

Fecha de presentación: septiembre, 2019 Fecha de aceptación: noviembre, 2019 Fecha de publicación: enero, 2020

12

Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil

Diagnosis of corporate social responsibility in SMEs of the city of Guayaquil

PhD. Otto Suárez Rodríguez¹

docenteinvestigador@uteg.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2515-7026>

Mg. Henoc Yance Acurio²

henoc_c@hotmail.es
<https://orcid.org/0000-0002-3466-1355>

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Suárez Rodríguez, O. & Yance Acurio, H. (2020). Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. Revista Mapa, 12(18), 169-184 Recuperado de <http://revistamapa.org/index.php/es>

¹ PhD en Economía, Docente-Investigador, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador

² Magíster en Administración de Empresas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

Este estudio analiza la situación actual de la práctica de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil. De forma específica se busca determinar el grado de conocimiento y el estado de implementación de las políticas de RSE mediante una metodología de investigación analítica y de campo, donde se utilizó la técnica de encuestas realizadas a una muestra de empresas pequeñas y medianas del sector comercial de la ciudad de Guayaquil. Los resultados reflejan que el conocimiento y la práctica de la RSE son bajos siendo la principal razón por la que las pymes no implementan RSE la falta de información acerca de las ventajas que estas políticas proveen, así como la falta de motivación. Como paliativo, se propone un modelo de aplicación de RSE que se adapte a la realidad de las pymes y establezca claramente la participación de todos los stakeholders o partes interesadas de la empresa.

Palabras claves: guayaquil, partes interesadas, pymes, responsabilidad social empresarial

ABSTRACT

This study analyzes the current situation of the practice of corporate social responsibility (CSR) in SMEs of the commercial sector of the city of Guayaquil. Specifically, the study seeks to determine the level of knowledge and status of implementation of CSR policies through an analytical research methodology and field work, where survey techniques were applied to a sample of firms of the commercial sector of the city of Guayaquil. Results show that the knowledge and practice of RSE are low, being the main reason why SMEs do not implement CSR the lack of information about the advantages that these policies imply, as well as the lack of motivation. As a palliative, a model for the application of CSR is proposed which adapts to the reality of SMEs and clearly establishes the participation of all the stakeholders of the firms.

Key Words: guayaquil, stakeholders, SMEs, corporate social responsibility

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) en la actualidad está al alcance de todas las empresas sin importar el tamaño, aunque hay una mayor tendencia a la utilización por parte de las grandes empresas y corporaciones, muchas de las cuales han incorporado la RSE como parte de las estrategias empresariales, lo que les ha permitido involucrarse dinámicamente con los stakeholders³ y con la sociedad en general. En el caso de las pymes, la adopción de prácticas de RSE ha sido más limitada, uno de los sectores empresariales más representativos y dinámicos del movimiento comercial a nivel mundial, en lo cual pueden incidir factores como el desconocimiento, la desinformación, escasez de recursos, entre otros (De Miguel Corrales, 2011).

En efecto, la importancia de las pymes para la economía real es inmensa, especialmente en las áreas periféricas, donde a menudo desempeñan un papel crítico en la vida de la comunidad. Encontrar formas de inyectar vitalidad a las pequeñas empresas es claramente una alta prioridad para las economías industriales que buscan superar el lento crecimiento de los últimos años. Cada empresa debe adoptar estrategias adecuadas para el sector y adaptarlas a las propias circunstancias. En este escenario, la responsabilidad social corporativa tiene un papel importante que desempeñar en dicha reforma impulsada por el sector privado.

³ El término inglés stakeholders es el usual para referirse a todas las partes interesadas de una empresa (accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad en general).

Países que, como el Ecuador centran la actividad productiva y comercial alrededor del sector privado y en particular las pymes, tienen la oportunidad de tomar decisiones respecto a la RSE en forma autónoma y auténtica por los vínculos ineludibles a la comunidad y al territorio, lo cual puede significar una gran ventaja respecto a las grandes empresas y corporaciones.

No obstante, la RSE como modelo de gestión de las empresas aún no tiene una amplia aplicación en el ámbito empresarial ecuatoriano, excepto por ciertas multinacionales, grandes empresas exportadoras y alguno que otro caso puntual de empresas nacionales (Villacís, Suárez y Güillín, 2016). De hecho, existen algunas empresas que tienen prácticas asimilables a la responsabilidad social pero más como parte de la cultura empresarial y valores organizacionales, antes que a una verdadera introspección del concepto en la gestión estratégica de la empresa (Torresano, 2012).

De ahí que surge el interés por determinar el grado de compenetración en la conceptualización y práctica de la responsabilidad social de las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil y el enfoque evolutivo hacia la RSE.

El concepto de la responsabilidad social

La responsabilidad social normalmente se la relaciona con términos como buen gobierno corporativo, ética empresarial, código de conducta, desarrollo sostenible, entre otros. Tales conceptos cubren una gran variedad de iniciativas, por lo que no existe una definición universal, aunque sí muchas definiciones.

Howard Bowen, citado por Moon & Vogel (2008, 304), a menudo considerado el padre de la RSE, definió la responsabilidad social del empresario como las obligaciones que éste tiene para aplicar aquellas políticas, tomar aquellas decisiones o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad.

Una de las definiciones más aceptadas es la de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), que define la RSE como "la integración voluntaria, de la mano de las empresas, de las cuestiones sociales y ambientales en las transacciones comerciales y la relación con los interlocutores". A pesar de esta definición, la RSE es un concepto extremadamente complejo y muy difícil de usar en el entorno corporativo, por esta razón, generalmente se define como un concepto multidimensional que consta de las siguientes dimensiones:

Dimensión económica: se refiere al desarrollo de empresas mediante la gestión ética del negocio, y también se refiere al cumplimiento de leyes y códigos de buen gobierno. Luego, implica el desarrollo de una práctica empresarial honesta. Ofrecer productos seguros y de buena calidad mediante la innovación y la mejora de los procesos de producción.

Dimensión social: en esta dimensión incluimos las siguientes prácticas: contratación de personas en peligro de exclusión social, mejora del nivel de vida de los empleados, participación en la creación de empleo, fomento del desarrollo profesional del personal, mantenimiento y mejoramiento del nivel de vida de las personas y apoyo social. De la misma manera, la dimensión social se refiere a ayudar al personal a conciliar su vida profesional y social, a protegerlos en materia de salud y seguridad laboral, y a evitar la discriminación y la violación de los derechos humanos (Carrau Criado, 2016).

Dimensión ambiental: se refiere al impacto que las empresas pueden tener con las acciones sobre la naturaleza, los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua (Cabeza García, Sacristán Navarro, & Gómez Ansón, 2014). En este sentido se puede señalar que la ecoeficiencia y la información ambiental de la empresa determinan el nivel de implicación y respeto al medio ambiente.

Como se indicó previamente, en muchos casos las pymes, aunque tienen limitaciones en términos de recursos (financieros, humanos, etc.) y, en consecuencia, presentan cierta resistencia a adoptar medidas de RSE, también tienen numerosas ventajas. En

particular, las pymes tienen una mayor flexibilidad cuando tienen que cumplir los requisitos de los clientes, tienen una mayor participación en nombre del personal en relación con el progreso de la empresa, y también dan mayor énfasis a las relaciones personales, más si se considera que un alto porcentaje de las pymes son empresas familiares⁴. Además, como no han desarrollado estructuras formales, son menos complejas y las hace más basadas en relaciones personales que las grandes empresas.

En la práctica, para que la RSE sea efectiva debe adoptarse como una estrategia gerencial que permita involucrar dinámicamente a las empresas con la sociedad. Una empresa que adelanta iniciativas sociales puede ser vista por los actores de la sociedad como una organización que se comporta responsable y éticamente (Guzmán, 2006). La gestión de la RSE, se ha llegado a convertir en una herramienta que genera beneficios tangibles e intangibles a todos los stakeholders y al medio donde se desenvuelve la empresa.

Con la responsabilidad social, las organizaciones asumen la responsabilidad del impacto de las actividades en los clientes, empleados, accionistas, comunidades y el medio ambiente en todos los aspectos de las operaciones. Este esfuerzo se extiende más allá de simplemente obedecer las leyes locales, ya que las organizaciones voluntariamente toman medidas para mejorar la calidad de vida de los empleados y las familias, así como de la sociedad en general. La RSE a veces se llama "ciudadanía corporativa", lo que significa que una empresa debe ser un buen vecino de las comunidades afectadas por su presencia (Vargas Forero, 2011).

Existen razones convincentes por las cuales las empresas deberían participar en algún tipo de esfuerzo dirigido principalmente al bienestar social. Los defensores de la RSE han utilizado cuatro argumentos para presentar el caso: obligación moral, sostenibilidad,

⁴ En el Ecuador el 77% de las empresas más grandes son familiares y si se incluye a las pequeñas y medianas empresas (pymes) esa cifra alcanza el 95% (Chang, 2012).

licencia para operar y reputación, aspectos desarrollados más ampliamente en la revisión realizada por Lizcano-Prada & Lombana (2018).

La *obligación moral* significa que las partes interesadas de un número creciente de empresas están satisfechas solo cuando la empresa equilibra el impacto del negocio con prácticas socialmente responsables.

La *sostenibilidad* implica satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras. Se puede lograr un progreso sustancial si se invierte en soluciones que sean social, ambiental y financieramente sostenibles.

Además, la propia *licencia para operar* y los contratos cruciales en sí mismos, con los gobiernos y otras entidades, podrían estar condicionados a dicha obligación.

Finalmente, las iniciativas de RSE pueden ser respaldadas debido al impacto de la *reputación*, con el argumento de que mejorarán la imagen de una empresa e incluso aumentarán el valor de las acciones (Porter & Kramer, 2006). Ejemplos de tales beneficios de reputación incluyen una mayor clientela, la capacidad de cobrar precios superiores y la retención de trabajadores más productivos. Las empresas tienden a gestionar los riesgos para la reputación y marca en un modo reactivo, solo lidiando con eventos de crisis después de que suceden. Las compañías confrontadas con amenazas de boicot, como lo fue Nike en la década de 1990, o con la amenaza de demandas de alto perfil, como en el caso de McDonald's por problemas de obesidad, también pueden ver la RSE como una estrategia para presentar una cara más amigable al público (Doane, 2005).

La creciente presión por las actividades de RSE en el clima cada vez más socialmente consciente de los países desarrollados ha resultado en un aumento sustancial de la inversión en tales actividades en dichos países.

Las corporaciones crean impactos sociales y sociales, tanto positivos como negativos a través de las operaciones diarias de la cadena de valor. Las corporaciones y las sociedades en las que operan ya están entrelazadas. Las sociedades necesitan corporaciones para dar a las personas empleos e infraestructuras, y las corporaciones necesitan sociedades saludables para proporcionar una fuerza laboral capaz. Aunque la sociedad mira en muchos casos al mundo corporativo en lugar de al gobierno para la provisión de empleo e infraestructura (sin mencionar los bienes y servicios), es solo una sociedad saludable la que puede crear el tipo de trabajadores productivos que toda corporación busca contratar.

Las empresas existen para crear prosperidad. La sociedad a la vez decide qué límites imponer sobre el comportamiento de las empresas, y por eso se tienen leyes para proteger el bien común. La mayor parte del mundo ha alcanzado la etapa en la que existen buenas leyes, pero existe una aplicación deficiente de esas leyes. La aplicación deficiente tiene las raíces en la corrupción y las instituciones débiles, y la mala gobernanza perpetúa la pobreza. Los programas de responsabilidad social corporativa intentan cerrar la brecha entre las leyes vigentes y las no vigentes, y los fundamentos básicos de las buenas prácticas comerciales, como la obediencia a las leyes locales, la evitación de prácticas de explotación y la total transparencia.

Por ejemplo, Nestlé ha declarado que la verdadera prueba de un negocio es si crea valor para la sociedad a largo plazo. Debido a que gran parte del negocio de Nestlé se lleva a cabo en países en desarrollo, necesitan mejorar las condiciones comerciales, mejorar las capacidades de los agricultores, crear una fuerza laboral calificada y desarrollar estándares mejorados para operar de manera efectiva (Nestlé, 2006). Este ejemplo demuestra que el bienestar de la sociedad y el medio ambiente no es responsabilidad exclusiva de los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales; de hecho, las corporaciones a menudo pueden ser más efectivas para promover un cambio social duradero. La buena RSE no se trata tanto de priorizar el medio ambiente sobre los

intereses de los accionistas como de resolver los problemas ambientales de una manera que sirva a los intereses de los accionistas.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la presente investigación es de tipo descriptivo ya que detalla y explica el nivel de conocimiento e implementación de la RSE, así como las motivaciones detrás de la no implementación.

El enfoque utilizado es cuantitativo por cuanto las variables de estudio relacionadas con el conocimiento, percepción y motivaciones detrás de la RSE son expresadas numéricamente. Al aplicar este enfoque, se pueden describir estadísticamente los resultados para extraer información de las empresas participantes en el estudio y en base a esos resultados, conocer el estado actual de la práctica de la RSE en las pymes de Guayaquil.

La unidad de análisis de este estudio está conformada por las pymes del sector comercial de la ciudad de Guayaquil. En un estudio realizado por Peña & Vega (2017) sobre la estructura de las pymes ecuatorianas, reportaron un total de 32.899 pymes al 2016 en el Ecuador, en base a datos obtenidos del SRI, de este total determinaron que el 33% corresponde a pymes del sector comercio y que aproximadamente el 40% de las pymes están ubicadas en Guayaquil. Esto daría un estimado de 4.343 pymes pertenecientes al sector comercial en Guayaquil, lo cual conformaría la población de estudio.

En base a este dato, se estimó una muestra probabilística de 353 empresas, con un nivel de confianza del 95%, probabilidad de éxito del 50% y un margen de error del 5%.

La técnica investigativa utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario compuesto por seis preguntas en las que se evaluó el grado de conocimiento de la responsabilidad social empresarial por parte de los empresarios, además de la incorporación de las políticas total o parcialmente dentro de las estrategias de las empresas estudiadas, la influencia que tiene conocer los beneficios

de adoptar este sistema en la decisión de aplicarlo o no y la causa principal por la que no han aplicado este mecanismo.

Las empresas se seleccionaron de las bases de datos públicos de la Superintendencia de Compañías y los cuestionarios se enviaron por correo electrónico, donde se explicó las motivaciones de la investigación, además del anonimato con el que se manejaría la información, para que los respondientes puedan acceder voluntariamente a contestar el cuestionario. Se puso énfasis además que las respuestas sean suministradas por el gerente, propietario o quien conozca o maneje el tema dentro de la empresa.

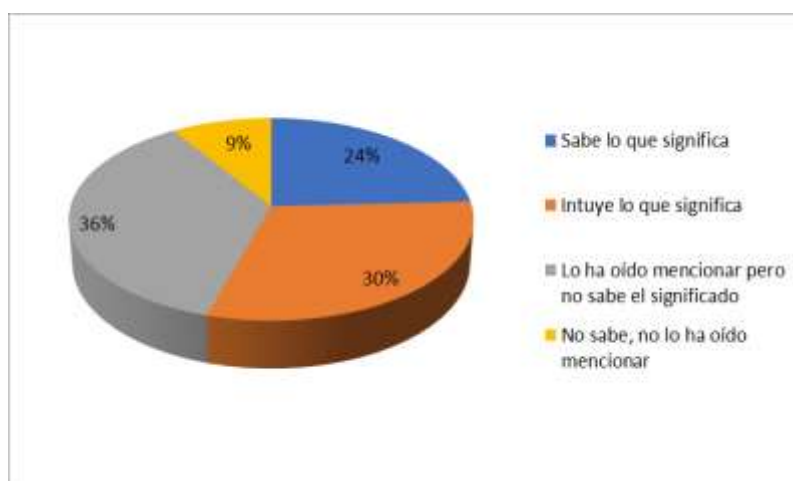
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos de las encuestas realizadas, mediante el uso de gráficas elaboradas por los autores.

En cuanto al grado de conocimiento sobre RSE, la figura 1 muestra los resultados.

Figura 1

Grado de conocimiento sobre RSE



Nota. El gráfico representa el grado de conocimiento sobre RSE, datos como resultados de la investigación 2020

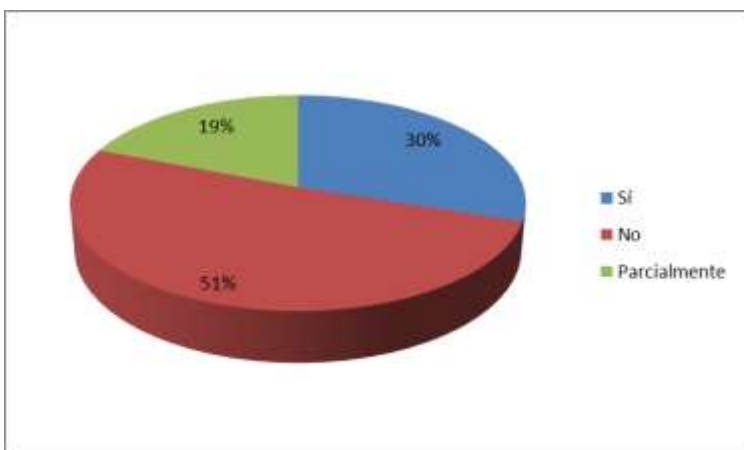
El 36% de los encuestados respondió que ha oído mencionar sobre la RSE, pero no conoce su significado. Hubo un 30% que respondió que intuye lo que significa. Tan solo el 24% de los seleccionados respondió que conoce en su totalidad el significado y el 9% dijo que no han oído mencionar sobre el tema.

Es bueno saber que solo una pequeña parte de los encuestados no han oído nunca sobre el término, aunque en la actualidad no debería de existir persona alguna que no haya escuchado sobre RSE.

En lo que respecta a la incorporación de la RSE dentro de la gestión empresarial, esta pregunta hace alusión a la puesta en práctica de las políticas de RSE, las respuestas se ilustran en la figura 2.

Figura 2

Nivel de incorporación de RSE



Nota. El gráfico representa el grado de nivel de incorporación de RSE, datos como resultados de la investigación 2020

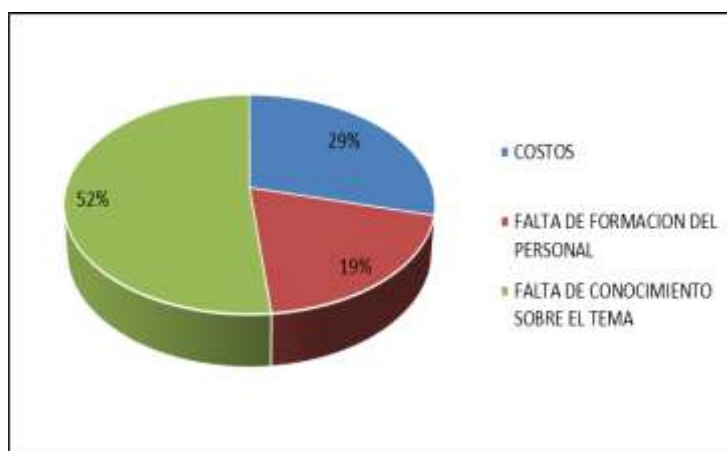
El 51% respondió que no tienen incorporadas las políticas de responsabilidad social empresarial, el 19% respondió que parcialmente y el 30% respondió que sí tienen incorporadas las políticas de responsabilidad social. Estos resultados permiten intuir que existe un bajo nivel de práctica de RSE en Guayaquil.

Existe una relación entre este resultado y el anterior, ya que las participantes que respondieron que no conocen sobre la RSE, no tienen aplicadas las políticas y los que respondieron que intuyen el significado y que sí saben lo que es RSE pertenecen al grupo que respondió que sí la practican total y parcialmente.

Con relación a los motivos por los cuales no se aplica la RSE, la figura 3 muestra los resultados obtenidos.

Figura 3:

Principales motivos de no aplicar RSE



Nota. El gráfico representa el grado de los principales motivos de no aplicar RSE, datos como resultados de la investigación 2020

El 52% de los encuestados respondió que no tienen incorporadas en la totalidad las políticas de responsabilidad social empresarial porque no poseen conocimiento sobre el tema, el 29% respondió que es por los costos y el 19% respondió que la causa es la falta de formación del personal. Según este resultado, la causa principal por la que las empresas del sector privado de Guayaquil no aplican responsabilidad social en la estructura es porque no poseen conocimiento suficiente sobre el tema, y, por lo tanto, tampoco conocen de sus beneficios. Este resultado corrobora lo concluido por Acosta, Lovato, & Buñay (2018).

Precisamente por este aspecto, en la encuesta se dio a conocer a los participantes los beneficios que implica implementar RSE en las empresas, para seguidamente preguntarles sobre la disposición a incorporar en la totalidad políticas de Responsabilidad Social Empresarial, obviamente esta pregunta no aplicó a aquellas pymes que ya las tienen incorporadas. El 100% respondió que sí estarían dispuestos a incorporar en la totalidad políticas de RSE en su empresa después de conocer los beneficios.

El bajo nivel de participación de las pymes de Guayaquil en RSE no es de sorprender. Este hallazgo es consistente con otros estudios como Torresano (2012) y Suárez & Burgos (2018), donde, además de encontrar bajos niveles de participación de las pymes, en muchos casos la práctica responde más a un relacionamiento inherente con los stakeholders antes que a un esfuerzo formal, concertado y sistemático.

El trasfondo radica en que en el Ecuador no se ha tratado el tema con la relevancia que posee, sino que se lo ha dejado a un lado se espera por la voluntad de cada empresario. Es cierto que es una acción voluntaria, pero también deben existir propuestas e incentivos por parte del Gobierno para que se practique más ampliamente.

Por otro lado, todos los participantes respondieron que después de conocer los beneficios y el concepto de RSE, están dispuestos a formar parte de esta acción y aplicar las políticas, esto comprueba la hipótesis de que el grado de conocimiento de la RSE sí incide en llevar a cabo en la totalidad esta acción.

Debe quedar claro que la RSE va más allá de donaciones a las personas más desfavorecidas y de acciones sociales a la comunidad, más bien, es una acción que permite que ganen ambas partes, ya que la empresa al formar parte de ella, adquiere prestigio y fidelidad de los clientes, lo que permite que la posición competitiva se fortalezca. El concepto de filantropía y de acción social muchas veces se confunde con RSE y se piensa que son sinónimos, lo cual no es así.

Por otro lado, un 29% de los encuestados respondió que no practican la RSE por una cuestión de costos. Es verdad que es un sistema en el que debe existir una inversión, pero también es cierto que si uno sólo busca las ganancias podría estar en riesgo en todo momento. Si las empresas practican la RSE en el sentido amplio del concepto, las ganancias y la rentabilidad serán el resultado del compromiso hacia todos y la sociedad, serán la recompensa del compromiso social.

CONCLUSIONES

Este estudio ha demostrado el bajo nivel de la práctica de la RSE en las pymes comerciales de la ciudad de Guayaquil, lo cual como se explicó está acorde con otros estudios similares realizados a nivel nacional o en otras locaciones. La tendencia sigue manifiesta en que son las empresas grandes, corporaciones y multinacionales las que mantienen el liderato en cuanto a la aplicación de RSE como parte de las estrategias empresariales.

Uno de los aspectos clave del diagnóstico fue determinar cuáles son los motivos por los cuales las pymes comerciales tienden a no implementar políticas de responsabilidad social empresarial, en base a los resultados se concluye que la principal razón por la que las pymes no implementan RSE es debido a la falta de información acerca de las ventajas que estas políticas proveen y falta de motivación para invertir en esto. Por tanto, resulta importante que se realicen campañas que hagan conciencia en las empresas sobre la importancia de la RSE por todos los beneficios que esta involucra.

Dada la apertura que tendría la RSE entre las pymes se conoce los beneficios de la misma, sería procedente diseñar un modelo de aplicación de estrategias de responsabilidad social como guía para la implementación de las mismas por parte de las pymes; el mismo que como mínimo debe identificar las partes interesadas, comprender el motivo de la participación de las partes interesadas, planificar el proceso de compromiso, iniciar el diálogo y mantener el diálogo y garantizar el cumplimiento de los compromisos.

Este modelo se debe complementar con una estrategia de integración a los procesos de responsabilidad social empresarial al personal, proveedores y clientes de la empresa, de manera que se concluye que una estrategia de RSE brinda a las empresas la oportunidad de mostrar el rostro humano. Dicha estrategia requiere la participación en un diálogo abierto y asociaciones constructivas con los gobiernos en varios niveles, organizaciones intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales, otros elementos de la sociedad civil y, en particular, las comunidades locales. Al implementar una estrategia de RSE, las empresas deben reconocer y respetar las diferencias locales y culturales, al tiempo que mantienen estándares y políticas globales altas y consistentes; y ser receptivo a las diferencias locales significa tomar iniciativas específicas.

Además, como lo señalaron en su momento Porter y Kramer (2006), "cuanto más estrechamente relacionada esté una cuestión social con el negocio de una empresa, mayor será la oportunidad de aprovechar los recursos de la empresa y beneficiar a la sociedad".

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, vol. 15, núm. 2, 2018.
- Cabeza García, L., Sacristán Navarro, M., & Gómez Ansón, S. (2014). Propiedad familiar, control y efecto generación y RSC. *Revista de Empresa Familiar*, 4(1), 9-20.
- Carrau Criado, R. (2016). *Compliance para PYMES*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Chang, V.E. (2012). *La sucesión exitosa de un grupo empresario familiar a la futura generación a través de un modelo de dirección estratégica caso: Grupo Calderón*. Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, 18.07.2001; documento COM, Bruselas.

- De Miguel Corrales, M.L. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa*. Proyecto IMPULSA RSE-PYME. Avilés, España.
<http://www.foroempresarias.com/userfiles/archivos/Documentaci%C3%B3n/Gu%C3%ADa%20RSE%20PYME%20DEFINITIVA.pdf>
- Doane, D. (2005). The myth of CSR. *Stanford Social Innovation Review*, Fall 2005.
- Guzmán, M.G. (2006). *Responsabilidad social y ética empresarial*.
<http://gerenteces.blogspot.mx/2006/03/responsabilidad-social-y-etica.html>.
- Lizcano-Prada, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, vol. 18, núm. 34, 2018.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1002/100258345010/html/index.html>
- Moon, J. & Vogel, D. (2008). Corporate Social Responsibility, Government, and Civil Society. En *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Cap. 13. Oxford University Press.
- Nestlé (2006). *El concepto de responsabilidad social corporativa de Nestlé*. Foundation Strategy Group and Nestlé Public Affairs, Ginebra.
- Peña, M.J., & Vega, N.E. (2017). Estructura de las pymes en la economía ecuatoriana. *Revista Sur Academi*, N° 8, Vol 1 - julio 2018, 30-34.
- Porter, E., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, diciembre 2006.
- Suárez, O., & Burgos, B. (2018). Percepción y práctica de la responsabilidad social empresarial: el caso de las pymes de Salinas, Santa Elena. *Estudios de la Gestión: Revista internacional de administración*, No. 3 (enero-junio de 2018), 29-49.
- Torresano, M. (2012). *Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador*. Fundación Avina, Cooperación Alemana al Desarrollo GIZ e IDE Business School, Quito.
- Vargas Forero, G.A. (2011). Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo. *Cuad. admon.ser.organ.*, 24 (43): 177-191, julio-diciembre de 2011.

Villacís, C.A., Suárez, Y.F. y Güillín, X.M. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando* 3(8): 452-466.