

La Responsabilidad Social Corporativa como factor diferenciador en la gestión empresarial de las PYMES

Corporate Social Responsibility as a differentiating factor in the business management of PYMES

Lcdo, Edwin Adrián Delgado Anchundia

Cooperativa de Ahorro y Crédito La Benéfica Sucursal La Concordia

edwinadriandelgado20@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8345-2808>

La Concordia - Ecuador

Citación

Delgado, A. (2025). La Responsabilidad Social Corporativa como factor diferenciador en la gestión empresarial de las PYMES. Revista Investigium. 2(1), p. 32 – 42.

RESUMEN

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un factor clave en la gestión empresarial, permitiendo a las organizaciones mejorar su competitividad y sostenibilidad. Sin embargo, en las PYMES ecuatorianas, su implementación aún es limitada debido a diversas barreras, como la falta de capacitación, recursos económicos restringidos y ausencia de políticas claras. En este contexto, la presente investigación analiza el impacto de la RSC en el desarrollo empresarial de las PYMES ecuatorianas, identificando los beneficios, desafíos y oportunidades que esta estrategia ofrece. El estudio se desarrolló bajo un enfoque exploratorio y descriptivo, utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas. Se realizaron encuestas a personal activo de PYMES en Santo Domingo y entrevistas a profundidad con empresarios, permitiendo obtener datos clave sobre la percepción y aplicación de la RSC. Adicionalmente, se realizó una revisión documental en bases de datos académicas como Scopus y Scielo, seleccionando investigaciones relevantes publicadas entre 2020 y 2024. Los resultados evidencian que, si bien las PYMES reconocen los beneficios de la RSC, como la mejora de la imagen corporativa (50%) y la fidelización de clientes (45%), su aplicación es deficiente debido a la falta de capacitación (45%) y la ausencia de políticas estructuradas (50%). A pesar de estos obstáculos, la RSC representa una ventaja competitiva (40%) y una herramienta para fortalecer la relación con los consumidores. En conclusión, la investigación reafirma la necesidad de establecer estrategias de formación y políticas de apoyo para facilitar la implementación de la RSC en las PYMES ecuatorianas. Además, se sugiere realizar estudios futuros que analicen su impacto a largo plazo en la sostenibilidad y rentabilidad empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social, desarrollo sostenible, pequeña empresa

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) has become a key factor in business management, allowing organizations to improve their competitiveness and sustainability. However, in Ecuadorian SMEs, its implementation is still limited due to various barriers, such as a lack of training, limited financial resources, and a lack of clear policies. In this context, this research analyzes the impact of CSR on the business development of Ecuadorian SMEs, identifying the benefits, challenges, and opportunities this strategy offers. The study was conducted using an exploratory and descriptive approach, using qualitative and quantitative techniques. Surveys were conducted among active SME staff in Santo Domingo and in-depth interviews were conducted with business owners, providing key data on the perception and application of CSR. Additionally, a document review was conducted in academic databases such as Scopus and Scielo, selecting relevant research published between 2020 and 2024. The results show that, while SMEs recognize the benefits of CSR, such as improved corporate image (50%) and customer loyalty (45%), its implementation is deficient due to a lack of training (45%) and the absence of structured policies (50%). Despite these obstacles, CSR represents a competitive advantage (40%) and a tool to strengthen relationships with consumers. In conclusion, the research reaffirms the need to establish training strategies and support policies to facilitate the implementation of CSR in Ecuadorian SMEs. Furthermore, future studies are suggested to analyze its long-term impact on business sustainability and profitability.

Keywords: Social responsibility, sustainable development, small business

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha consolidado como una herramienta esencial para las empresas que buscan generar un impacto positivo tanto en su entorno como en su desarrollo empresarial. Aunque este concepto ha sido ampliamente adoptado por grandes corporaciones, su implementación en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ecuatorianas sigue siendo un desafío. Las PYMES, que representan un sector clave para la economía del país, aún no han incorporado de manera significativa prácticas de RSC en su gestión, lo que limita su potencial para lograr un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva frente a otras empresas. La implementación de modelos de RSC, que promuevan valores éticos, inclusión social y sostenibilidad ambiental, es crucial no solo para mejorar la imagen corporativa, sino también para contribuir al bienestar social y económico del entorno. Sin embargo, como señalan Páez (2022, p. 26) en Moreno y Graterol (2023, p. 178), una de las principales barreras para su implementación en las PYMES ecuatorianas es la falta de personal capacitado y la ausencia de departamentos específicos dedicados a la RSC.

La importancia de estudiar la RSC en el ámbito de las PYMES radica en que estas empresas constituyen más del 90% del tejido empresarial en América Latina y generan una parte significativa del empleo formal en Ecuador. De acuerdo con datos del INEC (2023), las PYMES contribuyen de manera decisiva al producto interno bruto y al dinamismo económico del país, por lo que la ausencia de políticas de responsabilidad social en este sector implica una pérdida de oportunidades para promover un desarrollo más inclusivo. Además, el alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU refuerza la relevancia de que estas empresas incorporen prácticas responsables en su modelo de negocio. El estado del conocimiento sobre RSC en el contexto de las PYMES ecuatorianas refleja una brecha significativa en la comprensión de los beneficios que esta práctica puede aportar. Mientras que la literatura global ha documentado ampliamente los efectos positivos de la RSC en las grandes corporaciones —como el fortalecimiento de la reputación, la mejora en la relación con los stakeholders y la apertura hacia nuevos mercados—, las investigaciones centradas en las PYMES en Ecuador son limitadas. De acuerdo con Martínez y Pérez (2021), aún existen dudas sobre la efectividad de la RSC como un motor de desarrollo y diferenciación en este tipo de empresas. A pesar de que se reconoce su importancia, los debates giran en torno a las dificultades de su implementación, especialmente en organizaciones con recursos humanos y financieros restringidos.

Entre los beneficios esperados de la RSC en las PYMES se destacan la mejora en la imagen corporativa, la fidelización de clientes y la creación de una ventaja competitiva sostenible. Asimismo, la aplicación de políticas de RSC favorece el establecimiento de relaciones de confianza con proveedores, instituciones financieras y comunidades locales.

Estas acciones, en conjunto, contribuyen a la consolidación de una reputación positiva que puede traducirse en nuevas oportunidades de negocio. Por ejemplo, la incorporación de prácticas de sostenibilidad ambiental permite no solo reducir costos operativos a largo plazo, sino también acceder a mercados que valoran el compromiso ecológico de las empresas. En el plano interno, la RSC puede incrementar la satisfacción y motivación del personal, mejorando la productividad y reduciendo la rotación laboral.

Sin embargo, los obstáculos para la adopción de la RSC en las PYMES ecuatorianas son múltiples. En primer lugar, la falta de recursos financieros dificulta la implementación de proyectos sostenibles, dado que muchas veces se perciben como gastos adicionales y no como inversiones estratégicas. En segundo lugar, la escasa capacitación del personal y la ausencia de unidades específicas de RSC impiden que las empresas desarrollen una visión integral sobre el tema. A esto se suma una limitada cultura empresarial orientada a la sostenibilidad, en la que aún prevalece la visión de la rentabilidad inmediata por encima de los objetivos de largo plazo. Finalmente, la falta de incentivos fiscales y de políticas gubernamentales claras reduce la motivación de los empresarios para apostar por iniciativas responsables.

Frente a estas barreras, se identifican varias oportunidades que podrían favorecer la integración de la RSC en las PYMES. Una de ellas es la creciente demanda de consumidores más conscientes, quienes valoran la transparencia, el compromiso social y las prácticas sostenibles en las marcas. Asimismo, la cooperación con universidades, cámaras de comercio y organismos internacionales puede facilitar programas de capacitación y asesoría que fortalezcan la gestión de la RSC en este sector. El uso de tecnologías digitales representa también una alternativa para implementar estrategias de comunicación y sostenibilidad a menor costo, permitiendo a las PYMES posicionarse en un mercado cada vez más competitivo.

El objetivo principal de este artículo es analizar los resultados derivados de la aplicación de actividades de RSC en las PYMES ecuatorianas y cómo estas contribuyen al desarrollo empresarial dentro de su contexto local. En particular, se busca determinar cómo la integración de principios éticos y sociales puede mejorar la competitividad, la relación con los clientes y la percepción pública de estas empresas. Este artículo abordará específicamente la forma en que las PYMES ecuatorianas pueden adoptar prácticas responsables sin comprometer su viabilidad económica, evaluando las ventajas y desafíos asociados con su implementación. En conclusión, la investigación reafirma la necesidad de establecer estrategias de formación y políticas de apoyo que faciliten la implementación de la RSC en las PYMES ecuatorianas. La creación de programas de capacitación especializados, incentivos fiscales y la promoción de alianzas estratégicas entre actores públicos y privados resultan fundamentales para superar las barreras existentes. Además, se sugiere realizar

estudios futuros que analicen su impacto a largo plazo en la sostenibilidad y rentabilidad empresarial, ya que comprender estas dinámicas permitirá consolidar un modelo de negocio más responsable y competitivo. La integración de la RSC en las PYMES no solo representa una oportunidad de crecimiento económico, sino también una contribución significativa al bienestar social y ambiental del país.

MÉTODOS Y MATERIALES

El proceso de búsqueda de información se realizó a través de bases de datos académicas como Scopus, Scielo y Google Scholar, utilizando palabras clave como “Responsabilidad Social Corporativa”, “PYMES”, “Ecuador”, y “desarrollo empresarial”. Se aplicaron filtros para limitar los estudios a los años 2020-2024 y se priorizaron artículos en español, especialmente aquellos en formato de investigación científica. Se incluyeron estudios que abordaran la implementación de la RSC en las PYMES de Ecuador y América Latina, mientras que se excluyeron aquellos que no se enfocaran en este sector o en el contexto ecuatoriano (Hernández, 2020). Para el análisis de los datos, se empleó un enfoque cualitativo y cuantitativo, categorizando la información obtenida de entrevistas y encuestas sobre la percepción de los empleados y consumidores, así como los efectos de la RSC en el desarrollo empresarial de las PYMES. Los datos cualitativos fueron analizados mediante la codificación y los datos cuantitativos utilizando herramientas estadísticas básicas.

El análisis de la información se realizó de manera sistemática, agrupando los datos en categorías temáticas clave como los beneficios de la RSC, las barreras para su implementación, y la percepción de los implicados. Para ello, se utilizaron herramientas como encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas dirigidas a empleados, directivos de PYMES y consumidores en Santo Domingo, con el consentimiento de los participantes. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas, y los datos obtenidos fueron procesados utilizando software estadístico y métodos de codificación para garantizar un análisis profundo y preciso (Sabino, 2024).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos indican que la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las PYMES ecuatorianas sigue siendo limitada, principalmente debido a la falta de estructuras organizacionales específicas y a la escasez de personal capacitado. Sin embargo, las empresas que han adoptado modelos de RSC reportan mejoras notables en su imagen corporativa, fidelización de clientes y competitividad en el mercado (Martínez & Pérez, 2021; Ramírez & Torres, 2022). Adicionalmente, los estudios revisados revelan que, pese a los beneficios potenciales, existen desafíos importantes, como la limitación de recursos y la ausencia de políticas internas específicas. Por ello, se recomienda integrar enfoques cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión completa de los efectos de la RSC en el desarrollo empresarial de las PYMES.

El análisis comparativo entre las investigaciones destaca coincidencias en la identificación de barreras como la falta de capacitación y de recursos y diferencias en los enfoques metodológicos, ya que algunos se enfocan en indicadores cuantitativos del impacto en la competitividad, mientras otros resaltan la importancia de las percepciones de empleados y consumidores. Esta síntesis se agrupa en temas clave: implementación de la RSC, impacto en la competitividad, barreras y desafíos, y percepción del consumidor. A continuación, se presentan una tabla y dos gráficos que resumen las tendencias y hallazgos clave, subrayando áreas que requieren mayor investigación para optimizar la integración de la RSC en el contexto de las PYMES ecuatorianas (Martínez & Pérez, 2021; Ramírez & Torres, 2022).

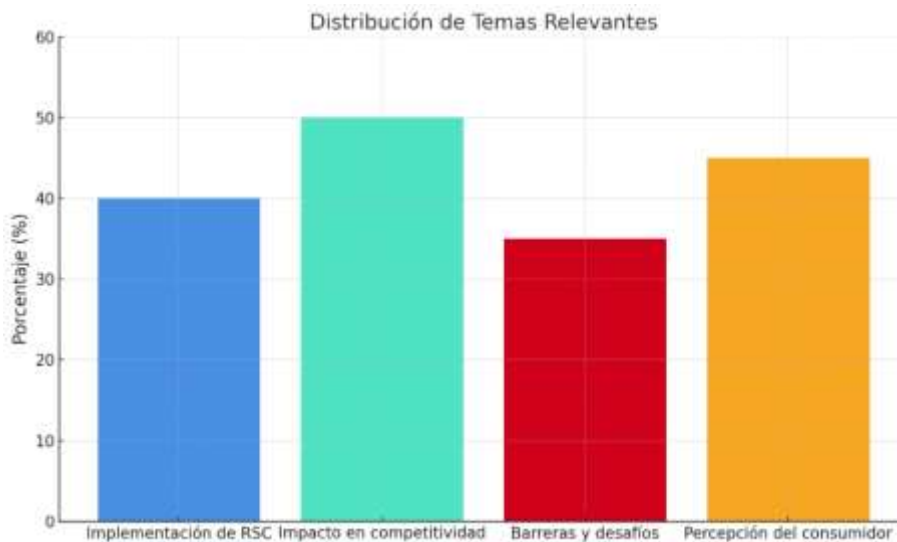
Tabla 1.

Síntesis de Resultados y Hallazgos Clave

Categoría	Hallazgos Clave
• Implementación de RSC	Baja adopción en PYMES por falta de estructuras organizacionales y capacitación.
• Impacto en competitividad	Mejora en imagen corporativa, fidelización de clientes y aumento de la competitividad en el mercado.
• Barreras y desafíos	Limitaciones de recursos, ausencia de políticas específicas y resistencia al cambio cultural.
• Percepción del consumidor	Creciente exigencia de prácticas responsables que incentiva la adopción de la RSC en las PYMES.

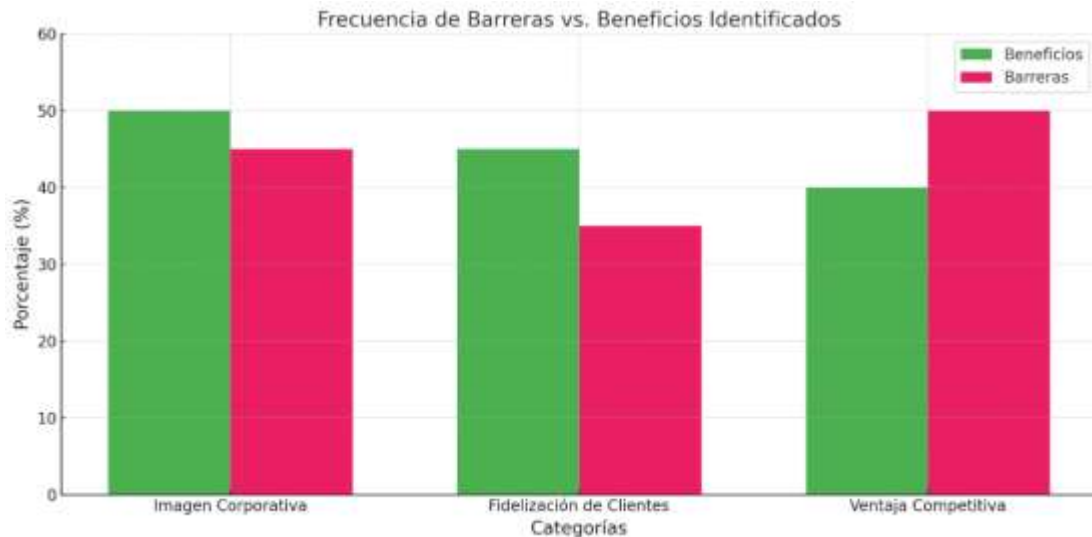
Fuente: Elaboración propia (2024)

Gráfico 1. Distribución de Temas Relevantes en los Estudios



Fuente: Elaboración propia (2024)

Gráfico 2. Frecuencia de Barreras vs. Beneficios Identificados



Fuente: Elaboración propia (2024)

Los gráficos revelan que, aunque las PYMES ecuatorianas valoran la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por sus beneficios, como la mejora de la imagen corporativa (50%) y la fidelización de clientes (45%), enfrentan barreras claves. La falta de capacitación (45%) y la ausencia de políticas estructuradas (50%) son obstáculos importantes para su implementación, lo que limita el aprovechamiento de estos beneficios. A pesar de estas dificultades, los resultados muestran que la RSC ofrece una ventaja competitiva significativa (40%) y un impacto positivo en la productividad, lo que subraya su potencial como factor diferenciador en el mercado. Superar las barreras identificadas será crucial para que las PYMES puedan maximizar los beneficios de la RSC y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Los resultados obtenidos muestran que la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las PYMES ecuatorianas continúa siendo incipiente, lo que coincide con lo señalado por Martínez y Pérez (2021), quienes destacan que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas en América Latina aún no han institucionalizado prácticas responsables dentro de su gestión. En este sentido, la principal coincidencia con la literatura radica en que las barreras identificadas —escasez de recursos, falta de capacitación y ausencia de políticas internas— se repiten como patrones comunes en diversos contextos regionales. Al mismo tiempo, los hallazgos confirman que, cuando las PYMES adoptan estrategias de RSC, logran beneficios tangibles en su imagen corporativa y en la fidelización de clientes, aspectos que también han sido reportados por Ramírez y Torres (2022) en su investigación sobre competitividad empresarial. Esto sugiere que, pese a las limitaciones estructurales, la RSC se perfila como un mecanismo efectivo para diferenciarse en mercados locales altamente competitivos.

Una diferencia relevante respecto a otros estudios internacionales es que, mientras en contextos europeos o norteamericanos la RSC se asocia fuertemente con innovaciones ambientales y tecnológicas (Porter & Kramer, 2011), en el caso ecuatoriano su aplicación está más orientada hacia la mejora de la reputación y la generación de confianza en consumidores. Esta particularidad refleja las prioridades de un mercado emergente, donde la supervivencia y la consolidación empresarial suelen prevalecer sobre estrategias de sostenibilidad a largo plazo.

Asimismo, la percepción de los consumidores identificada en este estudio, que demanda prácticas empresariales más responsables, refuerza la tendencia señalada por Sabino (2024), quien indica que los clientes cada vez valoran más la transparencia, la ética y el compromiso social en las marcas. Esto abre la oportunidad para que las PYMES utilicen la RSC no solo como un requisito ético, sino como una herramienta estratégica para consolidar relaciones más duraderas con sus públicos. Finalmente, aunque los beneficios de la RSC son evidentes, la falta de políticas públicas específicas y de incentivos gubernamentales limita la capacidad de las PYMES para sostener estas iniciativas. Por tanto, se plantea la necesidad de un trabajo articulado entre el sector privado, la academia y el Estado para generar condiciones que favorezcan su implementación.

CONCLUSIONES

La presente investigación evidencia que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un factor clave para el desarrollo empresarial de las PYMES ecuatorianas, ya que contribuye a mejorar su imagen corporativa, fidelizar clientes y fortalecer su ventaja competitiva. Sin embargo, su implementación enfrenta barreras significativas, como la falta de capacitación, recursos limitados y la ausencia de políticas claras, lo que dificulta su adopción efectiva. A pesar de estos desafíos, los resultados indican que integrar estrategias de RSC puede generar un impacto positivo tanto en la sostenibilidad empresarial como en la percepción del mercado.

Este estudio aporta al conocimiento sobre la gestión empresarial en PYMES, resaltando la importancia de la RSC como un diferenciador competitivo. En términos prácticos, sugiere la necesidad de establecer programas de capacitación y políticas específicas que faciliten su aplicación en pequeñas y medianas empresas. Teóricamente, reafirma el papel de la RSC en la transformación organizacional y su impacto en la sostenibilidad. Como líneas futuras de investigación, se recomienda profundizar en estrategias efectivas de implementación de RSC en distintos sectores y evaluar su impacto a largo plazo en el crecimiento económico y social de las PYMES.

En definitiva, la investigación pone de relieve que la incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa en las PYMES no debe entenderse únicamente como una

obligación ética, sino como una estrategia integral que fortalece su sostenibilidad y competitividad en un entorno dinámico y globalizado. Este trabajo contribuye a la discusión sobre la necesidad de transformar el modelo de gestión empresarial hacia esquemas más responsables y resilientes, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las exigencias de los consumidores actuales. La RSC, más que una opción, se configura como un requisito indispensable para garantizar la permanencia y el crecimiento de las PYMES en el largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

- Berniak-Woźny, J., Kwasek, A., Gąsiński, H., Maciaszczyk, M., & Kocot, M. (2023). Business case for corporate social responsibility in small and medium enterprises—Employees' perspective. *Sustainability*, 15(2), Article 1660. <https://doi.org/10.3390/su15021660>
- Hernández, R. (2020). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Martínez, J., & Pérez, M. (2021). *Responsabilidad social empresarial en las PYMES de América Latina: Un estudio de caso en Ecuador*. Editorial Universitaria.
- Moreno, J., & Graterol, E. (2023). *Responsabilidad Social Empresarial: Teoría y práctica*. Editorial Académica Española.
- Obando-Peralta, E. C., Rosana-Rivera, F., Huertas-Vilca, K. S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Corporate social responsibility in Latin American corporations: Role and importance. *Problems and Perspectives in Management*, 21(2), 642–652. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(2\).2023.58](https://doi.org/10.21511/ppm.21(2).2023.58)
- Páez, A. (2022). *La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa en las pequeñas y medianas empresas*. Tesis de Maestría, Universidad de Quito.
- Ramírez, A., & Torres, B. (2022). *Impacto de la responsabilidad social corporativa en la competitividad de las PYMES ecuatorianas*. Editorial Innovación.
- Sabino, C. (2024). *Técnicas de investigación social*. Editorial McGraw-Hill.
- Sarango-Lalangui, P., Álvarez-García, J., & Del Río-Rama, M. D. I. C. (2018). Sustainable Practices in Small and Medium-Sized Enterprises in Ecuador. *Sustainability*, 10(6), Article 2105. <https://doi.org/10.3390/su10062105>
- Vives, A. (2011). *Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America*. Inter-American Development Bank (IDB). <https://doi.org/10.18235/0008786>
- Zambrano, A (2022). La Responsabilidad Social Corporativa como factor diferenciador en la gestión empresarial de las PYMES ecuatorianas. *Revista Academia Universal*. 1(1), p. 1-6.

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior.