplimiento de su empresa para satisfacer necesidades de clientes	75

Figura 33. Recoge sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad	76
Figura 34. Cultura empresarial social	77
Figura 35. Importancia a las actividades de Responsabilidad Social.....	78
Figura 36. Regulaciones gubernamentales.....	79
Figura 37. Información difundida a la comunidad.....	80
Figura 38. Responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos	81
Figura 39. Influencia de prácticas de RSE.....	82
Figura 40. Índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad	83
Figura 41. Rentabilidad es determinada con una periodicidad anual.....	84
Figura 42. Rentabilidad económica	85
Figura 43. Margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas.....	86
Figura 44. Utilidad operacional.....	87
Figura 45. Utilidad operacional sobre el capital	88

AGRADECIMIENTO

A Dios por la sabiduría y bendiciones recibidas en cada momento de la vida.

A mis padres y hermanos por el apoyo brindado en cada etapa de la Carrera de Postgrado.

A la Universidad Técnica de Ambato por la enseñanza compartida y los conocimientos entregados.

A la Facultad de Contabilidad y Auditoría por el nivel educativo brindado.

Cintya

DEDICATORIA

Éste trabajo de investigación lo dedico a mis padres y hermanos, por el apoyo incondicional para lograr mis objetivos profesionales.

Cintya

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD
ECONÓMICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR
ALIMENTICIO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

AUTORA: Ingeniera Cintya Lisbeth Tello Núñez

DIRECTORA: Doctora María del Carmen Gómez Romo Magíster

FECHA: 19 de febrero de 2020

RESUMEN EJECUTIVO

Ésta investigación tiene como propósito analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo considerando las dimensiones de conocimiento, ética, laboral, ambiental, filantropía, comercial, legal y de difusión. Se trabajó con una población de 14 PyMEs del sector alimenticio que cuentan con el permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria considerando que es un organismo que garantiza la calidad e inocuidad alimenticia. Se aplicó un cuestionario estructurado y administrado a gerentes o propietarios; cuyos resultados indican que las dimensiones Comercial, Legal y Ambiental presentan valores promedio ubicándose cerca del nivel medio y alto. Se calculó los porcentajes de rentabilidad económica ROA a partir de los estados financieros. A la vez se aplicó la normalidad de los datos y la correlación de variables a través del coeficiente de spearman, el cual permitió la comprobación de la hipótesis. Se concluye que existe relación entre la responsabilidad social y la rentabilidad económica.

Descriptor: Ambiental, Coeficiente spearman, Ética, Legal, Manufactura, Pymes, Rentabilidad, Rentabilidad Económica, Responsabilidad Social, Sector Alimenticio.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

THEME:

THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE ECONOMIC PROFITABILITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF THE FOOD SECTOR OF THE PROVINCE OF CHIMBORAZO

AUTHOR: Ingeniera Cintya Lisbeth Tello Núñez

DIRECTED BY: Doctora María del Carmen Gómez Romo Magíster

DATE: February 19th, 2020

EXECUTIVE SUMMARY

This research aims to analyze the impact of corporate social responsibility on the economic profitability of small and medium enterprises in the food sector of the province of Chimborazo considering the dimensions of knowledge, ethics, labor, environmental, philanthropy, commercial, legal and diffusion. We worked with a population of 14 SMEs in the food sector that have the operating permit of the National Agency for Regulation, Control and Health Surveillance considering that it is an organism that guarantees food quality and safety. A structured and administered questionnaire was applied to managers or owners; whose results indicate that the Commercial, Legal and Environmental dimensions have average values, being close to the medium and high level. The ROA economic profitability percentages were calculated from the financial statements. At the same time the normality of the data and the correlation of variables through the spearman coefficient were applied, which allowed the hypothesis to be tested. It is concluded that there is a relationship between social responsibility and economic profitability.

Keywords: Cost effectiveness, Economic profitability, Environmental, Ethics Food Sector, Legal, Manufacture, SMEs, Social responsibility, Spearman coefficient

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación analiza la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

En el **Capítulo I**, contiene el planteamiento del problema en donde se lo estudia a nivel mundial, nacional referente a la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica; desde un contexto macro, meso y micro, a través del cual se delimita en tiempo y espacio el estudio a realizar, y a su vez se plantea la justificación y objetivos de la investigación.

En el **Capítulo II**, se presentan los antecedentes investigativos relacionados con la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica; de la misma manera se desarrolla el marco teórico considerando las variables planteadas, así también se efectúa el planteamiento de la hipótesis.

En el **Capítulo III**, se define la metodología de la investigación que incluye el enfoque y tipo de investigación, definición de población, se realiza la operacionalización de las variables, el plan de recolección de la información y el procesamiento de los datos obtenidos.

En el **Capítulo IV**, se analiza e interpreta los resultados obtenidos sobre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

En el **Capítulo V**, se presentan las conclusiones a las cuáles se ha llegado una vez finalizado el trabajo de titulación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

“La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macrocontextualización.

Desde una perspectiva macroeconómica, el mundo se encuentra en una desaceleración generada por la incertidumbre que ha provocado la tensión comercial y geopolítica que envuelve el futuro de las alianzas internacionales. Es así que el Fondo Monetario Internacional (2019) refiere que ante ésta problemática las políticas deberían apuntar decisivamente a disipar las tensiones comerciales, reimpulsar la cooperación multilateral y brindar a la actividad económica un respaldo oportuno.

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE et al. (2019) dentro de su análisis señala que América Latina y el Caribe posee un bajo crecimiento económico debido a los desequilibrios estructurales y falta de competitividad; y que, si bien es cierto, los beneficios económicos han mejorado en ciertas áreas del desarrollo, aún persisten problemas.

En este contexto, considerando el reducido crecimiento económico, desigualdades sociales y la degradación ambiental; la Organización de las Naciones Unidas ha instaurado la agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible hacia la incorporación sistemática, completa, coherente y transversal de las cuestiones ambientales en las estrategias de desarrollo, políticas y en la mensuración del progreso de nuestras sociedades y economías (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2019).

Consecuentemente, el desarrollo sostenible se fundamenta en la unificación del crecimiento económico, inclusión social y el cuidado del medio ambiente. Así, a partir de septiembre de 2015 se aprobó la agenda 2030 con diecisiete objetivos para el desarrollo sostenible; por lo cual el octavo objetivo se enfoca en el trabajo decente y desarrollo económico y dos de sus metas incluye la obtención de una mayor productividad económica y generación de mano de obra (Naciones Unidas, 2018). En este sentido, se pretende impulsar la formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de la innovación tecnológica y políticas que coadyuven a las actividades productivas y a la creación de puestos de trabajo.

Referente a la situación de la responsabilidad social en las empresas latinoamericanas es muy distinta; considerando que los negocios grandes son los más destacados y las Pymes llevan a cabo prácticas responsables de forma natural. En definitiva, la responsabilidad social empresarial apunta a gestionar los riesgos y reforzar la licencia social para operar (Vives & Peinado - Vara, 2011).

Además, Lazovska (2017) describe los organismos que impulsan prácticas de responsabilidad social empresarial en América Latina; los cuales se detallan a continuación:

Tabla 1: Organismos que impulsan la RSE

Organismo	País	Misión
Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	México	Promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.
Instituto Ethos	Brasil	Movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios socialmente responsable.
Acción RSE	Chile	Representa al Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), conformada por más de 200 compañías líderes globales, que trabajan conjuntamente para encontrar soluciones a desafíos de sostenibilidad.
Corporación Fenalco Solidario	Colombia	Realizar acciones socialmente responsables que contribuyan a la sostenibilidad y armonía en el planeta.
La Asociación Empresarial para el Desarrollo	Costa Rica	Contribuir a una sociedad próspera, inclusiva, digna y en armonía con el ambiente, a través de un sector empresarial consciente, articulado y comprometido.
Consortio Ecuatoriano para la RSE	Ecuador	Promover el concepto y las prácticas de la responsabilidad social mediante un grupo de organizaciones fortalecidas y comprometidas

Organismo	País	Misión
Sumarse	Panamá	Facilitar la incorporación de la responsabilidad social y los principios del Pacto Mundial entre sus miembros para la construcción de una sociedad más justa y sostenible.
Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial	Nicaragua	Apoyar a empresas para que adopten una cultura de RSE en aras de mejorar su competitividad y como estrategia para el desarrollo sostenible, generando conocimientos, aplicando herramientas de gestión, estableciendo vínculos y alianzas con organismos homólogos nacionales, regionales e internacionales.
Perú 2021	Perú	Contribuir al desarrollo sostenible del país, a través de la conexión de impacto, innovación y aprendizaje.
Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial	Honduras	Promover sistemáticamente la RSE como herramienta estratégica para garantizar el crecimiento sostenible de los corporativos y consolidar la paz de las naciones al promover la prosperidad económica, el desarrollo social, el bienestar de la comunidad, la equidad laboral y el respeto al medio ambiente.
DERES	Uruguay	Generar espacios de canje de información y experiencia sobre temas específicos relacionados con la RSE, como políticas de equidad de género, protección del medio ambiente, calidad de vida laboral o la inserción profesional de personas con discapacidad.
CentraRSE	Guatemala	Generar un cambio de actitud en el empresariado guatemalteco para convertirlos en empresarios conscientes y proactivos, que contribuyan al desarrollo de las personas, la competitividad de las compañías y el desarrollo sostenible del país.
Eco Red	República Dominicana	Facilitar la incorporación de una cultura de responsabilidad social y desarrollo sostenible en las compañías. Gestiona alianzas público-privadas para lograr un correcto balance en el desarrollo ambiental, social y económico de cara a la sostenibilidad
Fundación Empresarial para la Acción Social	El Salvador	Contribuir al desarrollo económico, social y ambiental del país mediante el fortalecimiento de la RSE en las organizaciones.

Elaborado por: Autoría propia

Fuente: Lazovska (2017)

La tabla N° 1 refleja los organismos creados en diferentes países de la región que aportan a la responsabilidad social empresarial a través de la generación de conciencia y alianzas estratégicas que superen los desafíos de nuestra era; un aporte a la dinamización de la economía y al bienestar de la población.

1.2.1.2. Mesocontextualización

La responsabilidad social en el sector empresarial ecuatoriano se encuentra limitado por la utopía de considerar su aplicación únicamente para las grandes empresas dejando de lado a las pequeñas y medianas. Ahora bien, Pesendorfer (2015) destaca el liderazgo que ejerce Quito al contar con el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social integrando al sector público – privado, con el fin de implementar medidas que apunten a la competitividad y desarrollo sostenible; no obstante, la dinámica ha sido aprovechada por las empresas con capitales económicos importantes, mientras que las pymes en su mayoría no han desarrollado éste modelo de gestión; entre otras cosas por su bajo presupuesto.

Dini y Stumpo (2018) caracterizan a las pymes de alto crecimiento por tener un comportamiento mucho más dinámico, tanto en facturación como en creación de puestos de trabajo. De ésta manera el modelo de gestión que aplican éstas empresas se podría catalogar como innovador, eficiente y socialmente responsable logrando una ventaja competitiva en el mercado.

En igual forma, Saavedra García (2011) enfatiza en la importancia de la responsabilidad social empresarial en el mundo de las finanzas con la creación de índices para su valoración, a fin que los stakeholders identifiquen las inversiones socialmente responsables, las cuales se encuentran respaldadas por empresas que han invertido en éste ámbito.

Concerniente a la dinámica de la responsabilidad social en Ecuador, existen organizaciones encargadas de promover prácticas de responsabilidad social. Así, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES (2005) se encuentra conformada por más de 75 organizaciones, empresas públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil y entidades educativas; que se enfocan en un modelo de gestión que permita la generación de un valor agregado en pro de una sociedad más justa y sostenible.

En este contexto, se han identificado los distintos programas y proyectos que han desarrollado las empresas en pro de realizar prácticas de responsabilidad social empresarial.

Tabla 2: Programas de Empresas

Institución	Programa	Descripción
Grupo Difare	Modelo de Negocios Inclusivos Sector Farmacéutico	Accesibilidad de medicinas en diferentes poblaciones que antes padecían la escasez de estos productos. Desarrollo económico local con emprendedores de Farmacias Cruz Azul y Comunitarias
Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública	Turismo Responsable a Bordo de Tren Ecuador	Modelo de corresponsabilidad social en la operación de rutas basado en participación de comunidades locales como cafés del tren y plazas artesanales en las estaciones rehabilitadas
Hebrew Immigrant Aid Society	Modelo de Graduación MDG. Acoger al extranjero y al refugiado	Programa de acompañamiento personalizado que garantiza ingresos mensuales a familias refugiadas, que promueve los medios de vida sostenibles, para impulsarlos hacia la autosuficiencia económica y la capacidad de enfrentar riesgos con apoyo psicosocial.
Holding Tonicorp	Desarrollo Ganadero Sostenible Tonicorp	Generar el crecimiento productivo, eficiente y sostenible de la ganadería a través de capacitación y asesoría en iniciativas de pastizales, siembra de árboles para reducción de huella de carbono.
Fundación Junior Achievement Ecuador	Educación Financiera y Emprendedora	Promueve el desarrollo de competencias, habilidades y destrezas en temprana edad, que motiven su capacidad de emprender, liderar, asumir riesgos, tomar decisiones, trabajar en equipo y mejorar la calidad de vida.
Lundin Gold	Cátering Las Peñas	Emprendedores de la parroquia que brinda el servicio de catering, limpieza y lavandería al campamento minero.
UASB – Sede Ecuador	Fomentando el Desarrollo Socio Económico	La intervención se lleva a cabo en Don Juan, comunidad afectada por el terremoto de abril de 2016 y se centra en tres grupos: pescadores, servidores turísticos, mujeres
Universidad San Francisco de Quito	Programa: A Ganar USFQ	Ayudar a jóvenes expatriados en situación de vulnerabilidad reinsertarse dentro de la sociedad laboral, con actividades de trabajo en equipo, resolución de conflictos, y adaptación al nuevo ambiente.
Banco Central del Ecuador	Programa de Inversión a la Inclusión Financiera	Fortalecer a las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, para que brinden productos y servicios financieros a menor costo en beneficio directo de la población de escasos recursos o en zonas rurales.
Banco Guayaquil	Banco del barrio	Iniciativa social de servicio a la comunidad, que permite a los habitantes accedan a productos financieros.
Banco Pro-credit	Compromiso Ambiental	Enfocado en la reducción del impacto ambiental generado por las actividades del banco

Elaborado por: Autoría propia

Fuente: Pacto Global (2017)

La Tabla 2 muestra los programas desarrollados por ciertas empresas ecuatorianas, por su aporte a la responsabilidad social.

Es preciso argumentar que el modelo de gestión promovido desde la responsabilidad social genera una nueva forma de hacer negocios consolidando los aspectos económicos, sociales y ambientales. Por ello, Alvear (2010) se enfoca en la premisa que las organizaciones y sus líderes desarrollen su modelo de gestión a la RSE como una herramienta de competitividad y sostenibilidad en sus empresas; de tal manera que marquen su distinción de aquellos ciudadanos corporativos que no lo hacen.

Así mismo, es importante mencionar que el Estado juega un papel sustancial en promover en el sector empresarial prácticas de responsabilidad social a través de normativa legal, además de priorizar las contrataciones de los negocios que sean socialmente responsables y la motivación a través de reconocimientos. En este sentido, Ecuador a través del Consejo Provincial de Pichincha y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca están desarrollando una iniciativa encaminada a este tipo de reconocimientos (Alvear, 2010).

Según la Oficina Económica y Comercial de España en Quito (2018) en su análisis macroeconómico cita los principales sectores de la economía ecuatoriana; así:

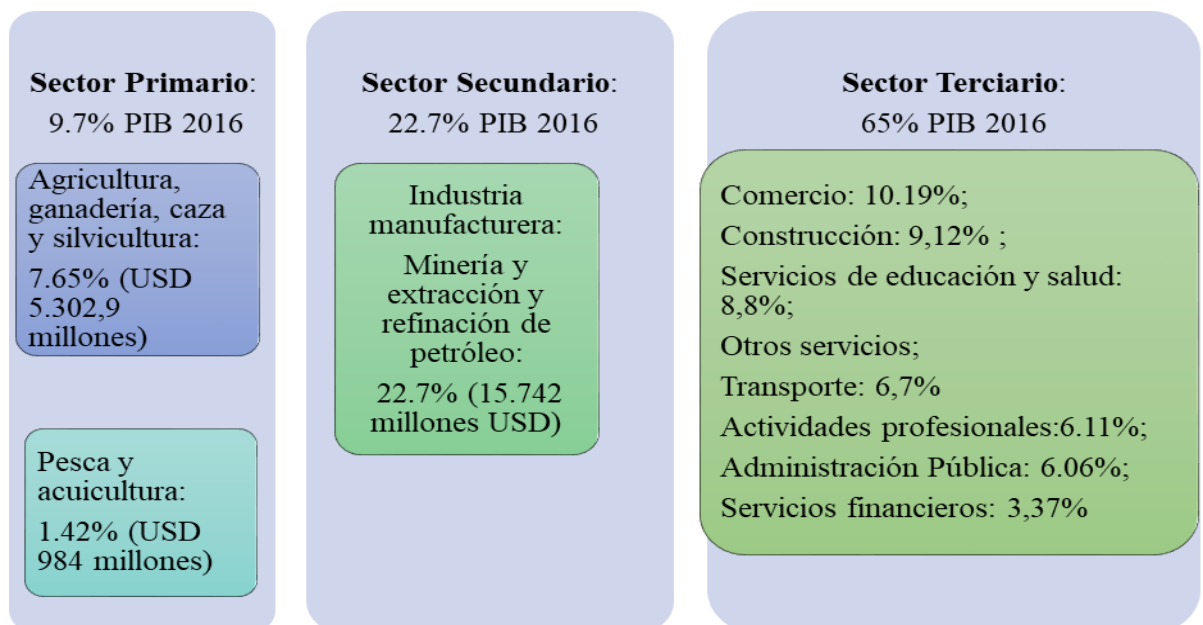


Figura 1. Sectores económicos.

Fuente: Oficina Económica y Comercial de España en Quito (2018)

La figura 1 muestra la división de los sectores económicos del Ecuador; entre los que se encuentran el sector primario, secundario y terciario.

La industria manufacturera estuvo en cuarto lugar de aportantes al crecimiento de la economía, en el 2013; así mismo se recalcan las áreas que han tenido un impulso son la producción de alimentos y artículos de higiene y cuidado personal. (Revista Líderes, 2013)

Así, la industria alimenticia es uno de los sectores más relevantes por el hecho de supervivencia humana, lo cual debe garantizar la calidad del consumo de sus productos. En este contexto Ecuador Agroalimentario (2019) señala:

El desarrollo social y económico del Ecuador propone la articulación de actores que componen las cadenas agroalimentarias y cuyo objetivo es alinearlas en función de las exigencias y nuevas tendencias del consumidor local e internacional. (p.2)

En cuanto a la responsabilidad social en el sector alimenticio; se han identificado empresas que tienen prácticas continuas en Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión y que han contribuido con el desarrollo del país; entre las que se mencionan las siguientes:

Tabla 3: Sector alimenticio socialmente responsables

Empresa	Programa	Descripción
Corporación Favorita	Cambio dejemos huellas niños con futuro	Educación y alimentación de jóvenes, talleres ocupacionales, fomento del deporte, etc.
Exportadora Noboa	Cruzada nueva humanidad	Labor social en áreas como salud, educación, empleo, deporte
Corporación el Rosado	Apoyo a Fundación VIHDA - Huancavilca	Apoyo financiero y donaciones a fundaciones en temas de salud y microempresas.
Industria Pronaca	Fundación San Luis. Programas de asistencia técnica a agricultores	Donación de alimentos a comedores de organizaciones y fundaciones de ayuda social. Asesoría en programas autogestión
La Fabril	Programa Ideas: Escuela Carlos González Artigas	Inversión social, educativa, promoción económica en salud y nutrición
Dinadec (Cervecería Nacional)	Programa de Cereales, medio ambiente, ayuda social	"Siembra Futuro"; programa de capacitación y financiamiento para microempresarios, medio ambiental y prevención sobre el VIH/SIDA,
KFC	Fundación Triada: campaña "Mil Sonrisas"	Iniciativas a beneficio de fundaciones que atienden a personas en estado vulnerable.
Industrias Lácteas Toni	Programa de Escuelas Sostenibles (en conjunto con la ESPOL)	Capacitación a alumnos, profesores y empleados para hacer de su sitio de estudio un mejor lugar para estudiar, crecer.

Fuente: Revista Ekos (2012)

La tabla 3 muestra los programas que las empresas ecuatorianas han iniciado a favor de contribuir con ayuda social, económica y medioambiental.

De igual forma Nestlé (2019) es una de las empresas socialmente responsables comprometida con los objetivos de desarrollo sostenible; lo cual ha permitido un enfoque social, económico y ambiental; a través de llevar una vida saludable y feliz a 50 millones de niños, mejora de las condiciones de vida con sus actividades empresariales y un impacto cero medioambiental.

Finalmente, el Ecuador cuenta con empresas que han adoptado un modelo de gestión con responsabilidad social permitiéndoles aportar al desarrollo sostenible, promoviendo una mejor calidad de vida; sin embargo, aún existe escepticismo por parte de los propietarios y/o gerentes de los negocios al no contar con el presupuesto suficiente, visión limitada o la implementación de políticas gubernamentales que coadyuven a que un mayor porcentaje de instituciones accedan a una oportunidad de crecimiento empresarial para una diversificación de la economía a nivel país.

1.2.1.3. Microcontextualización

Actualmente, el Ecuador se encuentra dividido en 9 zonas de planificación y que están conformadas por 24 provincias de acuerdo a su proximidad geográfica, cultural y económica (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2019).

La Zona 3 se encuentra conformada por las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza. Es así que la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) caracteriza a ésta zona en tres ejes: producción agropecuaria, producción manufacturera y turismo.

Respecto a la industria manufacturera de la zona 3 es identificada por el uso de tecnología y la elaboración de productos, que en su mayoría son consumidos en el mercado nacional y cierto porcentaje con la posibilidad de exportación (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

En este sentido, la zona 3 cuenta con empresas que poseen prácticas de responsabilidad social y que contribuyen al desarrollo socioeconómico del país.

La provincia de Tungurahua por su parte, cuenta con negocios socialmente responsables en diferentes sectores económicos; particularmente Bioalimentar (2019) afirma: “Existen dos proyectos emblemáticos que se consolidaron durante el 2018 y que permitieron aportar directamente a la sostenibilidad económica, social y ambiental de nuestra empresa con la implementación de tecnología de punta y prácticas más sostenibles” (p62).

Cotopaxi se destaca por la empresa Provefrut (2019) a través del Programa Juntos por la Vida, Nintanga y Provefrut por la Educación; a fin de “compartir conocimiento” y “unir esfuerzos” entre empresa y comunidad generando proyectos para la niñez y juventud de la provincia.

La provincia de Chimborazo a través de Moderna Alimentos (2019) han desarrollado el proyecto "Creciendo Juntos: Desarrollo infantil de niños indígenas en la Comunidad de Cajabamba", que busca la creación de un ambiente lúdico para que los niños desarrollen integralmente sus capacidades académicas, su condición nutricional y crecimiento personal.

Por otra parte, Vance Mafla (2017) en el Acuerdo Ministerial 4712 expedido por el Ministerio de Salud Pública establece lo siguiente:

Art. 2.- Las disposiciones del presente Reglamento serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados, con o sin fines de lucro, que realicen actividades de producción, almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación, exportación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina prepagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario.

Art. 3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente. (p.3)

En este sentido, el estudio se aplicará a las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo que en cumplimiento a la normativa sanitaria formen parte de la base de datos de permisos de funcionamiento otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA la cual garantiza la inocuidad en la cadena de producción de los alimentos procesados.

A continuación, se presenta las pymes que cuentan con el permiso de funcionamiento de la ARCSA que corresponden a la provincia de Chimborazo:

Tabla 4: Empresas del sector alimenticio de Chimborazo

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	PYMES
Elaboración y conservación de carne y sus derivados	1
Elaboración de cereales y sus derivados	3
Elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas	1
Elaboración de productos de panadería y pastelería	5
Elaboración de productos lácteos y derivados	3
Elaboración y conservación de frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos, raíces, semillas, oleaginosas y sus derivados	1
TOTAL	14

Fuente: Arcsa (2019)

La tabla 4 muestra a 14 empresas que se encuentra categorizada de acuerdo a sus diferentes actividades productivas del sector alimenticio que cuentan con el permiso de funcionamiento de la Arcsa.

1.2.2. Análisis Crítico

1.2.2.1. Matriz de análisis de situaciones

Se ha estructurado la matriz de análisis de situaciones a partir de un diagnóstico en general del contexto referente a la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas, se ha identificado el problema y una situación futura a alcanzar; a la vez se deja por sentado una propuesta de solución al problema planteado que no se ejecutará debido a que no es parte del proyecto de investigación.

Tabla 5: *Matriz de Análisis de Situaciones (MAS)*

Diagnóstico	Problema	Situación Futura deseada positiva	Propuesta de solución al problema planteado
Políticas públicas limitan el desarrollo de las pymes.	Carencia de un comportamiento social responsable en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo	Prácticas de responsabilidad social como fuente de ventaja competitiva en la rentabilidad empresarial	Implementación de un modelo de gestión de responsabilidad social para pymes a fin de contribuir al desarrollo sostenible empresarial.
Escaso conocimiento en Responsabilidad Social Empresarial			
Conocimiento y estudio macro y microeconómico reducido.			
Los recursos económicos que disponen son limitados para adoptar sistemas de responsabilidad social			
Los incentivos son menores que los de grandes empresas.			
Expectativa que los rendimientos financieros sean inmediatos.			
Desconfianza de que la implementación de RSE genere ventajas competitivas sostenibles.			
Limitación que imponen los sistemas económicos, sociales y ambientales.			

Elaborado: Autoría propia

Fuente: Abril (2010)

La tabla 5 muestra un diagnóstico en general del problema; así como las posibles causas y efectos identificados, mismos que han servido para la estructura del árbol de problemas.

1.2.2.2. Árbol de problemas

El método del árbol de problemas se ha diseñado para identificar el problema, las causas y sus efectos. Es así que Hernández & Garnica (2015) indica que el árbol de problemas desarrolla ideas creativas de las posibles causas del conflicto, generando un modelo que establezca las consecuencias del problema.

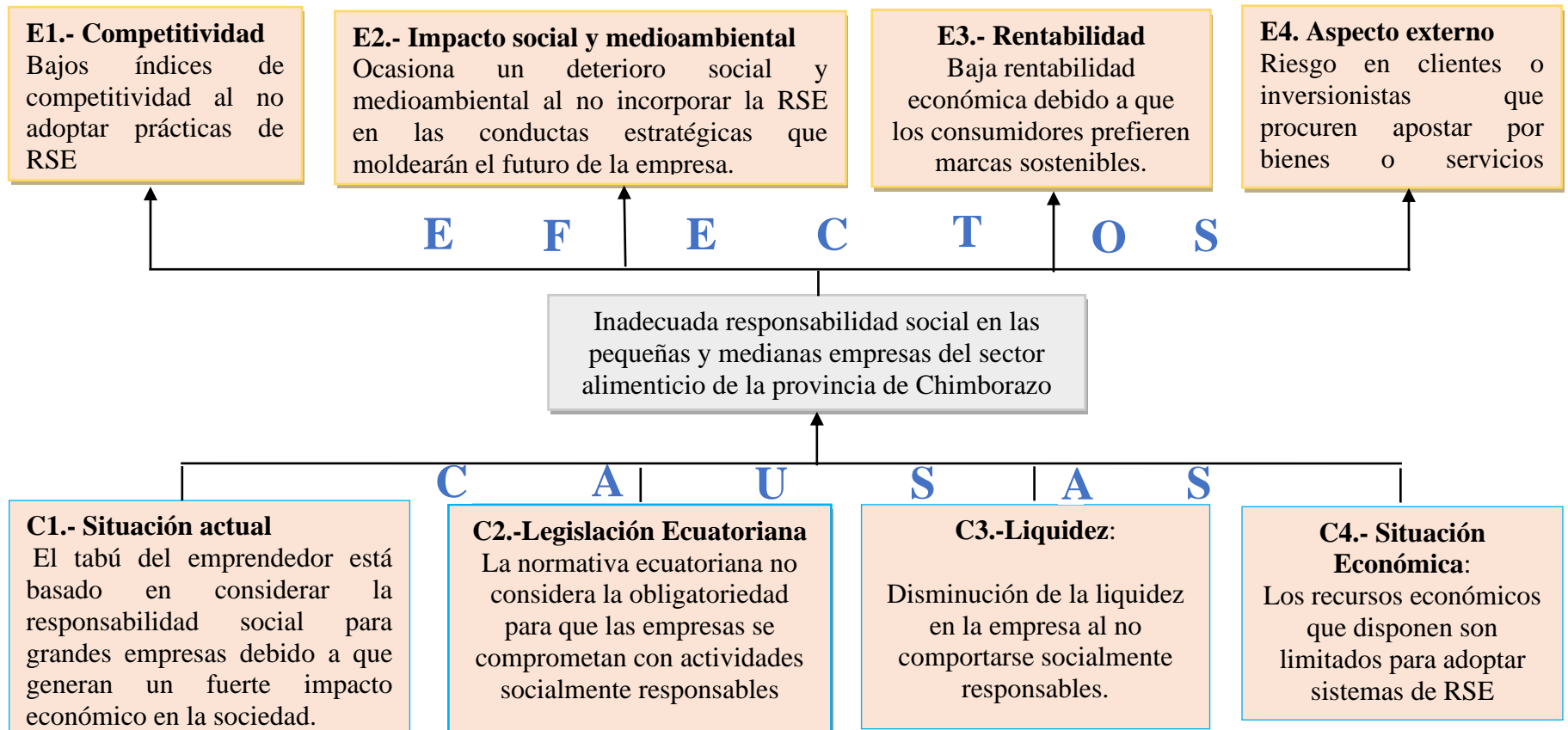


Figura 2: Árbol de problemas
Elaborado: Autoría propia

1.2.2.3. Análisis

El problema central que presenta ésta investigación es la inadecuada responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

Partiendo del precepto que la responsabilidad social empresarial implica un cambio total de paradigma buscando el desarrollo sostenible; atrayendo y reteniendo talentos para una sólida reputación, ventajas a nivel de competitividad, relaciones permanentes con sus grupos de interés y mejorando resultados en general (Fundemas, 2014).

Una vez que se ha identificado las posibles causas y efectos interactuando entre sí, se ha procedido a realizar el análisis respectivo a través de la conexión de las ideas, de la siguiente manera:

- **C1E1: Situación Actual y competitividad**

Una de las causas del problema es la ideología del emprendedor al considerar que la responsabilidad social es únicamente para grandes empresas ya que generan un fuerte impacto económico en la sociedad; sin embargo, éste tabú se traduce en bajos índices de competitividad frente a las industrias que mantienen prácticas de responsabilidad social como su filosofía de gestión de negocio.

- **C2E2: Legislación Ecuatoriana y el impacto social y medioambiental**

Así mismo, la normativa ecuatoriana no considera la obligatoriedad para que las empresas se comprometan con actividades socialmente responsables; ocasionando un deterioro social y medio ambiental al no incorporar la RSE en las conductas estratégicas que moldearán el futuro de la empresa.

- **C3E3: Liquidez y rentabilidad**

Por otra parte, se identifica una disminución de la liquidez en la empresa al no comportarse socialmente responsables; lo que ocasiona bajos índices de rentabilidad económica debido a que los consumidores prefieren marcas sostenibles.

- **C4E4: Situación económica y aspecto externo**

A la vez se observa que los recursos económicos que disponen las pymes son limitados y existe restricciones en su inversión; generando un riesgo en la pérdida de clientes e inversionistas, considerando que éstos procuren apostar a la adquisición de bienes o servicios socialmente responsables. Cabe mencionar que a pesar que las entidades financieras estatales como la CFN y BAN Ecuador otorgan financiamiento para actividades comerciales y productivas, las condiciones que deben cumplir son amplias y emana un tiempo considerable para lograr su objetivo.

1.2.3. Prognosis

La prognosis se ha elaborado conforme a un supuesto del problema central, considerando un escenario negativo.

En éste sentido, una vez identificadas las posibles causas y efectos relevantes a la inadecuada responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo, ha permitido reconocer que la disminución de la liquidez en las organizaciones ocasionaría mantener bajos niveles de rentabilidad económica; considerando que los clientes e inversionistas procurarían apostar a las marcas sostenibles.

1.2.4. Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la responsabilidad social empresarial dentro de la rentabilidad económica en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio en la provincia de Chimborazo?

1.2.5. Interrogantes

- a) ¿Qué actividades reflejan un comportamiento socialmente responsable en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo?
- b) ¿Cuál es el grado de rentabilidad económica en las pequeñas y medianas empresas seleccionadas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo?
- c) ¿Cómo se correlacionan las variables de responsabilidad social y la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Contabilidad y Auditoría

Área: Contabilidad

Aspecto: Responsabilidad Social Empresarial y la Rentabilidad Económica

Delimitación Espacial: Ésta tesis se realizará en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo República del Ecuador.

Delimitación Temporal: El trabajo operativo de campo se realizará por el año fiscal 2017

Delimitación Poblacional: Los datos se han tomado del sitio web del Instituto de Estadísticas y Censos, Servicio de Rentas Internas, ARCSA y se acudirán a las empresas para evaluar el tema de estudio.

1.3. Justificación

Actualmente, la responsabilidad social empresarial constituye un papel importante dentro de la sociedad ya que refleja un factor clave para impulsar el crecimiento de las organizaciones, a través de la generación de beneficios sociales, éticos, ambientales y económicos de manera coordinada; a fin de causar un impacto sostenible en los clientes, empleados, accionistas y la comunidad.

Las empresas socialmente responsables son más rentables económicamente considerando que fideliza a sus clientes e inversores a través del compromiso de los consumidores mediante la imagen de la organización logrando generar proyectos sociables; promueven además la estabilidad y el bienestar del público interno mejorando los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados; reduce los costos operativos como los gastos y la improductividad; posiciona y diferencia la marca frente a la competencia por medio del valor agregado y mejora su acceso al capital permitiendo reinvertirlo y utilizarlo de manera rentable para la empresa.

La industria alimenticia es uno de los sectores económicos de mayor potencial en la zona 3 considerando que la garantía de una alimentación inocua es fundamental para la protección de la salud humana y la mejora de la calidad de vida de la población y por ende un nivel alto de competitividad.

La presente investigación se ajusta a las líneas de investigación conforme al Plan de titulación del Programa de Maestría en Contabilidad y Auditoría cohorte 2016 que establece un enfoque a la *“Gerencia Estratégica y Estrategia Financiera que busca contribuir con investigaciones en el sector empresarial de la región 3, priorizados en la agenda de productividad y competitividad y en las instituciones de los sectores público y privado, para impulsar a las pequeñas y medianas unidades productivas en investigaciones que se centren a la gestión de empresas micro, pequeñas, medianas y grandes de la región, sus formas de administración, toma de decisiones y manejo de finanzas”*.

En el transcurso de la investigación se utilizará un enfoque cuantitativo, ya que se correlacionarán las variables utilizando la modalidad de investigación de campo y bibliográfico.

Con esta investigación se procura realizar un aporte a la provincia de Chimborazo mediante el uso de contextualización teórica poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en los niveles de pregrado y cuarto nivel; a la vez contando con la experiencia adquirida en la vida profesional en las diferentes áreas; a través de un análisis de la incidencia de la responsabilidad social en la rentabilidad económica de las pymes de la provincia.

La investigación se considera factible, ya que se dispone del tiempo e instrumentos necesarios para el análisis y la predisposición de la muestra obtenida de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo; con el compromiso verbal de otorgar los documentos necesarios y suficientes. El presente trabajo se encuentra financiado directamente por la autora; quien tiene la suficiente experiencia y conocimiento del tema que se va a investigar.

Es así como, el presente trabajo de investigación permite realizar un análisis del impacto entre la responsabilidad social y la rentabilidad económica de las Pymes, para examinar su aplicación en las empresas; estableciendo datos estadísticos reales que ayuden a mejorar la problemática, y a largo plazo ayude a la consecución de propuestas que beneficien a la comunidad y por ende a la empresa, generando beneficios y logros.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Analizar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de las Pequeñas y Medianas Empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

1.4.2. Específicos

- Identificar las actividades que reflejan un comportamiento socialmente responsable de las Pequeñas y Medianas Empresas del sector alimenticio de Chimborazo.
- Evaluar la rentabilidad económica de las Pequeñas y Medianas Empresas seleccionadas del sector alimenticio de Chimborazo.
- Correlacionar las variables de responsabilidad social y rentabilidad de las Pequeñas y Medianas Empresas del sector alimenticio de Chimborazo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Los antecedentes del proyecto de investigación se ha basado en la información recopilada de artículos científicos con temas relevantes al presente trabajo, que se describe a continuación:

El análisis empírico multivariante “La responsabilidad social en las PYMES españolas” publicado en la Revista Mundo Económico y Empresarial analiza el grado de avance en prácticas de responsabilidad social de las PYMES españolas.

Por su parte, Rosero (2010) en su investigación de campo concluye: “el 46% de las empresas tienen actitudes responsables en su desempeño y la información financiera de las empresas permite relacionar que aquellas empresas que tienen un mayor número de empleados poseen un comportamiento más responsable”.

El artículo de investigación científica “La responsabilidad social empresarial y las finanzas” publicado por la Revista Cuadernos de Administración de la Universidad del Valle ha enmarcado su estudio en revelar como el mundo de las finanzas está estrechamente relacionado con la RSE.

Es así que Saavedra et al. (2011) enfoca su estudio en tres aspectos: la inversión socialmente responsable, la normativa y el análisis de casos de fraude en Estados Unidos y México. En el caso de la inversión socialmente responsable se destaca su crecimiento a tasas cada vez mayores, por lo cual se ha creado índices con criterios sociales, medioambientales y éticos para medir su desempeño. En cuanto a la normativa que engloba a la RSE en el ámbito financiero se encuentra Brasil y Argentina, sin embargo, sus esfuerzos han sido limitados para integrar consideraciones ambientales. Finalmente, los casos de Enron y Comercial Mexicana muestran la necesidad de que el sector empresarial introduzca la filosofía de prácticas en RSE, a fin de contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

El trabajo de investigación científica “Responsabilidad social empresarial y desempeño financiero en la industria del plástico en Ecuador” publicada en el

Revista Información Tecnológica ha contribuido con su análisis al determinar que la RSE impacta positivamente en el rendimiento financiero.

Por tanto, Padilla, Arévalo, Bustamante & Vidal (2017) en su análisis a 192 empresas determinaron la correlación de variables de RSE con índices financieros; principalmente entre la responsabilidad social y el rendimiento sobre las ventas o activos (ROS); y entre la responsabilidad económica y ambiental con respecto al retorno sobre el patrimonio (ROE).

El ensayo “La responsabilidad social empresarial y las pymes en el Ecuador” tratado en el III Congreso Virtual Internacional sobre Desafíos de Empresas del siglo XXI abril 2018 ha aportado con el análisis del desafío que enfrentan las pymes en la aplicación de RSE en sus operaciones.

Las pymes ecuatorianas que aplican RSE lo hacen como parte de las actividades empresariales y no como un modelo de gestión para perfeccionar la producción para así aumentar y esparcir la producción nacional. (Mendoza & Ávila, 2018)

El artículo “Incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas” publicado en la Revista Espacios, muestra como la inversión en RSE maximiza los beneficios económicos de las empresas.

De ésta manera, Freire, Govea, & Hurtado (2018) aplicaron su estudio a una muestra de 25 empresas que forman parte del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES); con un análisis de varianza demuestran que la responsabilidad social si incide en la rentabilidad empresarial, debido a que los resultados obtenidos son adyacentes.

Por lo expuesto, se puede evidenciar que se cuenta con estudios previos que han contribuido a los antecedentes teóricos y prácticos de la presente investigación; permitiendo relacionar las variables de responsabilidad social empresarial y la rentabilidad.

2.2. **Fundamentación filosófica**

La fundamentación filosófica propone un paradigma del positivismo alineado con un enfoque cuantitativo.

El positivismo de acuerdo con Guba (2018) citado en Labra (2013) menciona que “el conocimiento permite descubrir la verdadera naturaleza de la realidad y el funcionamiento de las cosas”

En este contexto la investigación se ha tornado cuantitativa considerando que se centrará en encontrar la respuesta a una consulta por medio de evidencia numérica; así como la explicación con más detalle del por qué ocurrió el tema de estudio en particular.

2.3. **Fundamentación legal**

La fundamentación legal del presente trabajo de investigación se ampara en los siguientes cuerpos legales que abarcan la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica.

- Constitución de la República del Ecuador 2008
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017
- Acuerdo Ministerial de la Calidad Nro. 12 247
- Decreto 3253 Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados.

Que, la Constitución de la República del Ecuador 2008 establece:

Art. 15 “El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua”.

Art. 396 *“El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente”*.

Que, el Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021 conforme al Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria propone *“la agenda de trabajo conjunta entre el sector público, privado y comunitario se centrará en el incremento de la productividad, la diversificación, la agregación de valor y la capacidad exportadora, las cuales generarán mayor competitividad anclada en empleo de calidad y mejores oportunidades de negocio para garantizar un crecimiento sustentable”*.

Que, el Acuerdo del Comité Interministerial de la Calidad No. 12 247 en el cual determina como funciones del Comité Interministerial de la Calidad, la formulación integral de la políticas y acciones de la calidad.

Y que, el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados (Decreto 3253) establece en su parte pertinente *“El establecimiento que se encuentra acreditado en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) asegura el cumplimiento de los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, de esta forma se garantiza que el producto ha sido elaborado en las condiciones sanitarias adecuadas”*.

En este contexto, los cuerpos legales descritos con antelación, permiten ampararnos en normativa contenida en la Constitución de la República del Ecuador 2018, Plan Nacional del Buen Vivir 2017 -2021, Acuerdo del Comité Interministerial de la Calidad No. 12 247 y el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados (Decreto 3253) emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria Arcsa, a fin de afianzar la presente investigación con sustento en la ley.

2.4. Categorías fundamentales

Las categorías fundamentales reflejan el marco conceptual que sustente las variables del problema y una interrelación de las mismas.

2.4.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema

La visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema es un compendio del marco conceptual de la variable independiente y dependiente.

2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente

La variable independiente es la responsabilidad social empresarial; para lo cual se ha estructurado una superordinación conceptual con temas relevantes como los sectores económicos con especial énfasis en el sector alimenticio, la economía social, ética empresarial y la responsabilidad social empresarial.

2.4.1.1.1. Sectores económicos

Las actividades económicas a nivel regional son diversas y se agrupan en varios sectores; por ésta razón, Gómez (2016) analiza a la economía a partir de los tres grupos fundamentales. El sector primario relacionado con la obtención de recursos de la naturaleza; sector secundario que implica la transformación de materias primas a través de procesos productivos y sector terciario que no producen bienes materiales, sino satisfacen necesidades de la población.

2.4.1.1.1.1. Sector Primario

El sector primario agrupa a las actividades económicas obtenidas directamente de la naturaleza (mar, tierra o aire) que no han sufrido proceso de transformación: minería, pesca, agricultura, ganadería (Astudillo Moya, 2012).

El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador en el año 2016 para el sector primario es del 9.7%; en éste contexto la agricultura, ganadería, caza y silvicultura tiene el 7.65% con un valor de \$5.302,9 millones; y, en cuanto a la pesca y acuicultura refleja el 1.42% por un monto de \$984 millones (Oficina Económica y Comercial de España en Quito, 2018).

El sector agrícola y la estructura industrial aportan al crecimiento económico del país, es así que la expansión agrícola creció con requerimiento de capital limitado, para lo cual era necesario inversiones fijas (Rosales, Apaza, & J., 2004).

2.4.1.1.1.2. Sector Secundario

El sector secundario comprende las industrias manufactureras y otras actividades similares: construcción, generación de energía (Astudillo Moya, 2012).

El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador en el año 2016 para el sector secundario es del 22.7%; en éste contexto dentro de la industria manufacturera se encuentra la minería y extracción y refinación del petróleo por \$15.742 millones (Oficina Económica y Comercial de España en Quito, 2018).

Por su parte, la industria manufacturera agrupa empresas dedicadas a la producción, elaboración y conservación de carne, pescado, entre otros productos alimenticios, fabricación de productos químicos, de papel y sus productos, así como productos minerales no metálicos (INEC, 2016).

El sub sector de Elaboración de alimentos y bebidas en el año 2016 suma usd 3.229,67 millones, con una participación del 4,67% del PIB, representa el 38,0% del

sector manufacturero (excepto refinación de petróleo) y el 4,7% del PIB (Corporación Financiera Nacional, 2017).

En éste sentido, los establecimientos de elaboración y conservación de pescados y crustáceos tiene un 16%; la elaboración de bebidas con un 15.30%, la elaboración y conservación de carne con un 14.90%, la elaboración de otros productos alimenticios con un 11.30%, la elaboración de productos alimenticios con un 9.60%, elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal con un 9.40%; el procesamiento y conservación de camarón con un 8.30%, la elaboración de productos lácteos con un 8.10%, la elaboración de azúcar con un 3.0% y la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería con un 3.30% (Corporación Financiera Nacional, 2017)., tal como refleja el siguiente gráfico:

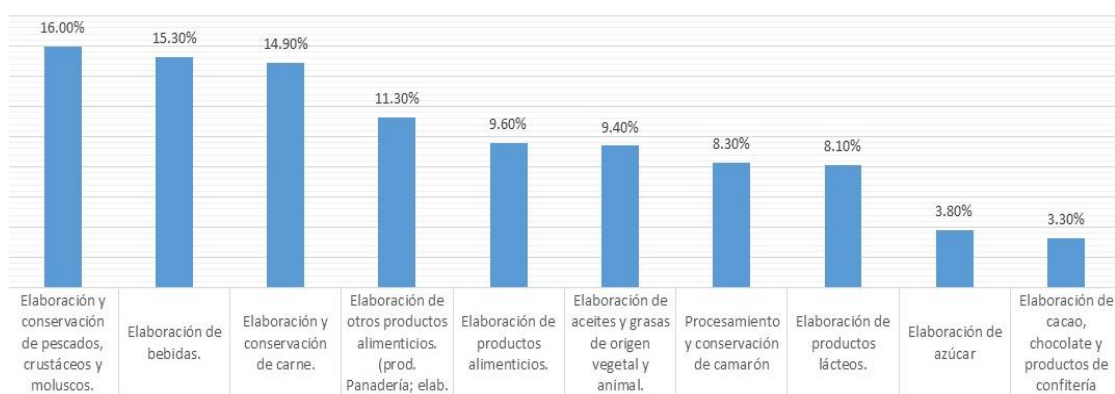


Figura 3: PIB del Sector alimenticio
Fuente: Corporación Financiera Nacional (2017)

La figura 3 muestra los porcentajes de aportación al PIB según los subsectores que conformar el sector alimenticio en el Ecuador; destacando con un 16% a la elaboración de conservación de pescado y con un 3.30% la participación respecto a la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.

2.4.1.1.1.3. Sector Terciario

El sector terciario se relaciona con el comercio, educación, salud, banca, finanzas, transporte y comunicaciones, así como otros servicios sociales y personales (Astudillo Moya, 2012).

El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador en el año 2016 para el sector terciario se divide en las actividades de comercio con el 10,19% que equivale a un monto de 7.064 millones USD; construcción con el 9,12% que equivale a un monto de 6.424 millones USD; servicios de educación y salud con el 8,8% que equivale a un monto de 6.083 millones USD; otros servicios por un monto de 4.636 millones USD; transporte con el 6,7% que equivale a un monto de 4.712 millones; actividades profesionales con el 6.11%; administración pública con el 6.06%; servicios financieros con el 3,37% (Oficina Económica y Comercial de España en Quito, 2018).

Al respecto, la actividad económica dentro de un Estado se encuentra dividido en sectores que fomentan el sector productivo, intercambio, distribución y consumo de bienes o servicios.

En éste contexto, el sector primario engloba aquellas actividades que no han sufrido ningún tipo de transformación, el sector secundario representadas por la industria manufacturera y minera; y el sector terciario agrupa las actividades relacionadas con el comercio, educación, salud, banca, finanzas, transporte y comunicaciones.

Finalmente, se ha elaborado el siguiente gráfico de modo que permita tener una visión clara de los principales sectores de la economía ecuatoriana y sus actividades (Oficina Económica y Comercial de España en Quito, 2018).

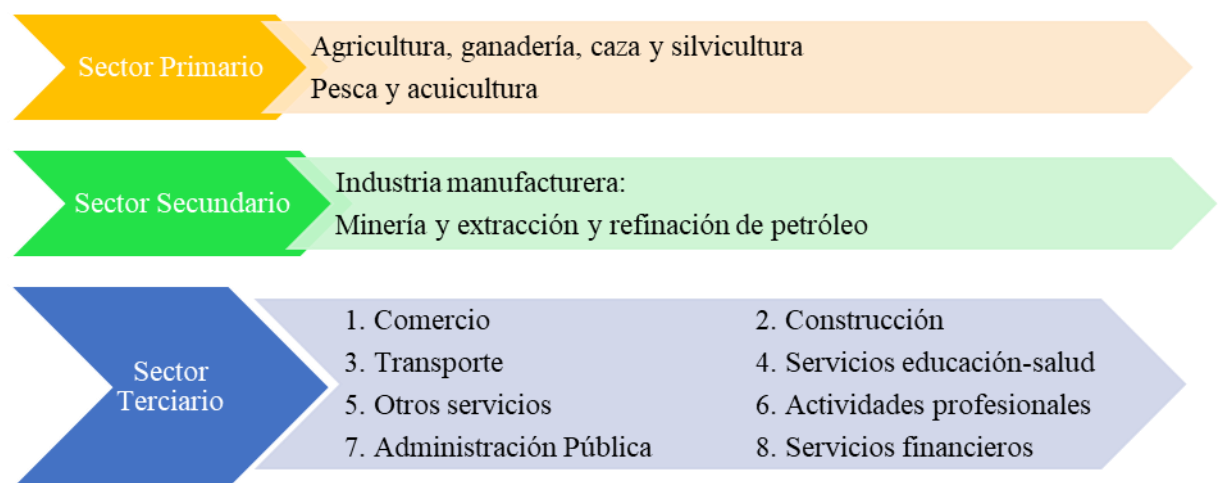


Figura 4: Sectores económicos.

Fuente: Oficina Económica y Comercial de España en Quito (2018)

2.4.1.1.2. Economía Social

2.4.1.1.2.1. Definición

La Economía Social se caracteriza por una combinación entre el aspecto social y económico. En éste contexto, Pérez, Etxarri & Guridi (2009) relaciona a la economía social con la producción y distribución de acuerdo a los principios de solidaridad y responsabilidad; se establecen además dos subsectores:

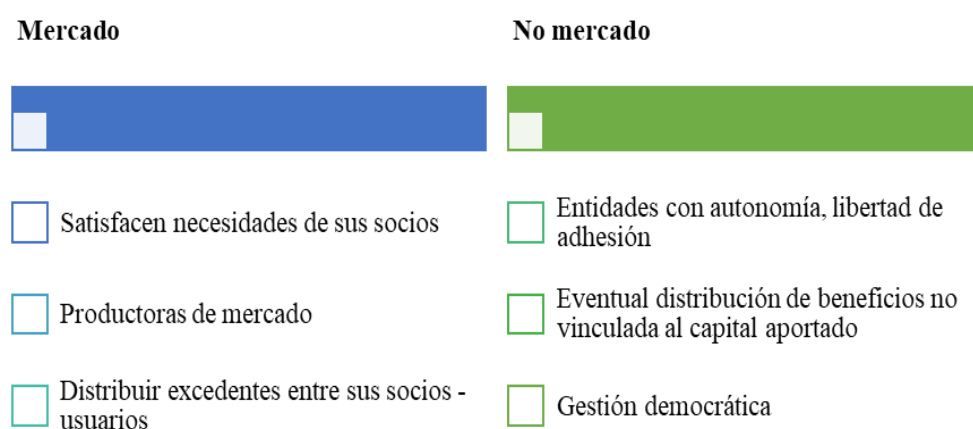


Figura 5: Subsectores de Economía Social.

Fuente: Pérez, Etxarri & Guridi (2009)

Así mismo, Coraggio (2011) menciona que la economía social se enfoca en la producción de sociedad y no sólo a partir de la obtención de ganancias y acumulación de capital; por tal razón, a través de la generación de valores se contribuye a la satisfacción de necesidades de los consumidores.

En este contexto, la economía social contribuye a satisfacer las necesidades de la comunidad enmarcado en los principios de solidaridad, sin limitarse a fines económicos.

2.4.1.1.2.2. Valores y prácticas

La economía social varía según los parámetros de cada país; sin embargo, sus valores y prácticas son de conocimiento general:



Figura 6: Valores y prácticas de la economía social.
Fuente: Novillo (2019).

La economía social mantiene distintas formas de organización; ya sea a nivel individual, familiar o asociaciones:



Figura 7: Formas de organización.
Fuente: Romero (2007)

2.4.1.1.2.3. Desarrollo Humano Sostenible

El desarrollo humano sostenible se relaciona con el bienestar de las personas a todos los niveles; pues existe un complemento entre los seres humanos y la gestión de bienes materiales (Economistas sin fronteras, 2019).

El desarrollo social parte de la acción colectiva, donde los conflictos de intereses y la competencia pueden ser regulados de manera más transparente en el seno de la sociedad. (Corraggio, 2011)

2.4.1.1.2.4. Economía Solidaria

La economía solidaria se fundamenta en la construcción de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad, y la ayuda mutua dentro de un sistema económico que otorga a los mercados un papel instrumental en beneficio de la colectividad frente a la búsqueda de la rentabilidad económica del emprendimiento (Etxezarreta, Pérez y Guridi, 2019).

2.4.1.1.2.5. Empresa Social

El precepto actual de una empresa social denota su relación estrecha con el sector público; es así que, Etxezarreta, Pérez y Guridi (2019) menciona criterios como el beneficio a la comunidad y medio ambiente en general, para lo cual las estrategias que se tomen son fundamentales para su naturaleza participativa.

A continuación, se muestra un gráfico que refleja el sistema que se compone a partir de las empresas sociales:

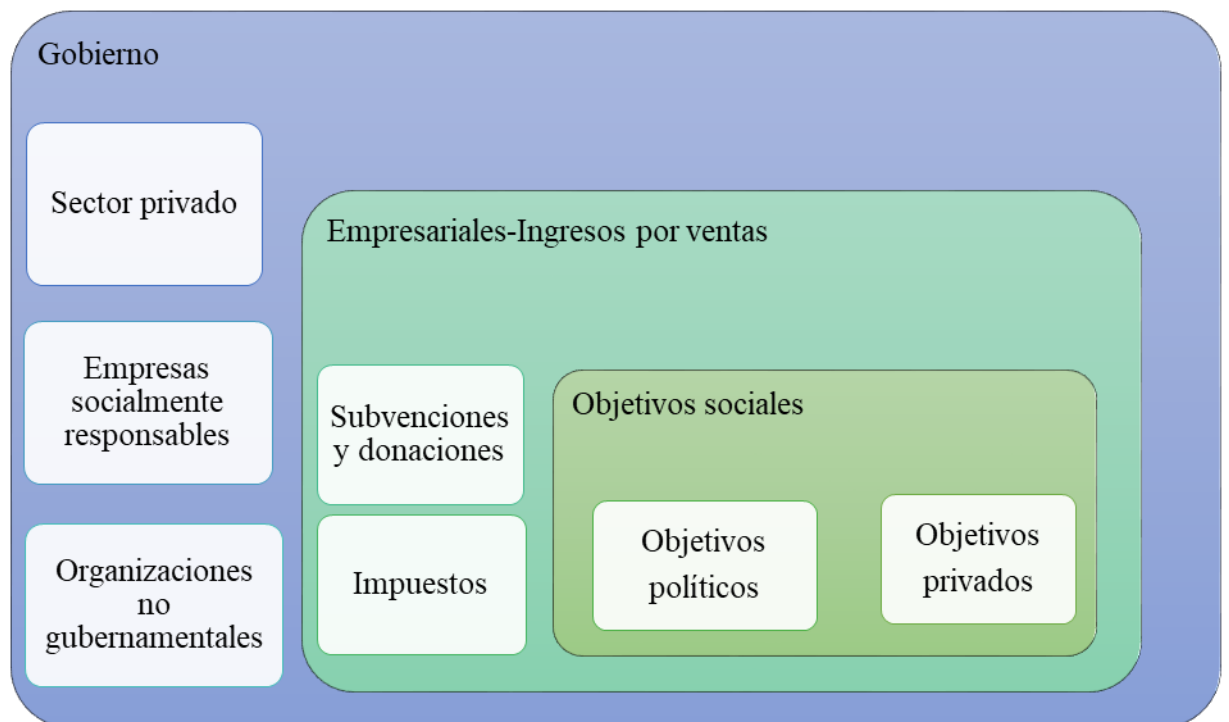


Figura 8: Empresa social
Fuente: Social Enterprise London (2007)

2.4.1.1.3. Ética Empresarial

2.4.1.1.3.1. Definición

La ética esclarece reflexivamente el ámbito de la moral y la conducta humana, enfocada en valores y principios como el respeto, la justicia, la solidaridad, honestidad e integridad en la toma de decisiones (Martinez, 2010).

Es éste sentido, los estándares éticos y morales se forjan a través de los valores establecidos por la conducta humana en pro de una sociedad mejor.

2.4.1.1.3.2. La ética empresarial y globalización

La ética empresarial y la globalización son dos variables que están estrechamente relacionadas. Es así, que Miralles Massanès (2005) en su análisis pretende incluir a los stakeholders y a la sociedad en sí, en las decisiones de la empresa; mientras que en el ámbito de la globalización la economía de mercado busca su propio interés y la sociedad afronta los problemas del bien común a través de instituciones políticas y sociales, pero no económicas.

2.4.1.1.4. Responsabilidad Social Empresarial

2.4.1.1.4.1. Definición

La responsabilidad social empresarial en el transcurso del tiempo ha ido cobrando fuerza en cuanto a una definición concreta. Es así, que Carroll (1999) a partir de la década de 1950 inicia la construcción de una conceptualización de la responsabilidad social empresarial, sin embargo, hasta los años 80 había menos definiciones nuevas y más investigación empírica; incluyendo temas de desempeño social corporativa, teoría de las partes interesadas y de la ética empresarial.

En éste aspecto, la Comisión Europea (2001) define a la responsabilidad social empresarial como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las

preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” p7.

Por otra parte, la ISO (2014) en su guía sobre la responsabilidad social 26000 expresa su objetivo “contribuir a un desarrollo sostenible de la sociedad” p4. Por lo cual, la responsabilidad social empresarial se enfoca en la manera de gestionar un negocio considerando la interacción con los grupos de interés; promoviendo resultados financieros, sociales y ambientales en pro del desarrollo sostenible y la creación de valor.

2.4.1.1.4.2. Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial

Las empresas socialmente responsables reúnen aspectos sociales, legales y ambientales dentro de su modelo de gestión. Por ello, es importante reconocer que la RSE no siempre se encuentra ligado a altos costos, pues basta con una adecuada gestión de la responsabilidad social empresarial que refleje los beneficios, a través de la aceptación de sus stakeholders (Sarmiento, 2011).

Por otro lado, el desarrollo de un modelo de gestión incluyendo la aplicación de prácticas socialmente responsables no es tarea fácil; pues es necesario manejarlo desde un proceso integrado a fin que cumpla paulatinamente cada fase (Sarmiento, 2011).

Al respecto, considerando que la responsabilidad social empresarial es un modelo de negocio tiene múltiples beneficios por las ventajas competitivas al agrupar los objetivos económicos, sociales, ambientales y éticos.

2.4.1.1.4.3. Pirámide de Carroll de la Responsabilidad Social Empresarial

La pirámide de Carroll de la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en el ámbito filantrópico, ético, legal y económico; lo cual aporta en ser buenos ciudadanos, hacer lo correcto, enmarcado en leyes, normativa gubernamental e interna; siendo rentables económicamente.

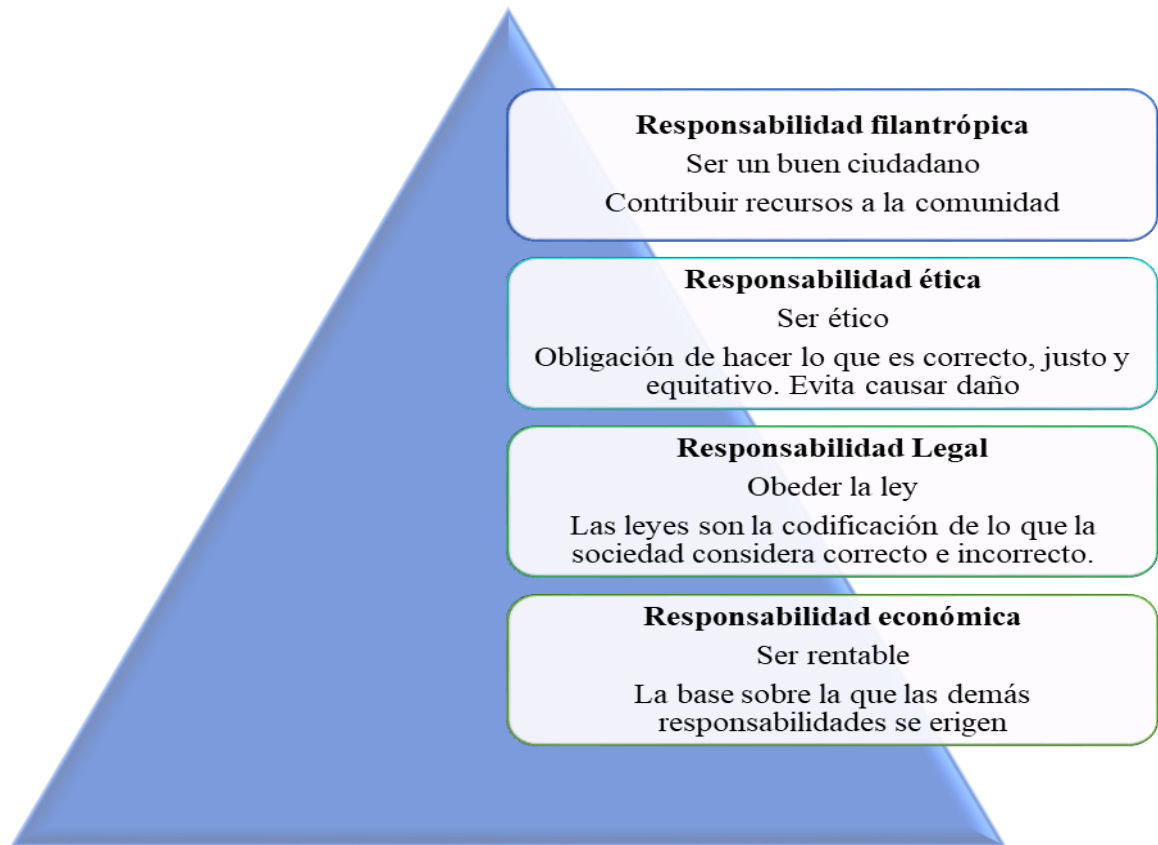


Figura 9: Pirámide de responsabilidad social
Fuente: Carroll (1999)

- **Responsabilidad Filantrópica**

Según Medina Giacomozzi & Severino González (2014) la responsabilidad filantrópica data de la voluntad de contribuir con organizaciones comunitarias o sin fines de lucro; a fin de solucionar problemas que pueden afectar a una colectividad específica.

- **Responsabilidad Ética**

En palabras de Medina Giacomozzi & Severino González (2014) visualizan a la responsabilidad ética enmarcada en normas y conducta que establece la sociedad, a través de la práctica de valores, principios y normas, en beneficio de la comunidad.

- **Responsabilidad Legal**

La responsabilidad legal se fundamenta en el cumplimiento de la normativa establecida por las autoridades y entes reguladores relacionadas con el comercio, régimen tributario, ambientales y laborales (Medina Giacomozzi & Severino González, 2014).

- **Responsabilidad Económica**

La responsabilidad económica se enfoca en la producción de bienes o servicios para la satisfacción de necesidades de la comunidad; incluyendo a los stakeholders como generador de valor (Medina Giacomozzi & Severino González, 2014).

2.4.1.1.4.4. Prácticas de responsabilidad social.

La responsabilidad social empresarial requiere una práctica adecuada, encaminándose a lograr los objetivos que aporten al desarrollo sostenible. En éste sentido Nowajewski Vega (2016) establece los siguientes aspectos:

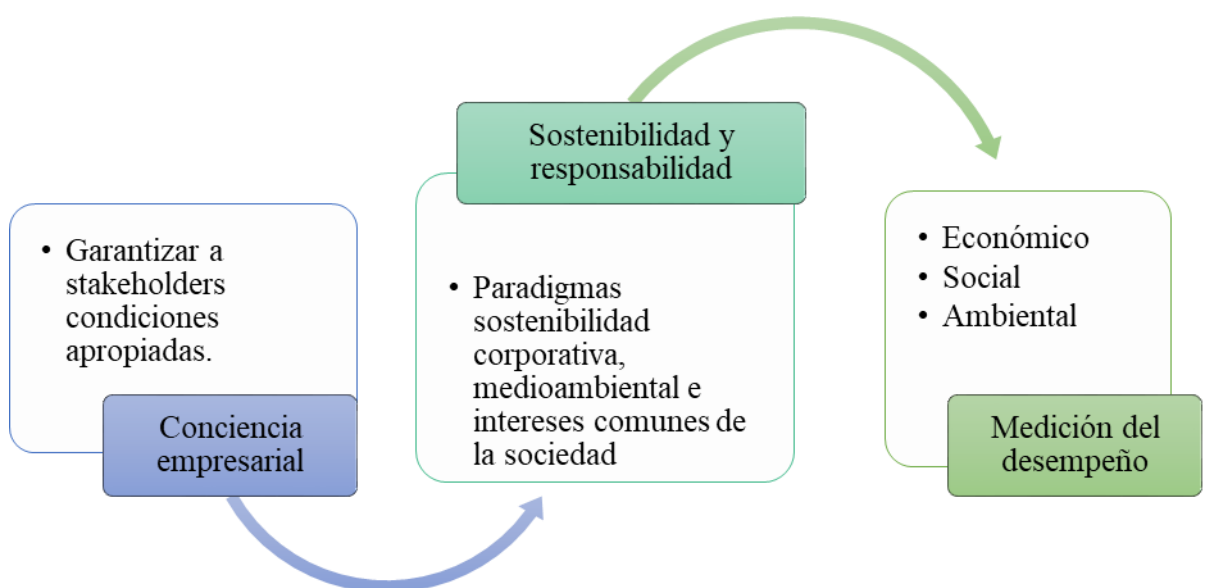


Figura 10: Buenas prácticas de responsabilidad

Fuente: Nowajewski Vega (2016)

Respecto a las prácticas de responsabilidad social empresarial, Cajiga Calderón (2013) enfoca su análisis en cuatro líneas estratégicas que rigen a la responsabilidad social empresarial; iniciando con la ética y gobernabilidad empresarial; la calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo; y, el cuidado y preservación del medioambiente.

Por su parte, la Organización Internacional de Normalización & Estandarización (2010) establece la integración de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas con base a la adopción de un modelo de gestión, a través de acciones sencillas y costo-eficientes; para un impacto significativo en el desarrollo sostenible.

2.4.1.1.4.5. Aspectos clave de Responsabilidad Social Empresarial

Respecto a las iniciativas para evaluar la responsabilidad social empresarial en las instituciones se ha considerado varios aspectos financieros, sociales y medioambientales. Es así que Flores, Ogliastri, Peinado-Vara & Petry (2007) ha identificado temas desde el punto de vista intensivo, extensivo, transversal y transparencia, para lo cual se presenta el siguiente gráfico:

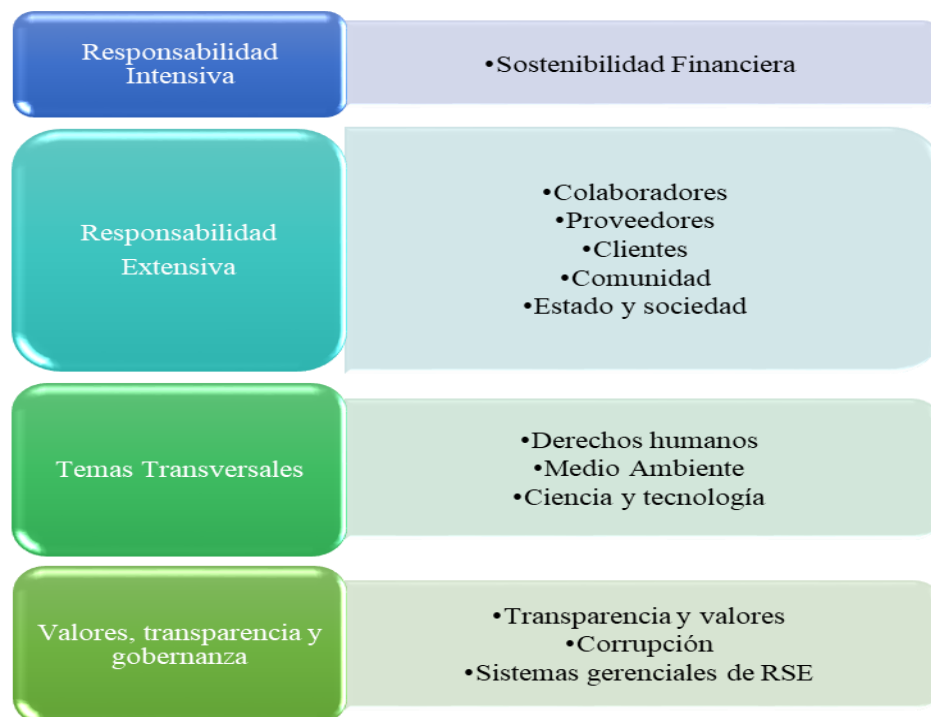


Figura 11: Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Ogliastri y Flores (2009).

Las prácticas de responsabilidad social empresarial y el impacto en los ingresos de una compañía, radica en el valor agregado de generar nuevas oportunidades de negocio como el cumplimiento de estándares laborales, ambientales o de otro tipo; generando mayor rentabilidad en las empresas (Ogliastri y Flores, 2009).

2.4.1.1.4.6. La responsabilidad social empresarial y la competitividad

A nivel empresarial, la competencia está estrechamente ligada a la rentabilidad; pues refleja que el negocio es productivo y sostenible.



Figura 12: Aspectos positivos RSE

Fuente: Ogliastri y Flores (2009).

La figura 12 muestra los beneficios de las prácticas de responsabilidad social empresarial en relación a la competitividad resultante de un buen posicionamiento y eficacia operativa.

En éste contexto, los posibles beneficios con un adecuado posicionamiento en el mercado están enfocados a una oportunidad de negocio, mejora de la reputación y la marca, la fidelidad del cliente, la atracción de inversionistas y proveedores de calidad; así como el cumplimiento de la normativa gubernamental.

Por otro lado, la eficacia operativa lograría cumplir con la expectativa de innovación, la motivación al talento humano y un adecuado clima organizacional a fin de generar mayor productividad; así como la capacitación constante al personal que demuestre el profesionalismo y el conocimiento; así como la mejora de relación con los proveedores.

Por lo expuesto, el posicionamiento como la eficacia operativa se refleja en los resultados finales; es decir en el margen de rentabilidad que obtenga la empresa y los riesgos que puedan prever al corto, mediano y largo plazo.

2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente

La variable dependiente es la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo; para lo cual se ha estructurado una superordinación conceptual con temas relevantes como la gestión financiera, análisis financiero, la rentabilidad y la rentabilidad económica.

2.4.1.2.1. Gestión Financiera

La gestión financiera dentro de las empresas es una herramienta clave para mantener un control de acuerdo a la planificación y a la ejecución. Es así que Terrazas Pastor (2009) presenta cuatro fases para un adecuado control y presentación de reportes en relación al funcionamiento institucional.



Figura 13: Gestión Financiera (Terrazas Pastor, 2009)

a) Planificación de actividades y presupuesto

Según Terrazas Pastor (2009) menciona a la planificación de actividades como la fase en la cual se establece el plan estratégico conforme a las políticas institucionales; así como el presupuesto de acuerdo a la programación de las actividades.

Al respecto, la planificación de actividades y presupuesto está conformado por un Plan Operativo Anual - POA; en el cual planifican las actividades según el mes que se requiera y por departamentos; así como la elaboración de una proforma presupuestaria en el que refleje los ingresos a obtener en el año, así como los gastos proyectados de acuerdo al POA.

b) Planificación financiera

La planificación financiera consiste en la revisión del presupuesto de ingresos con base a la proyección del tarifario y el presupuesto de gastos en función al plan operativo anual (Terrazas Pastor, 2009).

En mi opinión, la planificación financiera se elaboran los estados financieros proyectados, de acuerdo a los datos históricos y normativa interna y externa, a fin de comparar con los datos reales que se vayan ejecutando.

c) Ejecución y análisis

Desde la perspectiva de Terrazas Pastor (2009) la fase de ejecución y análisis se realiza con base a la preparación presupuestaria previa; de acuerdo a la información real que se refleja en los estados financieros de la empresa. El análisis puede ser realizado a través de la fórmula de DuPont, ya que engloba los parámetros de liquidez, rentabilidad y endeudamiento.

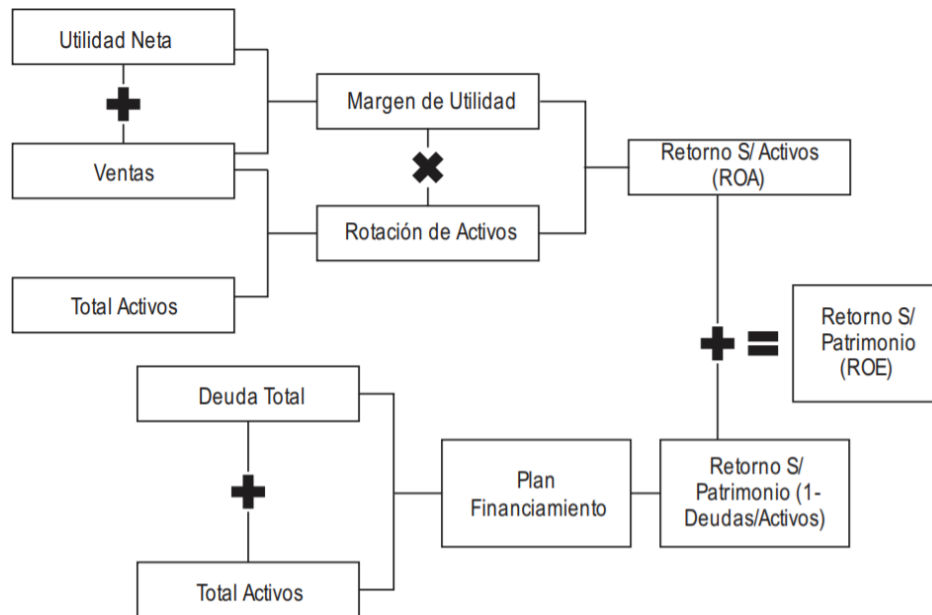


Figura 14: Fórmula DuPont (Stanley, Block, 2000)

Considero que la ejecución y análisis reúne la información financiera mensual, trimestral o anual de acuerdo a lo que establezcan los directivos; para el análisis respectivo de los montos ejecutados.

d) Control y decisión

La fase de control y decisión se enfoca en monitorear las actividades realizadas y contribuir a la toma de decisiones; a través del control físico, control presupuestario y la comparación entre lo planificado y ejecutado (Terrazas Pastor, 2009).

Al respecto, el control y decisión compara las actividades planificadas junto con el presupuesto y lo realmente ejecutado; con el fin de obtener resultados y controlar el manejo financiero, para la oportuna toma de decisiones.

2.4.1.2.1.1. Administración Financiera

La administración financiera se relaciona con una planificación adecuada de los recursos financieros, a fin de gestionarlos de una manera óptima en función a la misión, visión y objetivos institucionales.

El campo financiero se encuentra ligado a las personas y empresas, pues al final del día todos manejan dinero. De ésta manera, Gitman (2003) menciona que las finanzas se pueden definir como el arte y la ciencia de administrar el dinero; pues los seres humanos y las organizaciones obtienen recursos financieros, con el fin de erogarlo o invertirlo.

La administración financiera va enfocada a una adecuada programación de los rubros monetarios. Es así que Van Horne & Wachowicz, (2002) indica: “La administración financiera se refiere a la adquisición, el financiamiento y la administración de activos, con algún propósito general y la toma de decisiones se realiza con base a la inversión, financiamiento y administración de los activos” (p.2).

Es así, que el producto final es la toma de decisiones de acuerdo a criterios de inversión, financiamiento y de administración de bienes.

Entonces la inversión, se lo realizaría para la creación de valor; pues se enfoca en el saldo de los activos que refleja el estado de situación financiera y se determina su uso (Van Horne & Wachowicz, 2002).

En el caso del financiamiento; es importante analizarlo desde el nivel de endeudamiento que ha contraído la institución, observando si el porcentaje es alto o bajo; a fin de no recaer en un sobreendeudamiento o en una subutilización de recursos (Van Horne & Wachowicz, 2002).

Finalmente, una vez determinado la inversión en activos y el financiamiento adecuado; es necesario administrarlos, de manera eficiente responsabilizando a las personas que se encuentran a cargo (Van Horne & Wachowicz, 2002).

2.4.1.2.2. Análisis Financiero

Desde la perspectiva global, el entorno empresarial avanza de una manera acelerada en relación a la tecnología, comercio, normativa y demás aspectos; por lo cual hace es imprescindible contar con las herramientas e instrumentos necesarios para mantener información actualizada, oportuna y relevante que permita la toma de decisiones adecuadas, en función de la perspectiva de crecimiento o; en su defecto mantenerse en el mercado.

A nivel empresarial los conflictos financieros comunes se basan en los costos, financiamiento y riesgo; es así que la información financiera tiene que brindar a los propietarios una claridad del panorama situacional; es decir un análisis financiero completo, elaborado con base a los estados financieros, evaluando a partir de los datos históricos y comparando con las proyecciones realizadas; a fin de determinar las estrategias para la mejora continua.

Por su parte, Nava Rosillón (2009) menciona que el análisis financiero “es una herramienta clave para el manejo gerencial de toda organización; analiza la información contable, económica y financiera para una toma de decisiones de inversión, financiación, planeación y control”.

Asimismo, Baena Toro (2014) considera que el análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos; de hechos históricos y actuales; a fin de diagnosticar el estado real de la empresa para la adecuada toma de decisiones.

Entonces, el objetivo financiero de las empresas es incrementar el valor de su utilidad y productividad; minimizar los costos y aprovechar la capacidad instalada; para lo cual es necesario proyectar el flujo de caja y determinar la rentabilidad (Baena Toro, 2014).

Por ello, el contar con un análisis financiero tiene múltiples beneficios, en cuanto a la toma de decisiones en términos de costos, capacidad instalada y rentabilidad.

Funciones de la actividad financiera

La actividad financiera se enfoca en la información de la situación financiera de la organización, a través de las siguientes funciones.

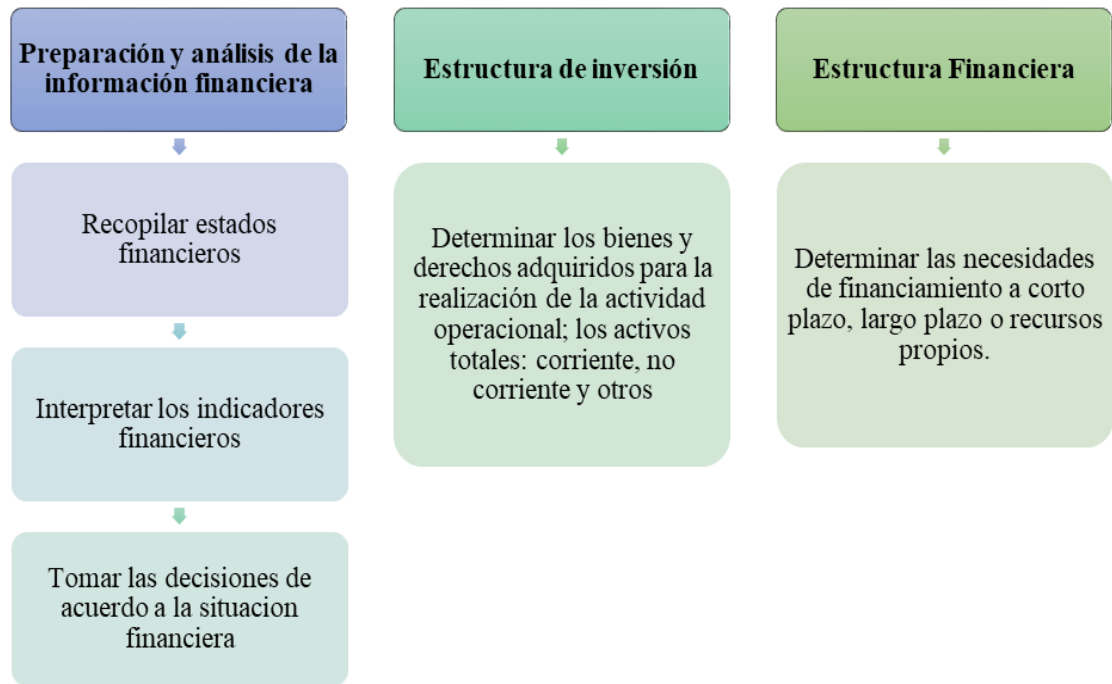


Figura 15: Funciones de la actividad financiera (Baena Toro, 2014)

Proceso de análisis financiero

El proceso de análisis financiero se resume en tres fases: la recopilación, interpretación y la comparación; por lo cual es necesario que las empresas establezcan los mecanismos para su aplicación, considerando los múltiples beneficios para una visualización desde la óptica gerencial para la toma de decisiones que es el resultado final.

Tabla 6: Proceso de análisis financiero

	Estructura para el desarrollo de actividades	Contenidos cualitativos	Contenidos cuantitativos
Recopilación: Reúne la información cualitativa y cuantitativa	Inversionista: Evalúa rentabilidad y el retorno de la inversión	Economía globalizada: evaluar el mundo externo previo al entorno local	Balance General consolidado
	Administración: planeación, organización, dirección, control y ejecución	Economía local: evaluar el aspecto económico, social y político	Estado de operaciones
	Talento Humano: movilización de inteligencias para incrementar la producción y competencia	Sector: Compara los indicadores financieros con empresas del mismo nivel y tamaño	Estado de cambios en la situación financiera
	Clientes – mercado: Cartera de edad, provisiones y políticas de crédito	Mercado: Evaluación periódica a cada uno de los productos, para la aceptación del consumidor y seguimiento a la competencia	Flujos del efectivo
	Proveedores - producción: calidad de materia prima y costos: nivel productividad		
	Interpretación: Cálculos de herramientas utilizadas	Estados financieros	
	Lecturas de estados financieros		
	Indicadores financieros		
	Flujos de caja		
Comparación: Compara datos cualitativos y cuantitativos para la toma de decisiones	Valor absoluto.- Analogías y diferencias entre las magnitudes de los balances		
	Valor relativo o de porcentaje.-el resultado corresponde al activo, pasivo, patrimonio y estado de operaciones para una mejor ponderación de oscilaciones.		
	Índices.- Tendencia de grupos de cuentas, teniendo como base el último periodo		
	Razón.- Se relaciona los diferentes elementos de la gestión que se va a realizar		
	Representación gráfica: Datos contables mediante gráficas para resaltar las relaciones evaluadas		

Fuente: Baena Toro (2014).

La tabla 6 muestra el proceso de análisis financiero, en el cual parte de la recopilación de la información, interpretación de los resultados y comparación para la toma de decisiones.

Respecto a la recopilación de la información; se inicia con la identificación de la estructura de las áreas que participan en el proceso de análisis financiero; como a los inversionistas, administración, talento humano, clientes y el mercado; así como a los proveedores y la producción. Posteriormente se analiza los contenidos cualitativos, desde una perspectiva globalizada, local, el sector y por supuesto al mercado. Finalmente, se analiza los contenidos cuantitativos con la presentación de los estados financieros.

En cuanto a la interpretación de la información se realiza mediante cálculos de las herramientas establecidas, para el efecto. Es así, que se procederá con la interpretación de los estados financieros, aplicando indicadores financieros y proyectando el flujo de caja.

Para terminar, la comparación compara los datos interpretados para la toma de decisiones; considerando el valor absoluto y relativo; así como los índices y razones, demostrados en representaciones gráficas.

Por otro lado, Van Horne & Wachowicz (2002) considera los siguientes factores para realizar un análisis financiero:

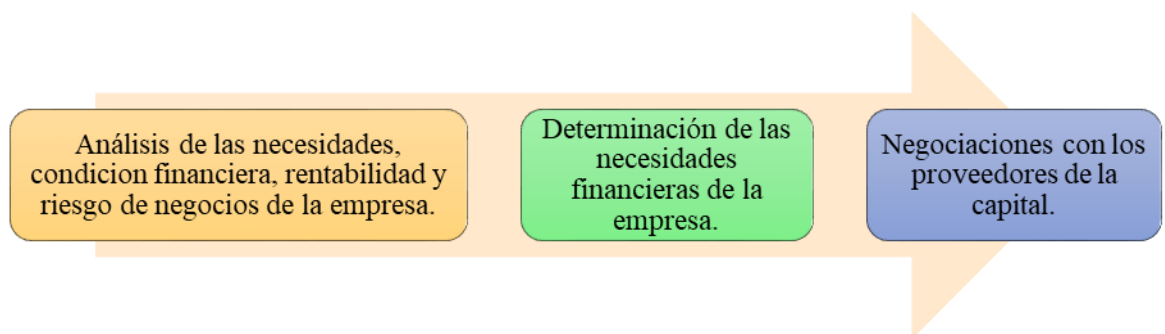


Figura 16: Factores para análisis financiero (Baena Toro, 2014)

Es así, que el análisis financiero se enfoca en medir la rentabilidad a través de sus resultados y la liquidez de su situación financiera; para determinar el estado actual y proyectar datos (Baena Toro, 2014).

Indicadores financieros

En el mundo empresarial, las actividades financieras no se detienen y es por ese hecho que la información financiera debe ser la más óptima, para el momento de la toma de decisiones.

En éste sentido, es importante la aplicación de indicadores financieros de la información contable, a fin de determinar la situación real de la empresa.

Por ésta razón, Nava Rosillón (2009) expresa “los indicadores financieros más destacados y utilizados frecuentemente para llevar a cabo el análisis financiero, son los indicadores de liquidez y solvencia, indicadores de eficiencia o actividad, indicadores de endeudamiento y los indicadores de rentabilidad”.

a) Liquidez y solvencia

La liquidez es el indicador que permite saber si la empresa está en la capacidad de cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Es así, que Rubio Domínguez (2007) expresa a la liquidez como “el grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes; es decir la capacidad puntual de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo”.

Asimismo, la falta de liquidez representaría que la empresa tenga problemas en pagar los compromisos contraídos, por ello se mencionan los siguientes aspectos:



Figura 17: Falta de liquidez (Rubio Domínguez, 2007)

En éste contexto, los ratios de liquidez y solvencia más utilizados son:

Tabla 7: Ratios de liquidez y solvencia

Ratio	Descripción	Fórmula
Tesorería	Cumplimiento de obligaciones de vencimiento a la vista	$\frac{\text{Disponible}}{\text{Deudas inmediatas}}$
Prueba ácida	Disponibilidad de contar con la disponibilidad del inventario inmediato	$\frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$
Liquidez	Cubrir deudas sin alterar la estructura financiera. (solvencia corriente)	$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$
Capital de trabajo	El capital con el que se cuenta para operar	Activo circulante – pasivo circulante
Solvencia total	El resultado debe ser mayor a 1, de lo contrario estaría en quiebra	$\frac{\text{Activo neto real total}}{\text{Pasivo Total}}$

Fuente: Rubio Domínguez (2007)

b) Eficiencia empresarial

La situación financiera de la empresa se enfoca a la vez en la eficiencia con la que se gestiona los insumos y los activos (Nava Rosillón, 2009).

Tabla 8: Ratios eficiencia empresarial

Ratio	Descripción	Fórmula
Rotación de activos	Eficiencia en el manejo de activos para generar ingresos	$\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Ventas}}$
Rotación de activos fijos	Eficiencia a través de los activos fijos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$
Rotación de inventarios	Gestiona la eficiencia del inventario y no recaer en	$\frac{\text{Inventarios}}{\text{Costo de ventas}}$

	obsolescencia	
Rotación de cuentas por cobrar	Número de veces en que las cuentas han sido transformadas en efectivo	$\frac{\text{Ventas a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$
Período promedio de cobro	Recuperación de sus ventas a crédito	$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas promedio}}$
Período promedio de pago	Eficiencia en el pago de compromisos	$\frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras promedio por día}}$

Fuente: Nava Rosillón (2009)

c) Endeudamiento

Una vez obtenido los resultados financieros, las autoridades deben evaluar la capacidad de pago en la empresa.

Tabla 9: Endeudamiento

Ratio	Descripción	Fórmula
Razón deuda	El porcentaje en que los acreedores han aportado con una suma de dinero.	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos totales}}$
Razón pasivos circulantes	Proporción de pasivos totales con deudas menor a un año	$\frac{\text{Pasivos circulantes}}{\text{Pasivos totales}}$
Razón pasivos a largo plazo	Proporción de pasivos totales con deudas mayor a un año	$\frac{\text{Pasivos a largo plazo}}{\text{Pasivos totales}}$
Razón cobertura de intereses	Capacidad para cancelar los intereses incurridos	$\frac{\text{Utilidad antes de impuestos}}{\text{Intereses}}$

Fuente: Nava Rosillón (2009)

2.4.1.2.3. Tipos de Rentabilidad

La rentabilidad es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas rentabilidad o margen de utilidad neta sobre ventas (Morillo, 2001).

Downes & Elliot (como se citó en García, 2013) define al rendimiento como “ganancias en títulos o inversiones de capital por lo general manifestadas como un porcentaje de tasa anual”.

En la misma línea Maignan (2001) especifica que un buen rendimiento financiero es causa del aumento significativo de las ventas, producido por una mayor fidelidad de los clientes.

Sánchez, (1994) lo acepta como un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas. En otras palabras, se refiere a la utilidad que produce un negocio.

Por otro lado, la rentabilidad está reflejada en la proporción de utilidad o beneficio que aporta un activo, dada su utilización en el proceso productivo, durante un período de tiempo determinado (Nava, 2009).

Así, Jaime, (2010) menciona que la rentabilidad financiera mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus propietarios, representando para ello, en últimas instancias, el coste de oportunidad* de los fondos que mantienen invertidos en la empresa.

En éste contexto, el resultado de las decisiones tomadas por la alta gerencia se refleja en la rentabilidad; pues refleja la proporción de utilidad que aporta un activo en el proceso productivo (Nava Rosillón, 2009).

Tabla 10: Endeudamiento

Ratio	Descripción	Fórmula
Rentabilidad sobre ventas	Costo de operaciones que pueda sufrir en precio y volumen.	$\frac{\text{Utilidad neta despues de impuestos}}{\text{Ventas totales}}$
Rentabilidad sobre activos	Ganancias obtenidas por la inversión en activos totales	$\frac{\text{Utilidad neta despues de impuestos}}{\text{Activos totales}}$
Rentabilidad sobre el capital	Ganancias generadas dado el capital aportado por propietarios	$\frac{\text{Utilidad neta despues de impuestos}}{\text{Capital contable}}$

Fuente: Nava Rosillón (2009)

2.4.1.2.4. Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica mide la capacidad de generar beneficios en relación al activo total que dispone la empresa. Es así que, Santiesteban Zaldívar, Fuentes Frías, Cardeñosa, Lozada Núñez, & Cantero Cora (2011) mencionan que la rentabilidad económica “es una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados” (p.9).

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos.

Aun cuando la cifra de beneficios es una medida importante de la actividad realizada, no constituye, por sí sola, una medida de síntesis global, pues para tenerla, es necesario relacionar los beneficios con la inversión necesaria para obtenerlos. En este sentido, la relación entre la cifra de beneficios y el capital invertido para crear esos beneficios es una de las medidas más válidas y ampliamente utilizadas.

Tenemos pues el concepto de rendimiento expresado así:

Utilidad neta despues de impuestos
Activos totales

Con mucha frecuencia se utiliza esta medida para evaluar las operaciones individuales dentro de un grupo de empresas o de una organización divisional. En esta estructura, el responsable de la división tiene una influencia decisiva sobre los recursos utilizados por la división, mientras que es muy posible que no intervenga o lo haga poco en la financiación, que se gestiona de forma centralizada.

Para que el porcentaje de rendimiento o de rentabilidad sea más significativo debe utilizarse el promedio de inversión total o de fondos propios del período, en lugar de la cifra de final del ejercicio.

Para Sánchez (2002) la rentabilidad es una noción que se emplea a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados.

En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Donde para medir el rendimiento económico, se utilizó el retorno sobre activos (ROA); es decir el porcentaje de utilidad de la empresa por su total de activos.

Así, Vélez, (2010) menciona que en épocas pasadas la rentabilidad y generación de utilidades eran señaladas como la responsabilidad social de las empresas. Hoy en día los empresarios del mundo globalizado han entendido que las responsabilidades empresariales van más allá del simple cumplimiento de la ley.

De esta manera, la relación entre responsabilidad social empresarial (RSE) y la rentabilidad económica de las empresas proponen una relación positiva. Es así que RSE se consolida como fuente de ventaja competitiva y herramienta de protección en momentos de crisis. (Vélez M. 2010)

2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados

2.4.2.1. Superordinación conceptual

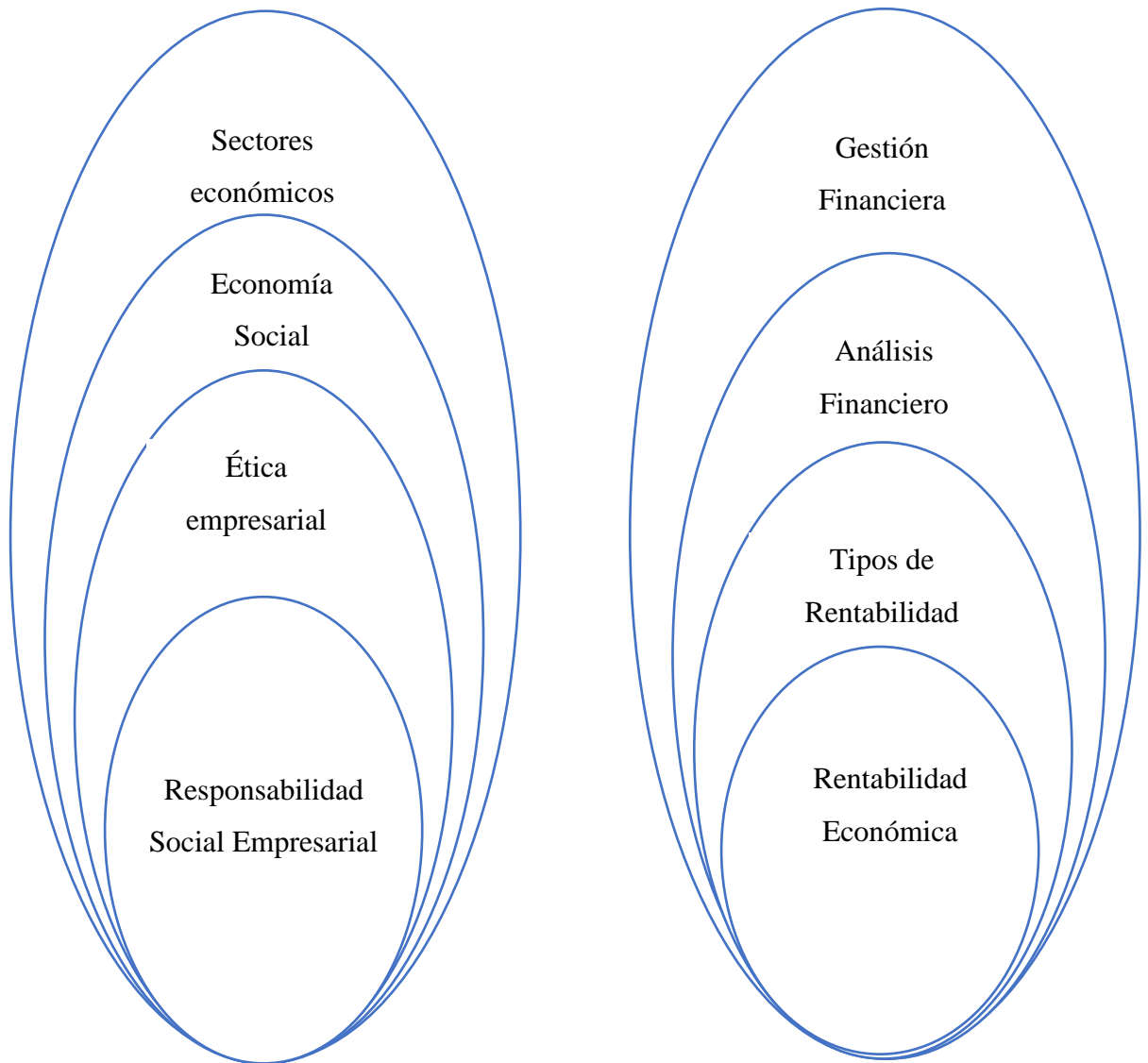


Gráfico 1: Red de Inclusiones Conceptuales

Elaborado: Autoría propia

HIPÓTESIS

La hipótesis que se ha planteado en el presente trabajo de investigación es la siguiente:

¿Incide significativamente la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo?.

2.5. Señalamiento de variables

Variable Independiente:

La responsabilidad social empresarial

Variable dependiente:

Rentabilidad económica de pymes de la provincia de Chimborazo.

Unidad de Observación:

Pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo.

Términos de relación:

El impacto que tiene la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

El presente trabajo de investigación ha considerado alinearse por el lado del paradigma constructivista y el enfoque aplicado es del tipo cuantitativo. Es así que Sampieri (2015) indica que los procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos.

En éste contexto, considerando que los estudios cuantitativos requieren explicar y predecir los fenómenos investigados; el enfoque se ha tornado cuantitativo debido a los resultados obtenidos son expuestos de forma numérica.

3.2. Modalidad básica de la investigación

El presente trabajo investigativo se ha realizado de acuerdo a las siguientes modalidades:

3.2.1. Investigación de campo:

En palabras de Arias (2018) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar alguna variable. En este contexto la investigación se ha realizado con base a los 14 establecimientos seleccionados utilizando fuentes primarias de información.

3.2.2. Bibliográfico – Documental

Arias (2018) indica que la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis crítica e interpretación de datos secundarios. Para el estudio, análisis y sustento del problema investigado se ha utilizado información publicada en las páginas institucionales de la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, Base de Datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Servicio de Rentas Internas, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno,

Agenda 2030, ISO 26000, entre otros para su análisis de acuerdo a las variables de responsabilidad social empresarial y rentabilidad económica.

3.3. Nivel o tipo de investigación

3.3.1. Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, a fin de establecer su estructura o comportamiento (Dini & Stumpo, 2018); por lo cual éste nivel de investigación ha permitido describir la información recabada y analizarla de manera minuciosa a fin de extraer resultados que contribuyan a la investigación.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población es el número de personas, organizaciones o cosas a estudiar. Por ello, Dini & Stumpo (2018) indica que la población es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes.

En la presente investigación se ha determinado como población a las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo que cuentan con el permiso de funcionamiento que emite la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA. Se ha priorizado a éstos establecimientos considerando que cumplen con la normativa sanitaria garantizando la inocuidad en la cadena de producción de los alimentos procesados.

Por lo expuesto, el campo de estudio está enfocado a la población en su totalidad, misma que asciende a 14 establecimientos que cuentan con el permiso de funcionamiento de la ARCSA y se encuentran en la categoría de pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio.

Tabla 11: Establecimientos del sector alimenticio de Chimborazo

Ruc	Razón social	Tipo de establecimiento
0602491383001	Abarca Abarca Adriana Isabel	Establecimientos para la elaboración y conservación de frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos, raíces, semillas, oleaginosas y sus derivados
0691710343001	Bio Taita Chimb	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería
0602783722001	Carrillo Guevara María Susana	Establecimientos destinados a la elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas
0602439978001	Muñoz Correa Climaco Ufredo	Establecimientos destinados a la elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas
0904353034001	Báez Velastegui Guadalupe del Pilar	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y
1700980244001	Avalos Infante Raúl Gerardo	Establecimientos de elaboración y conservación de carne y sus derivados
0602732307001	García Oñate Rubén Oswaldo	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de molinería
0691714993001	Sumaklife Cia. Ltda.	Establecimientos destinados para la elaboración de productos lácteos
1204854697001	Toala Parrales Samuel Daniel	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería
0691709167001	Brito Hermanos	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería
0300969318001	Andrade Calle José Teodoro	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y pastelería
0602745440001	Granizo Salazar Carlos Alberto	Establecimientos destinados a la elaboración de productos de panadería y pastelería
0603022062001	Peña Llongo Maria Rocio	Establecimientos destinados a la elaboración de cereales y sus derivados
0603158536001	Pomaquero Quitio Raul Vinicio	Establecimientos destinados a la elaboración de cereales y sus derivados

Fuente: Arcsa (2019)

3.5. Operacionalización de variables

Se ha considerado el establecimiento de indicadores e instrumentos a ser utilizados dentro del estudio, a fin de comprobar la hipótesis establecida.

Tabla 12: Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Instrumento
Responsabilidad Social Empresarial	La RSE es el conjunto de prácticas que buscan generar beneficios sociales, éticos, ambientales y económicos de manera coordinada para impactar en los clientes, empleados, accionistas y la comunidad	Económica Social Ambiental Filantrópica	#Aportes a la comunidad #Socializaciones al personal de ética, valores, calidad. #Proyectos para aportes al medio ambiente. #Proyectos para crecimiento intelectual y profesional. #Inversión en tecnología		Encuesta
Rentabilidad económica de las pymes	Es la comparación del beneficio o la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada en activos fijos.	Teórica	Activos de la empresa. Utilidad antes de impuestos	Medición de la rentabilidad del total de activos de la empresa. Medición de la utilidad antes de impuestos de la empresa	Entrevista y encuesta

Operacionalización de variables

Elaborado: Autoría propia

3.6. Recolección de información

Se procedió a recolectar la información por medio de los instrumentos seleccionados para el efecto y se ha realizado el análisis de la información por medio de cuadros analíticos y representaciones gráficas necesarias dependiendo de la naturaleza de la pregunta.

3.6.1. Plan para la recolección de información

Los sujetos objeto de estudio son los empleados de las catorce empresas seleccionadas con el fin de determinar los parámetros que se aplica en la responsabilidad social empresarial y en la rentabilidad.

3.6.2. Selección de las técnicas a emplear en la recolección de información.

La encuesta es una estrategia cuyo propósito es información. (Arias, 2012). Es así, que se utilizó como técnica de la investigación la encuesta y entrevista; a fin de recolectar información referente a las prácticas de responsabilidad social.

3.6.3. Instrumentos seleccionados de acuerdo con la técnica de la investigación.

Se ha aplicado la encuesta a los empleados de las empresas seleccionadas con el fin de evaluar las prácticas de responsabilidad social y la rentabilidad.

3.6.4. Selección de recursos de apoyo

La investigación se ha efectuado por parte de la autora debido a que existe un catastro mínimo de empresas y la población no excede a un número considerable que requiera la colaboración de personal de apoyo.

3.6.5. Explicitación de procedimientos para la recolección de información.

La recolección de la información se ha llevado a cabo por medio de los instrumentos de entrevista y encuesta; para lo cual se acudió a los establecimientos y se conversó con los propietarios, considerando que tienen una visión clara de sus empresas, a continuación, se detalla el procedimiento:

Tabla 13: Procedimiento de recolección de información

INSTRUMENTO	PROCEDIMIENTO
Encuesta y entrevista	Se aplicó una encuesta con base al instrumento a gerentes o propietarios utilizado en el estudio Responsabilidad Social en las pymes del Sector Calzado en Ecuador, por los autores: Gómez – Romo, López – Gómez & Carvajal – Larena (2017) publicado en la revista Panorama Económico Journal. Se aplicó una entrevista a gerentes o contadores con interrogantes relevantes al estudio.
	Se realizó a las pymes del sector alimenticio con permiso de funcionamiento del Arcsa de la provincia de Chimborazo
	Se realizó en la semana del 25 al 29 de enero de 2020

Fuente: Investigación de campo

3.6.6. Procesamiento de la información

El procesamiento de la información fue realizada a través del programa estadístico informático IBM SPSS Statics versión 25.0 – marzo 2017, en el cual se ha procedido a ingresar las variables y realizar el análisis descriptivo; así como la correlación de Pearson; posteriormente para la comprobación de la hipótesis se ha efectuado una regresión lineal.

Es así que, se ha ingresado las variables de responsabilidad social empresarial y rentabilidad, en la escala de Likert del 1 al 5; a fin de determinar la frecuencia y el porcentaje de representación con relación al total por cada pregunta; así como su representación gráfica.

Posteriormente se ha procedido con el análisis estadístico descriptivo de las variables; en el cual se ha determinado los mínimos, máximos, la media y la desviación típica por pregunta efectuada.

Asimismo, se ha aplicado la correlación de Pearson como medida lineal entre las variables de responsabilidad social empresarial y las variables de rentabilidad; a fin de medir el grado de relación entre las variables mencionadas

En cuanto, a la comprobación de la hipótesis se ha aplicado el modelo matemático de regresión lineal, a través de los promedios determinados tanto en la variable de

responsabilidad social como rentabilidad, a fin de conocer la relación entre la variable dependiente y la independiente.

Finalmente, se ha efectuado un resumen de datos según las categorías de respuesta establecida en la escala de Likert del 1 al 5; es así que los porcentajes de representación se verificará considerando un análisis menor a 2, entre 2 y 4; y mayor a 4.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación

El presente capítulo muestra los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos, la interpretación y posterior análisis, lo cual permitió analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

Para tal fin, fue tomada el total de la población quedando conformada por catorce (14) Pymes; organizaciones en el cual se encuestó a las personas relacionadas con el área contable. Los resultados se agruparon con el propósito de obtener una información confiable.

Al respecto, expresa Balestrini (2001):

El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcione respuestas a las interrogantes de investigación, a través del establecimiento de categorías, ordenación y manipulación de datos para resumirlos y determinar resultados en función de las interrogantes de la investigación (p. 169).

Por ello, se utilizaron tablas de frecuencia y gráficos de barras, donde se han especificado las respuestas a cada una de las preguntas formuladas.

En cuanto a la actividad económica que poseen las pequeñas y medianas empresas se encuentra dividido en 6 categorías que se presenta en la tabla N° 14; por lo cual se verificó que el 7.10% son establecimientos dedicados a la elaboración y conservación de frutas, legumbres; el 7.10% destinados a elaboración, conservación de carne y sus derivados; el 21.40% a la elaboración de cereales y sus derivados; el 7.10% a la elaboración de bebidas no alcohólicas; el 35.70% a la elaboración de productos de panadería y el 21.40% a la elaboración de productos lácteos.

En éste sentido los tipos de establecimientos con un mayor porcentaje, son aquellos que ofertan productos cárnicos, lácteos y de panadería; por lo cual es sumamente importante conocer las prácticas de responsabilidad social empresarial que estén llevando a cabo considerando el tema sensible del sector alimenticio.

Tabla 14: Actividad económica de Pymes

Nº	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Elaboración y conservación de frutas, legumbres	1	7.14%	7.14%
2	Elaboración conservación de carne y sus derivados	1	7.14%	14.29%
3	Elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, entre otros	1	7.14%	21.43%
4	Elaboración de cereales y sus derivados	3	21.43%	42.86%
5	Elaboración de productos lácteos y derivados	3	21.43%	64.29%
6	Elaboración de productos de panadería	5	35.71%	100.00%
Total		14	100.00%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autoría propia

Figura 18: Actividad económica de las pymes

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 1. ¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?

Referente a la pregunta 1 acerca del conocimiento de los colaboradores en temas de responsabilidad social se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 15. Es así que el 71,40% consideran que tienen un conocimiento *alto; mientras que el 21,40% consideran que tienen un conocimiento medio, el 7,20% afirman que tienen conocimiento muy alto y no se refleja resultados en la escala muy bajo y bajo. Lo cual implica que el tema de responsabilidad social es de conocimiento general a nivel de las pymes y de ésta manera aportan al desarrollo sostenible de la provincia y del país.

Tabla 15: Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	3	21.43%	21.43%
4	Alto	10	71.43%	92.86%
5	Muy Alto	1	7.14%	100.00%
Total		14	100.00%	

Figura 19. Conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

IIII

Ítem 2. ¿En qué grado la empresa ha definido claramente los valores que guían su accionar?

En relación a la pregunta 2 acerca del grado en que la empresa ha definido claramente los valores que guían su accionar se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N°16. Es así, que el 57,10% afirman

que los valores se encuentran altamente definidos; el 28,60% consideran que se encuentran altamente definidos; el 14.30% concuerdan en que los valores se encuentran medianamente definidos y no se refleja resultados en la escala muy bajo y bajo. Lo cual indica que la alta gerencia brinda una gran importancia al establecimiento de valores con su personal y la garantía que están colaborando con un aporte pequeño a la responsabilidad social.

Tabla 16: Valores que guían su accionar

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	2	14.29%	14.29%
4	Alto	8	57.14%	71.43%
5	Muy Alto	4	28.57%	100.00%
Total		14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 20. Valores que guían su accionar

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 3. ¿Cuál es el grado en que se practica una competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?

Respecto a la pregunta 3 acerca del grado en que se practica una competencia y negociación justa entre la empresa y el sector se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 17. Es así que el 50% de los encuestados practican una competencia justa media; 21,40% practican una

competencia justa alta; el 21.40% practican una competencia justa muy alta; el 7,10% practica una competencia justa baja y no se refleja resultados en la escala muy bajo. Éste precedente indica que la competencia justa no se aplica en su totalidad en el sector, ocasionando que la imagen de las empresas se vea alterada.

Tabla 17: Competencia y negociación justa

Nº	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	1	7.14%	7.14%
3	Medio	7	50.00%	57.14%
4	Alto	3	21.43%	78.57%
5	Muy Alto	3	21.43%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 21: Competencia y negociación justa

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

LIIIIIIII

Ññññññññññññññññ

Ítem 4. ¿Cómo calificaría el precio de sus productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?

Respecto a la pregunta 4 acerca de la calificación del precio de los productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes; se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 18. Es así que el 64,30% considera una calificación alta la relación entre los productos y la calidad; el 28.60% emite una calificación muy alta a la relación entre los productos y la calidad; el

7,10% califica como bajo a la relación de los productos versus la calidad y no se refleja resultados en la escala medio y muy bajo. Lo cual indica que la mayoría de empresas están conscientes en que la calidad del producto refleja el compromiso de la empresa con la sociedad y por ende recibe una retribución económica.

Tabla 18: Precio de productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	1	7.14%	7.14%
3	Medio	0	0.00%	7.14%
4	Alto	9	64.29%	71.43%
5	Muy Alto	4	28.57%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 22. Precio de productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 5. ¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?

En relación a la pregunta 5 de la contribución de la empresa al desarrollo y capacitación continua de los trabajadores se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 19. Es así que el 57,10% del personal encuestado considera que contribuye altamente a la capacitación de su personal; el 28.60% afirma que contribuye medianamente a la capacitación de su personal; el 14,30% contribuye muy altamente a la capacitación del personal y no se refleja resultados en la escala muy bajo y bajo. Lo cual indica que la alta gerencia se

preocupa en el desarrollo intelectual de sus colaboradores, a fin que ellos retribuyan con sus conocimientos y aporten al mejoramiento de la organización y por ende al servicio de la sociedad.

Tabla 19: Contribución empresarial al desarrollo y capacitación continua

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	4	28.57%	28.57%
4	Alto	8	57.14%	85.71%
5	Muy Alto	2	14.29%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 23. Contribución al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 6. ¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su empresa?

En relación a la pregunta 6 de la participación de los empleados en la responsabilidad social de la empresa se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 20. Es así que el 78,60% de las pymes encuestadas consideran que su personal aporta altamente en la responsabilidad social empresarial; el 14,30% mencionan que aportan medianamente; el 7,10% aportan en un nivel bajo a la responsabilidad social y no se refleja resultados en la escala de muy bajo y muy alto. Éstos resultados determinan que existe un margen alto de empresas que consideran que sus empleados están relacionados con el aporte a la responsabilidad

social, lo cual tiene un impacto significativo desde el punto de vista social, ambiental y económico.

Tabla 20: Participación de los empleados en la Responsabilidad Social

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	1	7.14%	7.14%
3	Medio	2	14.29%	21.43%
4	Alto	11	78.57%	100.00%
5	Muy Alto	0	0.00%	
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 24. Participación de los empleados en la Responsabilidad Social

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 7. ¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?

Respecto a la pregunta 7 de incentivar a los empleados por el correcto desempeño laboral se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; tal como se muestra en la tabla N° 21. En éste sentido, el 71,40% de las de las pymes encuestadas consideran que incentivan altamente a sus empleados en pro del correcto desempeño laboral; el 21.40% afirman que muy altamente incentivan a sus empleados en el tema laboral; el 7.10% y en la escala de muy bajo y bajo no se reflejan resultados. consideran que medianamente incentivan a sus empleados. Lo cual indica que las empresas en su mayoría concuerdan en que el personal requiere estar motivado para realizar sus actividades diarias y brindar un buen servicio a la sociedad.

Tabla 21: Medida de incentivo a empleados por el correcto desempeño laboral

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	1	7.14%	7.14%
4	Alto	10	71.43%	78.57%
5	Muy Alto	3	21.43%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 25. Medida de incentivo a empleados por el correcto desempeño laboral

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 8. ¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?

En relación a la pregunta 8 de la inversión en equipos que disminuyan el impacto ambiental se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5; de acuerdo a la tabla 22. Es así que el 50% de los encuestados respondieron que la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos el cual disminuyen el impacto ambiental, de igual forma un 35,70% consideran que muy altamente se invierte en éste tipo de equipos; el 14,30% calificaron medianamente y en la escala de muy bajo y bajo no se reflejan resultados. Ésta ponderación indica que la mitad de las empresas contribuyen al cuidado del medio ambiente a través de la inversión en equipos que sean amigables con el ambiente.

Tabla 22: Inversión en equipos, maquinarias y procesos amigables con el ambiente

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	2	14.29%	14.29%
4	Alto	7	50.00%	64.29%
5	Muy Alto	5	35.71%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 26. Inversión en equipos, maquinarias y procesos disminuyan el impacto ambiental

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 9. ¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?

En relación a la pregunta 9 del cumplimiento con el medio ambiente se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5 de acuerdo a la tabla 23. Es así que el 78,60% cumplen altamente con el cuidado del medio ambiente, un 14.30% cumplen muy altamente con el cuidado del medio ambiente; 7.10% medianamente y en la escala de bajo y muy bajo no se reflejan resultados. Lo cual implica que las empresas en su mayoría están conscientes de las regulaciones que tienen que cumplir para la preservación del tema ambiental.

Tabla 23: Nivel de la empresa cumple con el cuidado del medio ambiente

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
----	-------------	------------	------------	------------

				acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	1	7.14%	7.14%
4	Alto	11	78.57%	85.71%
5	Muy Alto	2	14.29%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 27. Nivel de la empresa cumple con el cuidado del medio ambiente

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 10. ¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?

En relación a la pregunta 10 de las actividades de la empresa al beneficio de la comunidad se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5 de acuerdo a la tabla 24. Es así que el 64.30% consideran que su empresa aporta a la comunidad; mientras que el 21.40% indican que su empresa medianamente aporta a la comunidad; el 14.30% mencionan aportar muy altamente en beneficio de la comunidad y en la escala de bajo y muy bajo no se reflejan resultados. Estos resultados reflejan que la mayoría de las empresas han trabajado en el tema de aporte a la comunidad, lo cual es beneficioso debido a que es una parte muy importante a nivel social.

Tabla 24: Evaluación de actividades empresariales al beneficio de la comunidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	3	21.43%	21.43%
4	Alto	9	64.29%	85.71%
5	Muy Alto	2	14.29%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 28. Evaluación de actividades empresariales al beneficio de la comunidad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 11. ¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinada a proyectos de vinculación con la comunidad?

En relación a la pregunta 11 de las actividades realizadas por la empresa que destinan proyectos de vinculación con la comunidad se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5 de acuerdo a la tabla 25. Es así que indican que el 50% ha colocado una calificación media; el otro 50% una calificación alta y en las escalas de bajo, muy bajo y muy alto no se reflejan resultados. Lo cual indica que la mitad de las empresas desarrollan proyectos en aporte a la comunidad, beneficiando su imagen; por ser parte del desarrollo social.

Tabla 25: Actividades destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	7	50.00%	50.00%
4	Alto	7	50.00%	100.00%
5	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 29. Actividades destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 12. ¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?

En relación a la pregunta 12 del reconocimiento que recibe la empresa de la comunidad por las actividades sociales realizadas, se ha efectuado el conteo en la escala de Likert del 1 al 5 de acuerdo a la tabla 23. Es así de acuerdo a la tabla 26 muestra que el 71.40% han calificado con una ponderación alta la imagen de la empresa en la comunidad, el 7.10% muy alto, el 14.30% medio; el 7.10% bajo y en la escala de muy bajo no se reflejan datos. Éste resultado permite conocer que la imagen de la mayoría de las empresas es altamente buena, considerando que se enfocan en aportar a los proyectos sociales y a su vez ganan prestigio y credibilidad.

Tabla 26: Reconocimiento de la empresa en la comunidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
----	-------------	------------	------------	----------------------

1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	1	7.14%	7.14%
3	Medio	2	14.29%	21.43%
4	Alto	10	71.43%	92.86%
5	Muy Alto	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 30. Reconocimiento de la empresa en la comunidad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítem 13. ¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad?

En relación a la pregunta 13 de la información que brinda la empresa en cuanto a riesgos y beneficios de los productos; de acuerdo a la tabla 27 demuestra que el 50% de los encuestados proporcionan información de los riesgos y beneficios de sus productos; 21.40% una calificación muy alta; un 28.60% califican medianamente la información otorgada de los riesgos y beneficios de sus productos y no se reflejan resultados en la escala de bajo y muy bajo. Por lo expuesto, la mitad de empresas consideran que informar a los clientes de los beneficios y riesgos de sus productos incrementará sus ventas debido a que, por un lado, constituye un valor agregado y por otro aportan al beneficio de la sociedad.

Tabla 27: Información de los riesgos y beneficios

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
----	-------------	------------	------------	----------------------

1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	4	28.57%	28.57%
4	Alto	7	50.00%	78.57%
5	Muy Alto	3	21.43%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 31. Información de los riesgos y beneficios

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

LIII

LIII

Ítem 14. ¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?

Respecto a la pregunta 14 del cumplimiento de la empresa en satisfacer las necesidades de los clientes, de acuerdo a la tabla 28 demuestra que el 57.10% ha colocado una calificación alta; el 42.90% ha colocado una calificación muy alta y no se reflejan resultados en la escala de medio, bajo y muy bajo.

En cuanto a la satisfacción de necesidades la mayoría de las empresas consideran cumplir altamente, debido a que la misión de las organizaciones radica en lograr el bienestar de la sociedad.

Tabla 28: Cumplimiento de la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%

3	Medio	0	0.00%	0.00%
4	Alto	8	57.14%	57.14%
5	Muy Alto	6	42.86%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 32. Cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

LIII

LIII

LIII

LIII

Ítem 15. ¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?

Respecto a la pregunta 15 de la recopilación de sugerencias y reclamos de los clientes, de acuerdo a la tabla N° 29, demuestra que el 64.30% ha colocado una calificación alta en la aceptación de sugerencias y reclamos de los clientes; el 28.60% colocó una calificación muy alta; el 7.10% una calificación media y no se reflejan resultados en la escala de bajo y muy bajo.

En éste sentido, las empresas en su mayoría acogen las sugerencias y reclamos de sus clientes a fin de mejorar en todos sus aspectos; ya sea en calidad del producto o el servicio de la atención prestada; es importante conocer que a los empresarios fortalecen el tema comunicativo.

Tabla 29: Recoge sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%

2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	1	7.14%	7.14%
4	Alto	9	64.29%	71.43%
5	Muy Alto	4	28.57%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 33. Recoge sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 16. Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?

En relación a la pregunta 16 del aporte de los trabajadores a la cultura empresarial social, de acuerdo a la tabla 30 se indica que el 71.40% de las pymes encuestadas han colocado una calificación alta respecto a la medida que los trabajadores han aportado a su empresa para la cultura empresarial social, un 21.40% una calificación muy alta; el 7.10% una calificación media y no se reflejan resultados en la escala de bajo y muy bajo. Lo cual ha permitido apreciar que los trabajadores aportan en una medida alta a la gerencia en temas de cultura empresarial.

Tabla 30: Cultura empresarial social

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	1	7.14%	7.14%

4	Alto	10	71.43%	78.57%
5	Muy Alto	3	21.43%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 34. Cultura empresarial social

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 17. ¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?

Respecto a la pregunta 17 de la importancia que se brinda en RSE ha sido efectuada en base a la escala de Likert del 1 al 5 tal como se muestra en la tabla 31. Es así que el 57.10% de los encuestados expresaron con una calificación de alta el grado en el que los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social; sin embargo, el 35.70% colocaron una calificación media; el 7.10% ha colocado una calificación de muy alto y en la escala de bajo y muy bajo no se reflejan datos. Por lo cual se entiende que la mayoría de empresas informan que están conscientes con el tema de responsabilidad social para extenderlo y aplicarlo en sus empresas.

Tabla 31: Importancia a las actividades de Responsabilidad Social

Nº	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	5	35.71%	35.71%

4	Alto	8	57.14%	92.86%
5	Muy Alto	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 35. Importancia a las actividades de Responsabilidad Social

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 18. ¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?

En cuanto a la pregunta 18 del cumplimiento de regulaciones gubernamentales ha sido efectuada en la escala del Likert del 1 al 5 de acuerdo a la tabla N° 32. Es así que muestra que el 42% de los encuestados han colocado una calificación de alto y muy alto, en cuanto al cumplimiento de las regulaciones gubernamentales; mientras que un 14.30% han opinaron la opción a la categoría media y en las escalas de muy bajo y bajo no se reflejan resultados. Es importante conocer que las organizaciones cumplen con las regulaciones gubernamentales en su mayoría, ya que eso demuestra su compromiso con el país y la sociedad.

Tabla 32: Regulaciones gubernamentales

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	0	0.00%	0.00%
2	Bajo	0	0.00%	0.00%
3	Medio	2	14.29%	14.29%
4	Alto	6	42.86%	57.14%
5	Muy Alto	6	42.86%	100.00%

	Total	14	100.00%	
--	-------	----	---------	--

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 36. Regulaciones gubernamentales

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 19. ¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?

Respecto a la pregunta 19 de la difusión de información en cuanto a rendición de cuentas se ha efectuado en la escala de Likert del 1 al 5 tal como se muestra en la tabla 33. Es así que el 64,30% de los encuestados expresaron la calificación de alto a la difusión de información a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad; mientras que el 14.30% colocó una calificación de medio; el 7.10% colocó una calificación de muy alto y muy bajo; el 7.10% no respondió y no se refleja resultados en la escala de bajo. Éste precedente indica que las organizaciones cuentan con información relativa a las actividades realizadas en el año y lo socializan en su mayoría; ocasionando credibilidad y confianza en los clientes.

Tabla 33: Información difundida a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad

Nº	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	1	7.14%	7.14%
2	Bajo	1	7.14%	14.29%
3	Medio	2	14.29%	28.57%
4	Alto	9	64.29%	92.86%
5	Muy Alto	1	7.14%	100.00%

	Total	14	100.00%	
--	-------	----	---------	--

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 37. Información difundida a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 20. ¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?

Respecto a la pregunta 20 en cuanto a la información a sus socios estratégicos se efectuó en la escala de Likert tal como indica la tabla N° 34. Es así que el 64.30% de los encuestados ha calificado de una manera alta a la información sobre responsabilidad social empresarial a los socios estratégicos y a la comunidad, el 21.40% una calificación mediana; el 7.10% corresponde a una calificación de muy bajo; el 7.10% no han respondido y en la escala de poco e intensamente no se reflejan resultados.

Tabla 34: Responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y comunidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Muy bajo	1	7.14%	7.14%
2	Bajo	0	0.00%	7.14%
3	Medio	3	21.43%	28.57%
4	Alto	9	64.29%	92.86%
5	Muy Alto	0	0.00%	92.86%
6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%

	Total	14	100.00%	
--	-------	----	---------	--

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 38. Responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Rentabilidad

Ítems 1. ¿En qué grado cree usted que influyen las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad de la empresa?

Por otro lado, la pregunta 1 de la influencia de la RSE en la rentabilidad se efectuó en la escala de Likert, tal como se demuestra en la tabla N° 35. Es así que el 42.90% ha calificado en el rango de intensamente a la influencia de prácticas de responsabilidad social empresarial en la rentabilidad; el 35.70% en la categoría mucho; el 14.30% opinaron en la categoría de medianamente; un 7.10% con la calificación de poco y no se refleja resultados en la escala de escasamente. Es interesante apreciar que los propietarios están conscientes que la RSE y la rentabilidad social está estrechamente relacionadas-, pues al trabajar en lo social, ambiental, económico, filantrópico, actuar con ética, etc; ocasiona que los clientes visualicen su compromiso con la comunidad y por ende sus ventas se eleven.

Tabla 35: Influencia de las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	0	0.00%	0.00%
2	Poco	1	7.14%	7.14%
3	Medianamente	2	14.29%	21.43%

4	Mucho	5	35.71%	57.14%
5	Intensamente	6	42.86%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 39. Influencia de prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad empresarial

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 2. Utiliza los índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad

En cuanto a la pregunta 1 de la utilización de estadísticas financieras para medir la rentabilidad se efectuó en la escala de Likert, tal como se observa en la tabla 36. Es así que el 42.90% de los encuestados colocaron una calificación de mucho en la utilización de índices financieros para medir la rentabilidad; el 35.70% lo calificaron como intensamente, el 14.30% como poco; el 7.10% con la categoría de medianamente y no se refleja resultados en escasamente. Los indicadores financieros no están siendo utilizados como tal en las empresas, sin embargo, lo llevan de manera rústica que les permite conocer cuál es el estado de su empresa; es decir si están ganando o perdiendo.

Tabla 36: Índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad

Nº	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	0	0.00%	0.00%
2	Poco	2	14.29%	14.29%
3	Medianamente	1	7.14%	21.43%
4	Mucho	6	42.86%	64.29%
5	Intensamente	5	35.71%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 40. Índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 3. ¿La frecuencia de cálculo de la rentabilidad es determinada con una periodicidad anual?

Respecto a la pregunta 3 de la periodicidad del cálculo de la rentabilidad se efectuó en la escala de Likert del 1 al 5 tal como se muestra en la tabla N° 37. Es así que la información obtenida es dispersa; pues según la figura 41, el 35.70% de los encuestados han señalado una respuesta dentro del rango intensamente respecto de la frecuencia de cálculo de la rentabilidad; el 28.60% corresponde a una calificación de mucho; el 14.30% a la calificación de poco y el 7.10% a las calificaciones de sin respuesta, escasamente y medianamente. Por lo expuesto, existe un porcentaje bajo de las empresas que aplican frecuentemente indicadores, pues se han limitado en la presentación declaración de impuestos y lo que le exigen los entes de control, más no en implementar ciertos análisis para la evaluación anual.

Tabla 37: Rentabilidad es determinada con una periodicidad anual

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	1	7.14%	7.14%
2	Poco	2	14.29%	21.43%
3	Medianamente	1	7.14%	28.57%
4	Mucho	4	28.57%	57.14%
5	Intensamente	5	35.71%	92.86%

6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 41. Rentabilidad es determinada con una periodicidad anual

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 4. ¿Utiliza el índice de rentabilidad económica: ¿Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total?

En relación a la pregunta 4 de la utilización del índice de rentabilidad económica se ha efectuado en la escala de Likert del 1 al 5. Es así que La figura 42 muestra que el 28.60% calificaron dentro de la escala intensamente indicando que utilizan el índice de rentabilidad económica; el 21.40% dentro de la escala mucho y medianamente; el 14.30% en la categoría poco y el 7.10% con las opciones de escasamente y sin responder por no utilizar el sistema. Lo cual indica un porcentaje bajo de las empresas que aplican indicadores económicos, pues se han limitado en la presentación declaración de impuestos y lo que le exigen los entes de control, más no en implementar ciertos análisis para la evaluación anual.

Tabla 38: Rentabilidad económica: Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	1	7.14%	7.14%
2	Poco	2	14.29%	21.43%
3	Medianamente	3	21.43%	42.86%
4	Mucho	3	21.43%	64.29%
5	Intensamente	4	28.57%	92.86%

6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 42. Rentabilidad económica: Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 5. Calcula el margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas

Respecto al cálculo de la utilidad bruta se ha efectuado en la escala de Likert del 1 al 5 tal como muestra la tabla 39. Es así que la figura 43 muestra que el 35.70% de los encuestados manifestaron que intensamente calculan el margen de utilidad bruta; el 28.60% colocó una calificación de mucho, medianamente y el 7.10% no respondió y no se reflejan resultados en las escalas de poco y escasamente. Por ésta razón se verifica la existencia de un porcentaje bajo en las empresas que si determinan su utilidad bruta; a fin de conocer cuáles son sus ingresos reales y sus costos de producción; para su análisis respectivo y la toma de decisiones.

Tabla 39: Margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	0	0.00%	0.00%
2	Poco	0	0.00%	0.00%
3	Medianamente	4	28.57%	28.57%
4	Mucho	4	28.57%	57.14%
5	Intensamente	5	35.71%	92.86%
6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 43. Margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 6. Calcula el margen de utilidad operacional: utilidad bruta menos gastos de venta y administración

En relación a la pregunta 6 del margen de utilidad operacional se efectuó en la escala de Likert del 1 al 5 tal como se muestra en la tabla 4. Es así que las Pymes encuestadas expresaron con un 28.60% que en una escala de intensamente y mucho calculan el margen de utilidad operacional, por el contrario, las empresas que manifestaron que no utilizan o no calculan el margen de utilidad operacional con una representación del 14.30% a las opciones de poco y medianamente; asimismo el 7.10% corresponde a las escalas de escasamente y otras sin responder. De igual manera se refleja un porcentaje bajo de las empresas que determinan el indicador de margen de utilidad operacional; por ello se les imposibilita conocer con que utilidad cuentan una vez descontados los gastos administrativos y ventas.

Tabla 40: Utilidad operacional

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	1	7.14%	7.14%
2	Poco	2	14.29%	21.43%
3	Medianamente	2	14.29%	35.71%
4	Mucho	4	28.57%	64.29%
5	Intensamente	4	28.57%	92.86%
6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%

Total	14	100.00%
-------	----	---------

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 44. Utilidad operacional: utilidad bruta menos gastos de venta y administración

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Ítems 7. Utiliza el índice de rentabilidad financiera: Utilidad operacional sobre el capital

Respecto a la pregunta 7 de la rentabilidad financiera se efectuó en la escala de Likert del 1 al 5 tal como se muestra en la tabla N° 41. Es así que el 28.60% de los encuestados utilizan el índice de rentabilidad financiera en la categoría intensamente, así mismo el 21.40% con la categoría de mucho y medianamente; el 14.30% en la opción de poco y el 7.10% calificaron escasamente y sin responder. Éste indicador permite conocer cuál es mi margen por la relación de la utilidad operacional con mi capital y conocer el estado de la recuperación de la inversión; sin embargo, lo aplican un porcentaje mínimo de empresas.

Tabla 41: Utilidad operacional sobre el capital

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Escasamente	1	7.14%	7.14%
2	Poco	2	14.29%	21.43%
3	Medianamente	3	21.43%	42.86%
4	Mucho	3	21.43%	64.29%
5	Intensamente	4	28.57%	92.86%
6	Sin respuesta	1	7.14%	100.00%
	Total	14	100.00%	

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Figura 45. Utilidad operacional sobre el capital

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Resultados de la Entrevistas

1. ¿Su empresa es obligada a llevar contabilidad?

Las 14 pymes indicaron si están obligadas a llevar contabilidad.

2. ¿Qué estados financieros presenta anualmente?

Trece pymes indicaron que presentan los estados financieros básicos: estado de situación financiera y estado de resultados; mientras que una pyme presenta los estados financieros de acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de Compañías.

3. Considera que el indicador de rentabilidad refleja que la empresa está obteniendo los resultados financieramente apropiados

Las 14 pymes indicaron que el indicador de rentabilidad refleja que la empresa está obteniendo los resultados financieramente apropiados.

4. ¿Qué opina de la rentabilidad que mantiene su empresa?

Diez empresas indicaron que consideran tener una rentabilidad que les permite mantenerse en el mercado; mientras que cuatro empresas señalaron tener una buena rentabilidad.

5. Elija en nivel del 1 al 5 el nivel de rentabilidad de su empresa

Se efectuó un rango del 1 al 5 en la escala de Likert de la siguiente manera:

1 pésimo	2 malo	3 regular	4 bueno	5 excelente
----------	--------	-----------	---------	-------------

Es así que, diez empresas señalaron un nivel 3 que consideran tener una rentabilidad regular; mientras que cuatro empresas señalaron un nivel 4 que aseguran tener una buena rentabilidad.

En cuanto, a las preguntas de carácter financiero utilizado para determinar la rentabilidad no se ha colocado las respuestas por institución debido a que en la encuesta se colocó *“La información será usada confines académicos y se guardará absoluta reserva”*.

En éste contexto únicamente se mencionará los porcentajes de rentabilidad económica por empresa, para los fines investigativos; mismos que se detallan a continuación:

Tabla 42: Rentabilidad Económica

N	Razón Social	Rentabilidad Económica
1	A	9.14%
2	B	3.29%
3	C	8.06%
4	D	9.33%
5	E	4.31%
6	F	3.86%
7	G	7.18%
8	H	-9.21%
9	I	9.00%
10	J	2.31%
11	K	7.41%
12	L	6.55%
13	M	3.00%
14	N	8.43%

Fuente: Entrevistas

Para estudiar la rentabilidad y los factores que inciden en la misma es necesario aclarar que éste estudio analiza ciertos valores del Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados desde el punto de vista económico, relacionando el resultado obtenido con la magnitud que directa o indirectamente lo ha provocado.

Desde el punto de vista especialmente económico, el fin primordial de toda empresa es la obtención de la máxima rentabilidad. Para conseguir éste aforismo de rentabilidad, la organización, corresponderá constituirse en la representación más

idónea para conseguir el rendimiento máximo de sus infraestructuras y del componente humano contratado por ella.

Asimismo, corresponderá optar en cada momento por las estrategias más adecuadas que le avalaran la estabilidad inexcusable para perseguir manteniendo la posición de rentabilidad.

El análisis de las empresas no puede limitarse a la situación de momento, sino que se deberá de investigar lo que ha ocurrido en años anteriores para poder decir si la tendencia es a mejorar o a empeorar. Por esta razón para hacer un estudio de rentabilidad conviene manejar una relación existente entre distintas magnitudes (dos períodos económicos, 2018- 2019), que permitan captar el verdadero sentido y efecto producido sobre la rentabilidad.

Este objetivo no se pudo llevar a cabo para las pymes, ya que algunas empresas por temas de la confidencialidad de la información se limitaron a brindar datos exactos.

El diagnóstico de la situación actual de la rentabilidad económica referente a los programas sociales internos de responsabilidad social empresarial en las actividades refleja un comportamiento socialmente responsable en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

La tabla 42 refleja el porcentaje de rentabilidad económica, obtenido de la relación entre la utilidad antes de impuestos y de los activos totales para el año 2018. Es así que se ha podido observar que cuatro empresas tienen un margen de rentabilidad económica entre el 8.43% y el 9.33%; nueve empresas se encuentran con una rentabilidad entre el 2.31% y el 8.06% y una empresa con el -9.21%.

4.2. Comprobación de la hipótesis

Es necesario partir de la verificación de las variables consideradas individualmente se distribuyan normalmente para contrastar que todas ellas en conjunto cumplen la normalidad multivariante.

Respecto a la valoración de la normalidad de datos desde una perspectiva más objetiva, es necesario emplear un procedimiento de contraste de normalidad. En éste caso se aplicará el contraste de Shapiro – Wilk ; el cual mide el grado de ajuste a una recta de las observaciones de la muestra representadas en un gráfico de probabilidad normal, de forma que se rechazará la hipótesis nula de normalidad cuando el ajuste sea malo, situación que se responde con valores pequeños del estadístico de contraste. Éste contraste es el más adecuado cuando el tamaño de muestra es pequeño (no supera a los 50) y tampoco requiere que los parámetros de la distribución estén especificados. Para el efecto se ha estructurado la siguiente tabla con una serie de estadísticos descriptivos calculados para cada una de las variables seleccionadas:

Tabla 43: Descriptivos

Descriptivos		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Media	Estadístico	3.86	4.14	3.57	4.14	3.86	3.71	4.14	4.21	4.07	3.93	3.50	3.79	3.93	4.43	4.21	4.14	3.71	4.29	3.43	3.29	4.14	4.00	3.50	3.29	3.79	3.36	3.29
	Error típico	.143	.177	.251	.206	.177	.163	.143	.187	.127	.165	.139	.187	.195	.137	.155	.143	.163	.194	.359	.339	.254	.277	.442	.425	.366	.427	.425
Intervalo de confianza para la	Límite inferior	3.55	3.76	3.03	3.70	3.47	3.36	3.83	3.81	3.80	3.57	3.20	3.38	3.51	4.13	3.88	3.83	3.36	3.87	2.65	2.55	3.59	3.40	2.55	2.37	3.00	2.43	2.37
	Límite superior	4.17	4.53	4.11	4.59	4.24	4.07	4.45	4.62	4.35	4.28	3.80	4.19	4.35	4.73	4.55	4.45	4.07	4.71	4.20	4.02	4.69	4.60	4.45	4.20	4.58	4.28	4.20
Media recortada al 5%	Estadístico	3.84	4.16	3.58	4.21	3.84	3.79	4.16	4.24	4.08	3.92	3.50	3.82	3.92	4.42	4.24	4.16	3.68	4.32	3.53	3.43	4.21	4.06	3.61	3.37	3.93	3.45	3.37
Mediana	Estadístico	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	3.50
Varianza	Estadístico	.286	.440	.879	.593	.440	.374	.286	.489	.225	.379	.269	.489	.533	.264	.335	.286	.374	.527	1.802	1.604	.901	1.077	2.731	2.527	1.874	2.555	2.527
Desv. típ.	Estadístico	.535	.663	.938	.770	.663	.611	.535	.699	.475	.616	.519	.699	.730	.514	.579	.535	.611	.726	1.342	1.267	.949	1.038	1.653	1.590	1.369	1.598	1.590
Mínimo	Estadístico	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	0	0	2	2	0	0	0	0	0
Máximo	Estadístico	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Rango	Estadístico	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	5	4	3	3	5	5	5	5	5
Amplitud intercuartil	Estadístico		1	1	1	1			1	0		1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3
Asimetría	Estadístico	-.216	-.151	.413	-1.442	.151	-2.165	.216	-.321	.308	.024	0.000	-1.253	.113	.325	.028	.216	.192	-.516	-1.826	-1.952	-.951	-.964	-.955	-.681	-1.652	-.818	-.681
	Error típico	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597	.597
Curtosis	Estadístico	1.150	-.310	-.763	4.238	-.310	4.251	1.150	-.633	2.923	.302	-2.364	2.876	-.856	-2.241	.209	1.150	-.258	-.732	2.945	3.110	.340	.169	-.151	-.303	3.752	-.194	-.303
	Error típico	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154	1.154

La siguiente tabla que se obtiene es la que contiene los resultados de los contrastes de normalidad de Shapiro-Wilk:

Tabla 44: Pruebas de normalidad

Nº	Descripción	Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
1	¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?	.713	14	.001
2	¿En la empresa se han definido claramente los valores que guían su accionar?	.801	14	.005
3	¿Cuál es el grado en que se practica una competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?	.845	14	.019
4	¿Cómo calificaría el precio de sus productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?	.706	14	.000
5	¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?	.801	14	.005
6	¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su empresa?	.545	14	.000
7	¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?	.713	14	.001
8	¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?	.806	14	.006
9	¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?	.652	14	.000
10	¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?	.779	14	.003
11	¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad?	.646	14	.000
12	¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?	.729	14	.001
13	¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad?	.821	14	.009
14	¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?	.639	14	.000
15	¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?	.750	14	.001
16	Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?	.713	14	.001
17	¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?	.769	14	.002
18	¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?	.796	14	.005
19	¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?	.699	14	.000

N°	Descripción	Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
20	¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?	.637	14	.000
21	¿En qué grado cree usted que influyen las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad de la empresa?	.824	14	.010
22	Utiliza los índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad	.810	14	.007
23	¿La frecuencia de cálculo de la rentabilidad es determinada con una periodicidad anual?	.846	14	.019
24	Utiliza el índice de rentabilidad económica: Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total	.905	14	.132
25	Calcula el margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas	.791	14	.004
26	Calcula el margen de utilidad operacional: utilidad bruta menos gastos de venta y administración	.887	14	.073
27	Utiliza el índice de rentabilidad financiera: Utilidad operacional sobre el capital	.905	14	.132

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Si nos fijamos en la significación de los estadísticos de Shapiro-Wilk nos permite rechazar la hipótesis de normalidad para todas las variables excepto para los ítems 24, 26 y 27, si bien es cierto que, como ya señalamos, éste contraste sería el más adecuado considerando que la muestra no supera los 50 elementos.

Como se puede observar los datos no son normales; por lo cual se rechaza H_0 y se procede a realizar pruebas no paramétricas. En éste sentido, se ha procedido a aplicar la prueba U de Mann – Whitney, a partir de la identificación de dos grupos: 1 pequeña industria y 2 mediana industria, considerando que son 2 muestras independientes ordinales y que $n > 4$.

A continuación, se presentan los rangos obtenidos de los ítems que no son normales:

Tabla 45: Rangos

Ítem	Grupo	Rango promedio	Suma de rangos	Ítem	Grupo	Rango promedio	Suma de rangos
1	1	7.82	86.00	13	1	7.41	81.50

	2	6.33	19.00
2	1	8.68	95.50
	2	3.17	9.50
3	1	7.45	82.00
	2	7.67	23.00
4	1	7.32	80.50
	2	8.17	24.50
5	1	7.32	80.50
	2	8.17	24.50
6	1	7.09	78.00
	2	9.00	27.00
7	1	7.18	79.00
	2	8.67	26.00
8	1	7.77	85.50
	2	6.50	19.50
9	1	7.64	84.00
	2	7.00	21.00
10	1	7.95	87.50
	2	5.83	17.50
11	1	7.18	79.00
	2	8.67	26.00
12	1	7.77	85.50
	2	6.50	19.50

	2	7.83	23.50
14	1	7.05	77.50
	2	9.17	27.50
15	1	8.36	92.00
	2	4.33	13.00
16	1	7.77	85.50
	2	6.50	19.50
17	1	7.73	85.00
	2	6.67	20.00
18	1	8.77	96.50
	2	2.83	8.50
19	1	7.59	83.50
	2	7.17	21.50
20	1	7.36	81.00
	2	8.00	24.00
21	1	8.55	94.00
	2	3.67	11.00
22	1	7.59	83.50
	2	7.17	21.50
23	1	7.32	80.50
	2	8.17	24.50
25	1	7.82	86.00
	2	6.33	19.00

Fuente: Datos SPSS

La tabla 45 muestra los rangos para los ítems del 1 al 23 y el 25; los cuáles no pasaron el criterio de normalidad con el contraste de Shapiro – Wilk. Considerando que la prueba es aplicable como mínimo a dos grupos, se dividió el grupo 1 para la pequeña industria y el grupo 2 para la mediana industria. Es así, que se observa que el rango promedio oscila entre 5.83 y 9.17.

Finalmente, se muestran los estadísticos de contraste, en el que constan la prueba de U de Mann-Whitney, W de Wilcoxon y la Significancia asintótica (bilateral); que es aquella con la que se trabajará para el análisis respectivo.

Tabla 46: Estadísticos de contraste

Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	25
U de Mann-Whitney	13.000	3.500	16.000	14.500	14.500	12.000	13.000	13.500	15.000	11.500	13.000	13.500	15.500	11.500	7.000	13.500	14.000	2.500	15.500	15.000	5.000	15.500	14.500	13.000
W de Wilcoxon	19.000	9.500	82.000	80.500	80.500	78.000	79.000	19.500	21.000	17.500	79.000	19.500	81.500	77.500	13.000	19.500	20.000	8.500	21.500	81.000	11.000	21.500	80.500	19.000
Z	-.687	-2.276	-.084	-.368	-.350	-.977	-.687	-.512	-.326	-.914	-.628	-.586	-.169	-.906	-1.750	-.589	-.443	-2.373	-.182	-.274	-1.912	-.166	-.323	-.571
Sig. asintót. (bilateral)	.492	.023	.933	.713	.726	.329	.492	.608	.745	.361	.530	.558	.866	.365	.080	.556	.658	.018	.856	.784	.056	.868	.747	.568
Sig. exacta [2*(Sig. unilateral)]	.659 ^b	.038 ^b	1.000 ^b	.769 ^b	.769 ^b	.555 ^b	.659 ^b	.659 ^b	.885 ^b	.456 ^b	.659 ^b	.659 ^b	.885 ^b	.456 ^b	.170 ^b	.659 ^b	.769 ^b	.022 ^b	.885 ^b	.885 ^b	.088 ^b	.885 ^b	.769 ^b	.659 ^b

Fuente: Datos SPSS

Como puede apreciarse el estadígrafo de la U de Mann-Whitney fue superior a 5.000 y el valor de $p \geq 0.05$; excepto para el ítem 2 de 3,500 y el valor de $p = 0.023$ y para el ítem 18 de 2,500 y el valor de $p = 0.018$; por lo que se rechaza la hipótesis nula.

4.2.1. Comprobación de la correlación de variables.

Se ha procedido con la aplicación de la correlación de spearman, considerando que se dispone de datos para la relación de 2 variables de diferente unidad de medida y que es $n \geq 5$; en los siguientes rangos, para el análisis correspondiente:

Tabla 47: Significancia de correlación

Valor	Significado
-1	correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a 0,99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente:

Tabla 48: Correlación no paramétrica

Ítem	Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Rent %
1	Coefficiente de correlación	1.000	.290	.628*	.585*	-.252	.240	-.493	.091	.331	-.024	.313	.242	.359	-.068	.095	-.198	.131	.054	.201	.406	.240	.454	.497	.561*	.276	.581*	.561*	-.352
	Sig. (bilateral)		.315	.016	.028	.384	.409	.073	.756	.248	.934	.276	.405	.208	.818	.746	.498	.655	.854	.492	.149	.409	.103	.071	.037	.340	.029	.037	.217
2	Coefficiente de correlación	.290	1.000	.229	.333	.244	.145	-.252	.252	.221	.389	0.000	.254	-.304	-.201	.479	.156	.214	.151	.294	-.006	.596*	.541*	.079	.106	.222	.192	.106	-.054
	Sig. (bilateral)	.315		.431	.244	.400	.622	.384	.385	.449	.170	1.000	.380	.291	.490	.083	.595	.463	.607	.307	.984	.024	.046	.787	.718	.445	.510	.718	.854
3	Coefficiente de correlación	.628*	.229	1.000	.875**	.037	.132	-.054	.359	.572*	.220	.019	.030	.193	.348	.325	-.365	-.184	-.093	.224	.420	.197	.630*	.683**	.714**	.492	.802**	.714**	-.382
	Sig. (bilateral)	.016	.431		.000	.899	.652	.855	.208	.033	.450	.948	.920	.508	.223	.256	.200	.530	.752	.441	.135	.499	.016	.007	.004	.074	.001	.004	.178
4	Coefficiente de correlación	.585*	.333	.875**	1.000	-.061	.228	-.074	.321	.537*	.115	-.168	-.117	.102	.445	.386	-.351	-.252	-.113	.217	.357	.162	.678**	.621*	.612*	.355	.701**	.612*	-.346
	Sig. (bilateral)	.028	.244	.000		.835	.432	.802	.263	.048	.697	.567	.689	.729	.111	.173	.219	.385	.700	.456	.211	.579	.008	.018	.020	.212	.005	.020	.226
5	Coefficiente de correlación	-.252	.244	.037	-.061	1.000	.455	.290	.033	-.221	.696**	.239	.415	-.048	-.282	.260	.496	-.053	-.183	-.320	-.429	-.259	.472	.235	.199	.543*	.215	.199	.296
	Sig. (bilateral)	.384	.400	.899	.835		.102	.315	.912	.449	.006	.410	.140	.870	.329	.369	.072	.856	.531	.265	.126	.372	.088	.418	.494	.045	.460	.494	.303
6	Coefficiente de correlación	.240	.145	.132	.228	.455	1.000	.162	-.111	.090	.205	.198	.300	.223	-.275	.228	.439	.070	-.300	.030	-.032	-.550*	.612*	.286	.261	.289	.262	.261	-.162
	Sig. (bilateral)	.409	.622	.652	.432	.102		.579	.706	.760	.482	.498	.297	.443	.342	.432	.117	.813	.297	.918	.913	.042	.020	.322	.367	.317	.365	.367	.579
7	Coefficiente de correlación	-.493	-.252	-.054	-.074	.290	.162	1.000	-.091	.273	.024	-.559*	-.113	.205	.316	.417	-.052	-.090	-.091	-.379	.062	-.419	-.050	-.079	-.188	.147	-.115	-.188	-.053
	Sig. (bilateral)	.073	.384	.855	.802	.315	.579		.756	.346	.934	.038	.700	.482	.271	.138	.859	.760	.758	.182	.834	.136	.864	.788	.519	.617	.695	.519	.858
8	Coefficiente de correlación	.091	.252	.359	.321	.033	-.111	-.091	1.000	.454	.399	-.117	.381	-.252	.589*	.227	.109	-.523	-.110	.160	-.314	.429	.371	-.015	-.063	.019	.022	-.063	.448
	Sig. (bilateral)	.756	.385	.208	.263	.912	.706	.756		.103	.157	.691	.179	.385	.027	.436	.709	.055	.708	.584	.275	.126	.192	.959	.831	.949	.940	.831	.108
9	Coefficiente de correlación	.331	.221	.572*	.537*	-.221	.090	.273	.454	1.000	.025	-.469	.054	.240	.499	.537*	-.356	.075	-.073	.376	.471	.165	.422	.014	.086	.188	.207	.086	-.221
	Sig. (bilateral)	.248	.449	.033	.048	.449	.760	.346	.103		.932	.090	.855	.409	.069	.048	.212	.799	.803	.186	.089	.572	.133	.961	.770	.520	.477	.770	.448
10	Coefficiente de correlación	-.024	.389	.220	.115	.696**	.205	.024	.399	.025	1.000	.125	.188	.151	-.147	.466	.493	-.222	.275	-.312	-.605*	-.044	.486	.259	.286	.738**	.319	.286	.356
	Sig. (bilateral)	.934	.170	.450	.697	.006	.482	.934	.157	.932		.671	.520	.605	.616	.093	.073	.446	.341	.278	.022	.881	.078	.371	.321	.003	.267	.321	.211

Ítem	Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Rent %
11	Coefficiente de correlación	.313	0.000	.019	-.168	.239	.198	-.559*	-.117	-.469	.125	1.000	.289	-.096	-.577*	-.650*	.268	.222	-.231	.124	-.104	.095	.019	.257	.326	.037	.254	.326	-.018
	Sig. (bilateral)	.276	1.000	.948	.567	.410	.498	.038	.691	.090	.671		.316	.743	.031	.012	.354	.446	.426	.673	.724	.748	.949	.375	.256	.900	.380	.256	.952
12	Coefficiente de correlación	.242	.254	.030	-.117	.415	.300	-.113	.381	.054	.188	.289	1.000	-.156	-.067	.078	.346	-.039	-.318	.042	-.149	.183	.411	-.023	-.073	.029	-.057	-.073	.400
	Sig. (bilateral)	.405	.380	.920	.689	.140	.297	.700	.179	.855	.520	.316		.595	.819	.790	.225	.894	.268	.887	.612	.532	.145	.938	.803	.922	.848	.803	.157
13	Coefficiente de correlación	.359	-.304	.193	.102	-.048	.223	.205	-.252	.240	.151	-.096	-.156	1.000	-.117	.286	.023	.258	.328	-.435	.020	-.528	.073	.131	.166	.455	.181	.166	-.246
	Sig. (bilateral)	.208	.291	.508	.729	.870	.443	.482	.385	.409	.605	.743	.595		.691	.322	.939	.372	.253	.120	.947	.052	.805	.655	.571	.102	.535	.571	.396
14	Coefficiente de correlación	-.068	-.201	.348	.445	-.282	-.275	.316	.589*	.499	-.147	-.577*	-.067	-.117	1.000	.169	-.519	-.571*	-.312	-.084	.126	.153	.019	-.056	-.128	-.206	-.055	-.128	.286
	Sig. (bilateral)	.818	.490	.223	.111	.329	.342	.271	.027	.069	.616	.031	.819	.691		.562	.057	.033	.278	.776	.668	.602	.948	.850	.663	.479	.852	.663	.321
15	Coefficiente de correlación	.095	.479	.325	.386	.260	.228	.417	.227	.537*	.466	-.650*	.078	.286	.169	1.000	.139	-.135	.425	-.124	-.037	-.060	.576*	.190	.143	.587*	.244	.143	-.094
	Sig. (bilateral)	.746	.083	.256	.173	.369	.432	.138	.436	.048	.093	.012	.790	.322	.562		.635	.646	.130	.672	.901	.839	.031	.515	.625	.027	.401	.625	.750
16	Coefficiente de correlación	-.198	.156	-.365	-.351	.496	.439	-.052	.109	-.356	.493	.268	.346	.023	-.519	.139	1.000	-.090	.302	-.089	-.744**	-.284	.292	.019	-.092	.226	-.111	-.092	.169
	Sig. (bilateral)	.498	.595	.200	.219	.072	.117	.859	.709	.212	.073	.354	.225	.939	.057	.635		.760	.294	.762	.002	.325	.312	.950	.754	.436	.706	.754	.563
17	Coefficiente de correlación	.131	.214	-.184	-.252	-.053	.070	-.090	-.523	.075	-.222	.222	-.039	.258	-.571*	-.135	-.090	1.000	-.049	.229	.352	.071	-.143	-.378	-.234	-.128	-.213	-.234	-.368
	Sig. (bilateral)	.655	.463	.530	.385	.856	.813	.760	.055	.799	.446	.446	.894	.372	.033	.646	.760		.868	.430	.217	.810	.626	.182	.421	.662	.465	.421	.196
18	Coefficiente de correlación	.054	.151	-.093	-.113	-.183	-.300	-.091	-.110	-.073	.275	-.231	-.318	.328	-.312	.425	.302	-.049	1.000	-.145	-.247	.041	-.072	.164	.137	.411	.132	.137	-.249
	Sig. (bilateral)	.854	.607	.752	.700	.531	.297	.758	.708	.803	.341	.426	.268	.253	.278	.130	.294	.868		.620	.395	.890	.808	.576	.641	.145	.652	.641	.391
19	Coefficiente de correlación	.201	.294	.224	.217	-.320	.030	-.379	.160	.376	-.312	.124	.042	-.435	-.084	-.124	-.089	.229	-.145	1.000	.472	.377	.251	.019	.114	-.242	.133	.114	-.428
	Sig. (bilateral)	.492	.307	.441	.456	.265	.918	.182	.584	.186	.278	.673	.887	.120	.776	.672	.762	.430	.620		.088	.184	.387	.950	.698	.405	.651	.698	.126
20	Coefficiente de correlación	.406	-.006	.420	.357	-.429	-.032	.062	-.314	.471	-.605*	-.104	-.149	.020	.126	-.037	-.744**	.352	-.247	.472	1.000	.173	-.006	.184	.292	-.105	.314	.292	-.621*
	Sig. (bilateral)	.149	.984	.135	.211	.126	.913	.834	.275	.089	.022	.724	.612	.947	.668	.901	.002	.217	.395	.088		.553	.985	.528	.311	.720	.274	.311	.018

Ítem	Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Rent %
21	Coefficiente de correlación	.240	.596*	.197	.162	-.259	-.550*	-.419	.429	.165	-.044	.095	.183	-.528	.153	-.060	-.284	.071	.041	.377	.173	1.000	-.016	-.091	-.068	-.243	.001	-.068	.056
	Sig. (bilateral)	.409	.024	.499	.579	.372	.042	.136	.126	.572	.881	.748	.532	.052	.602	.839	.325	.810	.890	.184	.553		.956	.757	.816	.402	.997	.816	.848
22	Coefficiente de correlación	.454	.541*	.630*	.678**	.472	.612*	-.050	.371	.422	.486	.019	.411	.073	.019	.576*	.292	-.143	-.072	.251	-.006	-.016	1.000	.552*	.527	.584*	.604*	.527	-.138
	Sig. (bilateral)	.103	.046	.016	.008	.088	.020	.864	.192	.133	.078	.949	.145	.805	.948	.031	.312	.626	.808	.387	.985	.956		.041	.053	.028	.022	.053	.637
23	Coefficiente de correlación	.497	.079	.683**	.621*	.235	.286	-.079	-.015	.014	.259	.257	-.023	.131	-.056	.190	.019	-.378	.164	.019	.184	-.091	.552*	1.000	.954**	.670**	.952**	.954**	-.430
	Sig. (bilateral)	.071	.787	.007	.018	.418	.322	.788	.959	.961	.371	.375	.938	.655	.850	.515	.950	.182	.576	.950	.528	.757	.041		.000	.009	.000	.000	.125
24	Coefficiente de correlación	.561*	.106	.714**	.612*	.199	.261	-.188	-.063	.086	.286	.326	-.073	.166	-.128	.143	-.092	-.234	.137	.114	.292	-.068	.527	.954**	1.000	.712**	.983**	1.000**	-.433
	Sig. (bilateral)	.037	.718	.004	.020	.494	.367	.519	.831	.770	.321	.256	.803	.571	.663	.625	.754	.421	.641	.698	.311	.816	.053	.000		.004	.000		.122
25	Coefficiente de correlación	.276	.222	.492	.355	.543*	.289	.147	.019	.188	.738**	.037	.029	.455	-.206	.587*	.226	-.128	.411	-.242	-.105	-.243	.584*	.670**	.712**	1.000	.734**	.712**	-.143
	Sig. (bilateral)	.340	.445	.074	.212	.045	.317	.617	.949	.520	.003	.900	.922	.102	.479	.027	.436	.662	.145	.405	.720	.402	.028	.009	.004		.003	.004	.627
26	Coefficiente de correlación	.581*	.192	.802**	.701**	.215	.262	-.115	.022	.207	.319	.254	-.057	.181	-.055	.244	-.111	-.213	.132	.133	.314	.001	.604*	.952**	.983**	.734**	1.000	.983**	-.471
	Sig. (bilateral)	.029	.510	.001	.005	.460	.365	.695	.940	.477	.267	.380	.848	.535	.852	.401	.706	.465	.652	.651	.274	.997	.022	.000	.000	.003		.000	.089
27	Coefficiente de correlación	.561*	.106	.714**	.612*	.199	.261	-.188	-.063	.086	.286	.326	-.073	.166	-.128	.143	-.092	-.234	.137	.114	.292	-.068	.527	.954**	1.000**	.712**	.983**	1.000	-.433
	Sig. (bilateral)	.037	.718	.004	.020	.494	.367	.519	.831	.770	.321	.256	.803	.571	.663	.625	.754	.421	.641	.698	.311	.816	.053	.000		.004	.000		.122
Rent %	Coefficiente de correlación	-.352	-.054	-.382	-.346	.296	-.162	-.053	.448	-.221	.356	-.018	.400	-.246	.286	-.094	.169	-.368	-.249	-.428	-.621*	.056	-.138	-.430	-.433	-.143	-.471	-.433	1.000
	Sig. (bilateral)	.217	.854	.178	.226	.303	.579	.858	.108	.448	.211	.952	.157	.396	.321	.750	.563	.196	.391	.126	.018	.848	.637	.125	.122	.627	.089	.122	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral). **. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Una vez aplicada la correlación del spearman se puede observar que los datos se encuentran correlacionados; dentro del cual señala lo siguiente:

Las prácticas de responsabilidad social empresarial expresado en la valoración de la escala de Likert se muestra en los ítems del 1 al 27 derivado de las encuestas realizadas a los 14 establecimientos del sector alimenticio; y en cuanto al porcentaje de rentabilidad se obtuvo de las entrevistas realizadas.

En éste sentido se puede indicar que existe una correlación negativa moderada para los ítems 19, 20, 23, 24, 26 y 27 referente a la utilización de índices financieros y la difusión de información a la población comparado con el porcentaje de rentabilidad con un resultado de $p = -0.4$ a -0.69 .

Así mismo, se verifica que existe una correlación negativa baja para los ítems 3, 17, 1, 4, 18, 13 y 9 referente al conocimiento de responsabilidad social, competencia justa, calidad en relación al precio, cumplimiento de políticas gubernamentales y medioambientales comparado con el porcentaje de rentabilidad; con un resultado de $p = -0.2$ a -0.39 .

Además, se observa que existe una correlación negativa muy baja para los ítems 6, 25, 22, 15, 2, 7 y 11 referente a la participación de los empleados en RSE, la adopción de sugerencias y reclamos, valores, motivación y proyectos de vinculación con la comunidad comparado con el porcentaje de rentabilidad; con un resultado de $p = -0.01$ a -0.19 .

Por el contrario, se identifica que existe una correlación positiva muy baja para los ítems 21 y 16 referente a la cultura empresarial y al grado que influyen las prácticas de RSE en la rentabilidad comparado con el porcentaje de rentabilidad; con un resultado de $p = 0.01$ a 0.19 .

A la vez, se verifica que existe una correlación positiva baja para los ítems 14, 5 y 10 referente al cumplimiento de la satisfacción de los clientes, aporte en el desarrollo de sus trabajadores y las actividades en beneficio de la comunidad comparado con el porcentaje de rentabilidad; con un resultado de $p = 0.2$ a 0.39 .

Finalmente, se observa que existe una correlación positiva moderada para los ítems 8 y 12 referente al reconocimiento por las actividades que realiza y a la inversión en equipos que disminuyan el impacto ambiental comparado con el porcentaje de rentabilidad con un resultado de $p= 0.4$ a 0.69 .

4.2.2. Comprobación de la incidencia de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad

Para el efecto se ha elaborado una matriz en la que refleja las empresas y las preguntas relacionadas a la variable de responsabilidad social y a la variable de rentabilidad; a fin de determinar la media aritmética y conocer el promedio de la aplicación de prácticas de responsabilidad social por empresa y la rentabilidad.

Tabla 49: Análisis promedio por empresa de la variable de responsabilidad social empresarial

EMPRESA/ PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	PROMEDIO
1	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4.05
2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3.95
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4.00
5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4.30
6	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	1	1	3.65
7	3	4	2	2	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	0	0	3.65
8	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3.70
9	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3.75
10	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	4	3.70
11	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4.10
12	3	4	3	4	3	2	4	5	4	4	3	2	3	5	4	4	3	5	4	3	3.60
13	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4.35
14	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4.05
PROMEDIO TOTAL																					3.92

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Las veinte preguntas aplicadas a la variable de responsabilidad social empresarial han sido ponderadas y se ha determinado el promedio por empresa; a su vez se indica que el promedio total es de 3.92.

En éste contexto se verifica que el promedio supera al 3, lo cual indica que las prácticas de responsabilidad social en las empresas encuestadas son aplicadas medianamente.

Tabla 50: Análisis promedio por empresa de la variable de rentabilidad

<i>EMPRESA</i>	<i>Incidencia RSE en rentabilidad</i>	<i>Índices de medición</i>	<i>de Frecuencia de Rentabilidad</i>	<i>de Índice Rentabilidad económica</i>	<i>Margen de utilidad bruta</i>	<i>de Utilidad operacional</i>	<i>Índice rentabilidad financiera</i>	<i>PROMEDIO</i>
1	4	5	5	5	5	5	5	4.86
2	5	4	4	4	4	4	4	4.14
3	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	5	4	5	5	5	5	5	4.86
5	4	5	5	5	5	5	5	4.86
6	4	4	5	4	4	4	4	4.14
7	2	4	1	1	5	1	1	2.14
8	5	2	0	0	0	0	0	1.00
9	3	3	3	3	3	3	3	3.00
10	3	4	4	3	3	3	3	3.29
11	4	5	5	5	5	5	5	4.86
12	5	2	2	2	3	2	2	2.57
13	5	5	4	3	4	4	3	4.00
14	5	5	2	2	3	2	2	3.00
<i>Promedio</i>								3.62

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

Las siete preguntas aplicadas a la variable de rentabilidad han sido ponderadas y se ha determinado el promedio por empresa; a su vez se indica que el promedio total es de 3.62.

En éste contexto se verifica que los resultados son variantes por empresa, considerando que el cálculo de rentabilidad no lo realizan como tal sino de una manera manual.

Tabla 51: Análisis descriptivo de la variable de RSE y rentabilidad

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?	14	3	5	4.07	.475
¿En la empresa se han definido claramente los valores que guían su accionar?	14	3	5	4.14	.663
¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?	14	3	5	3.86	.535
Calcula el margen de utilidad operacional: utilidad bruta menos gastos de venta y administrativos	14	0	5	3.36	1.598
Utiliza el índice de rentabilidad financiera: Utilidad operacional sobre el capital	14	0	5	3.29	1.590
¿En qué grado cree usted que influyen las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad de la empresa?	14	2	5	4.14	.949
Calcula el margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas	14	0	5	3.79	1.369
Utiliza el índice de rentabilidad económica: Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total	14	0	5	3.29	1.590
Utiliza los índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad	14	2	5	4.00	1.038
¿La frecuencia de cálculo de la rentabilidad es determinada con una periodicidad anual?	14	0	5	3.50	1.653
¿Cuál es el grado en que se practica una competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?	14	2	5	3.57	.938
¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?	14	0	4	3.29	1.267
¿Cómo calificaría el precio de sus productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?	14	2	5	4.14	.770
¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?	14	0	5	3.43	1.342
¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?	14	3	5	4.29	.726
Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?	14	3	5	4.14	.535

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?	14	3	5	3.71	.611
¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?	14	3	5	3.86	.663
¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?	14	3	5	4.21	.579
¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?	14	4	5	4.43	.514
¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad?	14	3	5	3.93	.730
¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?	14	2	5	3.79	.699
¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su empresa?	14	2	4	3.71	.611
¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad?	14	3	4	3.50	.519
¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?	14	3	5	3.93	.616
¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?	14	3	5	4.14	.535
¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?	14	3	5	4.21	.699

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento Recolección Datos (2020)

Se observa que el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes” (ítem 20) presenta el promedio más alto de todos que corresponde a 4,43, lo que significa que está sobre el nivel alto.

En cuanto a la información de la organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad, el promedio es de 3,29 que indica que está en nivel medio.

En cuanto, a la comprobación de la hipótesis se ha aplicado el modelo matemático de regresión lineal, a través de los promedios determinados tanto en la variable de responsabilidad social como rentabilidad, a fin de conocer la relación entre la variable dependiente y la independiente.

Tabla 52: Promedio de variables por empresas

<i>N°</i>	<i>Responsabilidad Social Empresarial</i>	<i>Rentabilidad Económica</i>
1	4.26	4.86
2	4.00	4.14
3	4.00	4.00
4	4.22	4.86
5	4.44	4.86
6	3.78	4.14
7	3.26	2.14
8	3.00	1.00
9	3.56	3.00
10	3.59	3.29
11	4.30	4.86
12	3.33	2.57
13	4.26	4.00
14	3.78	3.00

Fuente: Datos obtenidos de aplicación del Instrumento de Recolección Datos (2020)

Se ha realizado la regresión lineal a través, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 53: Estadísticas de regresión

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0.95026169
Coeficiente de determinación R ²	0.90299727
R ² ajustado	0.89491371
Error típico	0.38128004
Observaciones	14

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos (2020)

El análisis de regresión muestra cómo se relacionan la variable dependiente con la variable independiente.

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>				
Regresión	1	16.2394714	16.2394714	111.707862	1.96288E-07				
Residuos	12	1.74449365	0.14537447						
Total	13	17.983965							

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	6.03006488	0.91893611	6.56200667	2.682E-05	-8.032254658	4.02787509	8.03225466	4.02787509
Variable X 1	2.51284452	0.23775176	10.569194	1.9629E-07	1.994827923	3.03086111	1.99482792	3.03086111

El análisis de regresión muestra cómo se relacionan la variable dependiente con la variable independiente, como se puede observar en la tabla 54 el coeficiente de determinación R^2 es de 0.902, lo cual indica que la relación es positiva, la responsabilidad social empresarial incide en la rentabilidad. Por lo expuesto, se ha comprobado la hipótesis en donde se afirma que la responsabilidad social empresarial impacta significativamente en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

Se ha elaborado un cuadro resumen en la siguiente escala:

N°	Categorías	Porcentaje
1	Inferior a 2	0.00%
2	Entre 2 y 4	64.29%
3	Superior a 4	35.71%
		100.00%

En éste contexto, la categoría con mayor porcentaje del 64.29% está entre 2 y 4 en la escala de Likert del 1 al 5 que significa media y alta; es así que las prácticas de responsabilidad social empresarial están siendo aplicadas a pesar de no tener un modelo de gestión como tal, sin embargo, hay que poner mayor énfasis en la información que se brinda a los socios estratégicos y en la presentación a los gerentes los porcentajes de rentabilidad, a fin de mantener un adecuado control en el aspecto financiero.

La hipótesis planteada en el presente trabajo de investigación es “La responsabilidad social empresarial impacta significativamente en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo”.

En éste contexto, se ha procedido con la comprobación de la hipótesis en base a los resultados obtenidos, indicando lo siguiente:

H0: La responsabilidad social empresarial no incide significativamente en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

H1: La responsabilidad social empresarial incide significativamente en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo.

Por lo expuesto, se rechaza la H_0 y se acepta H_1 .

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

Una vez finalizado el trabajo de investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial y la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo, considerando los planteamientos expuestos en el transcurso de la investigación y en base a los aportes obtenidos en cada fase de la misma, es necesario proceder a formular las conclusiones a las que se ha llegado:

En cuanto a la cultura organizacional de empresa, se realizó una revisión para evidenciar que la cultura organizacional actual considera la Responsabilidad Social Empresarial como parte de su estrategia empresarial.

El personal directivo de la organización, en su mayoría, maneja un adecuado concepto de RSE, definiéndola como un proceso estratégico medular para la organización en donde el respeto a los valores éticos de los grupos de interés es lo más importante, así como también el compromiso para lograr un desarrollo sostenible.

Se pudo notar cierto desconocimiento de algunas pymes referente a los proyectos de vinculación de responsabilidad social en los que está participando la empresa actualmente.

Existen prácticas implementadas por las empresas en pro del beneficio y contribución, sin embargo, existe un grupo de pymes que desconoce la existencia de estas prácticas, y por ende, no tienen participación en el desarrollo de las mismas.

Las pymes procuran promover la relación empresa-comunidad, estimulando la generación de programas de apoyo comunitario y busca involucrar a los trabajadores en la participación de estas actividades.

En las Pymes consultadas del ramo alimenticio existen prácticas de mercado responsable al medir la satisfacción del cliente, atender todos sus reclamos y brindarle respuestas de manera oportuna, así como también, realiza estudios de investigación y desarrollo para ampliar números y tipos de productos y servicios y así poder satisfacer clientes con necesidades especiales.

A pesar que las pymes consideran que es importante mejorar las condiciones de trabajo, las relaciones laborales de los trabajadores dentro de su entorno más allá de lo establecido en la ley y las regulaciones de la ley, existe un número considerable de pymes que manifestaron que medianamente se informa sobre la responsabilidad social empresarial.

Las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio dentro de los programas de responsabilidad social no ocurren al azar, forman parte de una estrategia que busca contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades donde opera, mediante objetivos precisos que son compartidos con todo el personal. Por lo tanto, todas las empresas estudiadas tienen conocimiento de las líneas de acción seguidas por la organización en función a la responsabilidad social, la cual tiene como base tres pilares: ética, derechos humanos y desarrollo local.

En este sentido, las pymes realizan reuniones periódicas en donde se pone en evidencia los aspectos que incluyen las expectativas de los diferentes actores que interactúan en el contexto interno y externo de la organización. Asimismo, otorga al personal las herramientas necesarias para reconocer el compromiso voluntario de la empresa con el desarrollo sustentable, las políticas corporativas, los principios y valores sociales.

El trabajo desarrollado en relación a la responsabilidad social empresarial ejercida por las empresas estudiadas, involucra a los diferentes actores a fin de transferir los compromisos de las Pymes. a cada uno de sus miembros a través de reuniones periódicas de seguimiento y comunicación.

El análisis del registro de los programas sociales internos de responsabilidad social empresarial ubicado en Chimborazo, llevó a concluir que la situación actual de los registros contables referentes a los programas sociales internos de responsabilidad social empresarial evidencian el uso de los sistemas para determinar la rentabilidad económica, lo cual hace que los estados financieros no puedan mostrar la cuantificación de las actuaciones relativas a dichos programas y, consecuentemente, sean incluidas las cifras en cuentas pertenecientes a la contabilidad financiera en donde no se aprecia una segregación de los ingresos, egresos y costos asociados a las actividades que en el campo de lo social son realizadas por la empresa.

De igual forma, se concluye que entre las debilidades que existen en las pymes consultadas, para el registro de la responsabilidad social de los programas sociales internos de cada una, los registros ocasionados por la realización de actividades deportivas, culturales, excursiones, cursos de capacitación, entre otros aspectos vinculados con los beneficios establecidos por los programas sociales internos, no especifican la cuantificación de los beneficios obtenidos por los trabajadores; se desconoce si la cantidad de cursos destinados al aprendizaje continuo, en la cual participan los trabajadores es suficiente para mejorar la eficiencia y eficacia del desempeño individual y el sistema contable no incorpora cuentas de responsabilidad social.

Finalmente, necesitan trabajadores colaboradores que aporten a la necesidad de incorporar herramientas para medir el efecto social de la organización, sumadas a la conciencia de que la participación de los trabajadores en actividades y beneficios para fomentar la responsabilidad social de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvear, R. (2010). *Sociedad civil en responsabilidad social (Boletín informativo N° 1)*. Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador. Recuperado de https://www.care.org.ec/wpcontent/uploads/biblioteca_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf
- ARCSA. (2019). *Base de datos de permisos de funcionamiento*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1hW8_um9qnq-3_USFGvIIWkWRLebc52MA/view
- Astudillo Moya, M. (2012). *Fundamentos de economía*. Mexico: Probooks. Obtenido de 978-607-02-2974-9
- Baena Toro, D. (2014). *Análisis Financiero Enfoque y proyecciones (Segunda edición ed.)*. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones. doi:978-958-771-071-7
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). *La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas*. Contaduría y Administración.
- BiOALiMENTAR. (2019). *Memoria de sostenibilidad*. Recuperado de <https://www.bioalimentar.com/wp-content/uploads/2019/10/Memoria-de-Sostenibilidad-2018-BiOALiMENTAR.pdf?45dd30&45dd30>
- Cajiga Calderón, J. F. (2014). *El concepto de responsabilidad social empresarial. (C. M. para la filantropía CEMEFI, Ed.)*, Centro Mexicano para la filantropía-CEMEFI (pp. 7–8). CEMEFI. <https://doi.org/10.14409/aada.v0i14.4434>
- Camacho, N. (13 de Noviembre de 2014). Repositorio institucional UASB - Digital. *Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4135>

Carroll, AB (1999). *Responsabilidad social corporativa: evolución de un constructo definitorio*. *Business&Society* , 38 (3),268–295.

<https://doi.org/10.1177/000765039903800303>

CEPAL. (2019). Desarrollo Sostenible. Recuperado de

<https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible> CERES. (2005).

¿Quiénes somos?. Recuperado de <https://www.redceres.com/nosotros>

Coraggio, J. L. (2011). Economía Social y Solidaria. *El trabajo antes que el capital*.

Quito: Ediciones Abya-Yala. doi:978-9978-22-999-6

Dini, M., Stumpo, G., (coords.). (2018). *MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), (p.560). Documentos de Proyectos LC/TS.2018/75, Santiago

Ecuador 2030. (04 de Diciembre de 2018). *Ecuador 2030 Proyecto*. Recuperado de

Ecuador 2030 Proyecto: <http://ecuador2030.org/2018/12/04/que-es-mi-empresa-2030-y-por-que-deberias-comenzar-tu-proyeccion-empresarial/>

Ecuador Agroalimentario. (2019). *Motor del desarrollo económico y social de los ecuatorianos*.

Recuperado de <https://ecuadoragroalimentario.com/wp-content/uploads/2019/06/Ecuador-Agroalimentario-Junio-2019.pdf>.

El telégrafo. (13 de diciembre de 2012). *El mito de la Responsabilidad Social*

Empresarial (RSE) en el Ecuador. El Telégrafo, 8(16). Recuperado el 12 de mayo de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/2012/20/el-mito-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-en-el-ecuador>

Flores, J., Ogliastri, E., Peinado-Vara, E., & Petry, I. (2007). *El argumento*

empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de

<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:El+argumen+to+empresarial+de+la+RSE:+9+casos+de+Am+rica+Latina+y+el+Caribe#0>

Fondo Monetario Internacional. (2019). *Informes de perspectivas de la economía mundial octubre de 2019*. Recuperado de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/10/01/world-economic-outlook-october-2019>

Freire, C., Govea, K., & Hurtado, G. (2018). *Incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas*. Revista Espacios, 39(19), 7–17. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p07.pdf>

Fundemas. (2014). *Fundación Empresarial para la acción social*. Recuperado de Fundación Empresarial para la acción social.: <https://www.fundemas.org/rse/porque-hacer-rse#>

Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación (Vol. 12, p. 726). ISBN: 970-26-0428-1Pearson. <https://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>

Gómez, M. C. (2016). *Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial: aplicación de la Matriz Boston Consulting Group (BCG)*. Revista Publicando, 3(8), 266–294. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1885045>

Gómez - Romo, M. C., López – Gómez, A. F. & Carvajal – Larenas, R. P (2017). *La Responsabilidad Social en las Pymes del Sector Calzado en Ecuador*. Revista Panorama Económico, 25(2), 195–208. ISSN: 2463-0470.

Gonzalo Angulo, J. A. (2000). Criterios de valoración y mantenimiento del capital. *El marco conceptual para la información financiera: análisis y comentarios*, 225-261. doi:ISBN 84-89959-28-5

- Hernández - Sampieri, R. (2015). *Metodología de la investigación*. Mexico, Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, N., & Garnica, J. (diciembre de 2015). *Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos*. *Conciencia Tecnológica*, 38-46. doi:1405-5597
- Hernández, S. (2013). *Fundamentos de economía*, Marcela Astudillo, Jorge Paniagua (colaborador). *Problemas Del Desarrollo*. Universidad Nacional Autonoma de Mexico. [https://doi.org/10.1016/S0301-7036\(13\)71880-0037](https://doi.org/10.1016/S0301-7036(13)71880-0037)
- Labra, O. (2013). Positivismo y Constructivismo: *Un análisis para la investigación social*. *Rumbos TS*, VII(7), 12-21.
- Lazovska, D. (2017). *ExpokNews: 14 organizaciones que impulsan la RSE en América Latina. México: ExpokNews*. Recuperado de <https://www.expoknews.com/14-organizaciones-que-impulsan-la-rse-en-america-latina/>
- López, P. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Scielo. doi:1815-0276
- Martinez, H. (2010). *Responsabilidad y ética empresarial* (Vol. 1). doi:<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Medina Giacomozzi, A., & Severino González, P. (2014). *Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas*. *Contabilidad y Negocios: Revista Del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 9(17), 63–72.
- Mendoza, A., & Ávila, P. (2018). *La responsabilidad social empresarial y las pymes en el Ecuador. III Congreso Virtual Internacional sobre Desafíos de las Empresas del siglo XXI abril 2018*. Recuperado de <https://www.eumed.net/actas/18/empresas/17-la-responsabilidad-social-empresarial-y-las-pymes-en-el-ecuador.pdf>

- Miralles Massanès, J. (2005). *Ética empresarial y Globalización*. Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. doi:02-12-7377
- Moderna Alimentos (2019). *Memoria de sostenibilidad*. Recuperado de https://docs.wixstatic.com/ugd/b181dd_07e2a79bfe28499f9c6c80a88bbd06f1.pdf
- Morillo, M. (Enero - Junio de 2001). *Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos*. Actualidad Contable Faces, 4.
- Naciones Unidas. (2018). *Objetivos de desarrollo sostenible*. New York, EU.: Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Nava Rosillón, M. (2009). *Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente*. Revista Venezolana de Gerencia (RVG)(48), 606-628. doi:1315-9984
- Nestlé. (2019). Nestlé en la sociedad. Recuperado de <https://www.nestle.com.ec/es/csv>
- Nowajewski Vega, F. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Tendencias*. Revista Universidad de Chile.
- OCDE et al. (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019: Desarrollo en transición*. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/g2g9ff1a-es>.
- Oficina Económica y Comercial de España en Quito. (2018). *Informe Económico y Comercial Ecuador*. Recuperado de <http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/1F469993CB3BCB90E211E5B0C1B57CF0.pdf>.
- Organización Internacional de Normalización. (2014). *Descubriendo ISO 26000*.

Guía sobre responsabilidad social, 1–8. Recuperado de http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

Organización Naciones Unidas. (17 de 04 de 2018). Naciones Unidas. Recuperado de Naciones Unidas:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Orozco, J. (Junio de 2014). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de La responsabilidad social empresarial como noción y prácticas de las empresas afiliadas a la Cámara de Industrias de Chimborazo e influencia en sus públicos 2013.: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/10109/1/Orozco_Bermeo_Jorge_Luis.pdf

Pacto Global Red Ecuador. (2017). *Trabajo decente y crecimiento económico*. Ecuador. Recuperado de <http://www.pactoglobal-ecuador.org/buenas-practicas-de-desarrollo-sostenible/trabajo-decente-y-crecimiento-economico/#USFQ>

Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., & Vidal, C. L. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador*. *Información Tecnológica*, 28(4), 93–102. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>

Parra-Sabaj, M. E. (2005). *Tesis presentada a las Facultades de Ciencias Sociales y Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile para optar por el grado de Doctora en Filosofía con Mención Epistemológica de las Ciencias Sociales*. Chile.

Pérez de Mendiguren Castresana, J. C., Etxezarreta Etxarri, E., & Guridi Aldanondo, L. (2009). Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate. *Papeles de Economía Solidaria*, 1, 13–18

- Pesendorfer L. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*. Ecuador. Corresponsables. Recuperado de <https://ecuador.corresponsables.com/actualidad/responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador>
- Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador. (2010). *Sociedad Civil en Responsabilidad Social*. Quito.
- Provefrut. (2019). *Nuestras prioridades*. Recuperado de <http://www.provefrut.com/nuestras-prioridades/comunidad/>
- Revista Ekos. (2012). *Responsabilidad Social de los grupos económicos del Ecuador*. Grupo Ekos. Recuperado de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/responsabilidad-social-de-los-grupos-economicos-del-ecuador>
- Revista Líderes. (2013). *En el Ecuador, la economía se sostiene en seis sectores*. ElComercio. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-economia-sostiene-seis-sectores.html>.
- Reyes-Mendoza, L. S., Riveron-Morales, F., & Palma-Cardona, J. (7-27 de Febrero de 2005). *CiberEduca.com*. Recuperado el 04 de Abril de 2017, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/24798/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Robles-Román, C. L. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. (M. E. Buendía – López, Ed.) Ciudad de México, México D.F, México: Red tercer milenio s.c.
- Rosero, O. (2010) *La responsabilidad social en las pymes españolas: un análisis empírico multivariante*. Revista Mundo Económico y Empresarial, 0(9), España

- Rosero, O., Pinzón, J., & Rodríguez, J. (2016). *La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Financiero*. 112-120.
- Rubio Domínguez, P.: (2007) *Manual de análisis financiero*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007a/255/
- Ruedas, M., Rios-Cabrera, M. M., & Nieves-Sequera, F. E. (Septiembre de 2009). *Epistemología de la investigación cualitativa*. Educere: Artículos Arbitrarios, 13(46), 627-635.
- Ruiz Palomino, P., & Ruiz Amaya, C. (2011). *Factores determinantes del comportamiento ético / no ético del empleado: una revisión de la literatura*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 29-45. doi:1135-2523
- Saavedra García, M. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial y las Finanzas*. Cuadernos de Administración, 27(46), 39-54. ISSN-e 2256-5078
- Santiesteban Zaldívar, E., Fuentes Frías, V., Cardeñosa, E. L., Lozada Núñez, D., & Cantero Cora, H. (2011). *Análisis de la rentabilidad económica: tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial*. La Habana: Editorial Universitaria. doi:978-959-16-1317-2
- Sarmiento del Valle, S. (2011). *La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas*. Dimensión Empresarial, 9(2), 6–15.
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2019). *Niveles Administrativos de Planificación*. Recuperado de <https://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). *Modelo de gestión financiera para una organización*. Perspectivas, 55-72. doi:1994-3733

Tschandl, M., & Zingsheim, H. P. (12 de 12 de 2004). *How to become sustainable considering ethical aspects*. Recuperado el 04 de 05 de 2019, de How to become sustainable considering ethical aspects: <http://www.ifz.at/Media/Dateien/Downloads-IFZ/Summer-Academy/Proceedings-2003/How-to-become-sustainable-considering-ethical-aspects-Tschandl-Martin-Zingsheim-Horst-Peter-How-to-become-sustainable-considering-ethical-aspects>

Van Horne, J. C. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Ed. Prentice Hall 2002. Retrieved from <http://orton.catie.ac.cr/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=SIDINA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000204>

Vance Mafla. (2017). Acuerdo Ministerial 4712: *Reglamento Funcionamiento Establecimientos Sujetos Control Sanitario*. Registro Oficial Suplemento 202 de 13-mar.-2014. Última modificación: 03-feb.-2017 Estado: Reformado, (p.3). Ministerio de Salud Pública

Vives & Peinado – Vara. (2011). *La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina*. Recuperado de <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

ANEXOS

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL
SECTOR ALIMENTICIO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Objetivo: Determinar las prácticas de responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo

Nota: La información que usted nos proporciones será usada con fines académicos y se guardará en absoluta reserva

Instrucciones:

- Lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad
- Marque con una X en una sola opción según corresponda

INFORMACIÓN GENERAL

Actividad de establecimiento:

Elaboración y conservación de frutas, legumbres	Elaboración de productos de molinería
Elaboración conservación de carne y sus derivados	Elaboración de productos de panadería
Elaboración de cereales y sus derivados	Elaboración de productos lácteos y derivados
Elaboración de hielo, bebidas no alcohólicas, etc	Otros: _____

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. Prácticas de responsabilidad social empresarial

En las siguientes preguntas, nos interesa determinar el grado en que se llevan a cabo las prácticas de Responsabilidad Social que se describen a continuación:

Por favor valore los siguientes enunciados en la siguiente escala de Likert:

1 Muy bajo	2 Bajo	3 Medio	4 Alto	5 Muy alto
------------	--------	---------	--------	------------

Nº	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	¿Cuál es el grado de conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?					
2	¿En qué grado la empresa ha definido claramente los valores que guían su accionar?					
3	¿Cuál es el grado en que se practica una competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?					
4	¿Cómo calificaría el precio de sus productos con relación a la calidad ofrecida a sus clientes?					
5	¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?					

6	¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su empresa?				
7	¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?				
8	¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyan el impacto ambiental?				
9	¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?				
10	¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?				
11	¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinadas a proyectos de vinculación con la comunidad?				
12	¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?				
13	¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos que ofrece a sus clientes y su comunidad?				
14	¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?				
15	¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?				
16	Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?				
17	¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?				
18	¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?				
19	¿Cómo calificaría el grado de información difundido a la comunidad o rendición de cuentas a la sociedad?				
20	¿En qué medida informa su organización sobre la responsabilidad social empresarial a sus socios estratégicos y a la comunidad?				

Fuente: Gómez, López & Carvajal (2017)

2. Prácticas de responsabilidad social empresarial

En las siguientes preguntas, nos interesa determinar el grado en que se llevan a cabo las prácticas de Responsabilidad Social que se describen a continuación:

Por favor valore los siguientes enunciados en la siguiente escala de Likert:

1 Escasamente	2 Poco	3 Medianamente	4 Mucho	5 Intensamente
---------------	--------	----------------	---------	----------------

Nº	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	¿En qué grado cree usted que influyen las prácticas de Responsabilidad Social en la Rentabilidad de la empresa?					
2	Utiliza los índices o estadísticas financieras para medir su rentabilidad					
3	¿La frecuencia de cálculo de la rentabilidad es determinada con una periodicidad anual?					
4	Utiliza el índice de rentabilidad económica: Utilidad antes de impuestos sobre el Activo Total					
5	Calcula el margen de utilidad bruta: Ventas menos costo de ventas					



6	Calcula el margen de utilidad operacional: utilidad bruta menos gastos de venta y administrativos					
7	Utiliza el índice de rentabilidad financiera: Utilidad operacional sobre el capital					

Fuente: Hoz Suárez (2008)

Gracias por su colaboración