

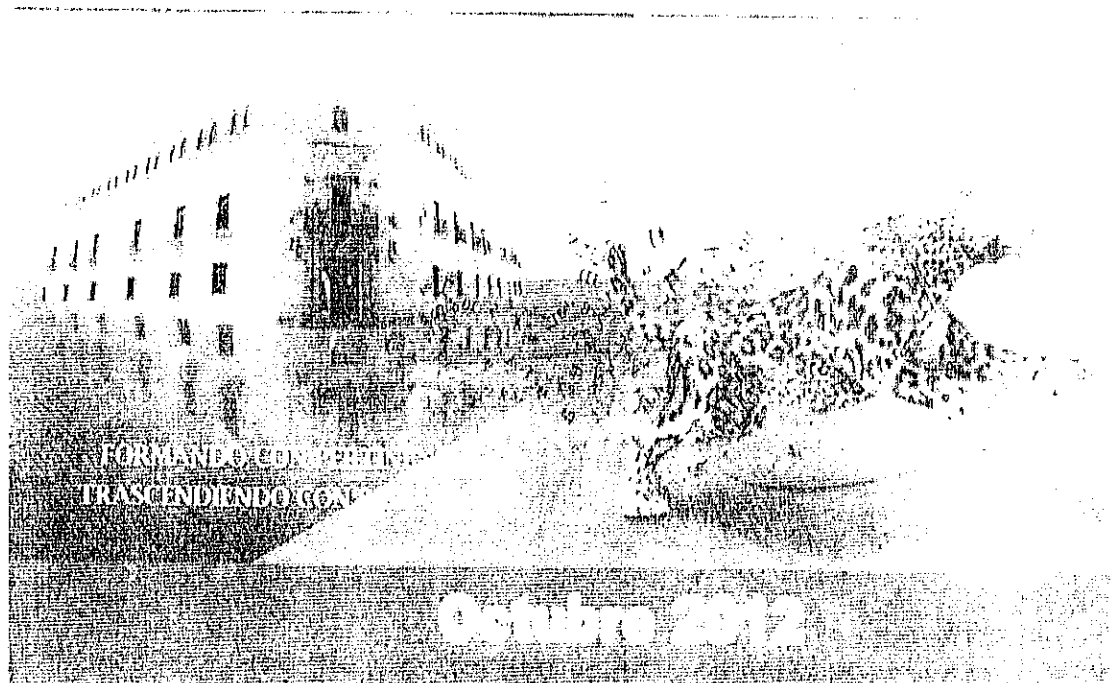
Verano de la Investigación Científica de la Península de Yucatán

14 Agosto - 14 Septiembre

10:00 AM - 12:00 PM

13:00 PM - 15:00 PM

16:00 PM - 18:00 PM



FORMANDO CON SERVICIO
TRASCENDIENDO CON CALIDAD

Octubre 2012

LA REPOSABILIDAD SOCIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES MANUFACTURERAS DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA.

Basto Chan Julio Manuel

EXTREM_JULIO@HOTMAIL.COM

Instituto Tecnológico Superior del Sur del Estado de Yucatán

Dr. Vizcaino Antonio de Jesús

Asesorvzcaiino@yahoo.com.mx

Centro Universitario Ciencias Económicas Administrativas
de la Universidad de Guadalajara.

OBJETIVO.

Analizar la relación que existe entre la responsabilidad social con la competitividad en las pymes manufactureras de la zona metropolitana de Guadalajara.

Objetivos Específicos

- Identificar que relación tiene la implementación de la responsabilidad social con la competitividad de las pymes manufactureras.
- Determinar la relación que existe entre el involucramiento y la competitividad de las pymes manufactureras.
- Distinguir la relación que hay entre los beneficios de la responsabilidad social y la competitividad de las pymes manufactureras.
- Relacionar la vinculación de la competitividad de las pymes manufactureras con el factor socio político ambiental de las mismas.

JUSTIFICACIÓN.

Las razones que motivan el estudio, son para determinar la relación que existe entre las variables de competitividad y las de responsabilidad social que se presentan en las PYMES manufactureras ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara. Con el propósito de analizar los efectos que tiene su implementación con respecto a las variables de competitividad: desempeño, tecnología y costos, la relación que existe entre el factor involucramiento respecto a la competitividad, los beneficios que se obtienen para la competitividad trabajar con un enfoque de responsabilidad social y el vínculo que hay entre el factor sociopolítico ambiental en la competitividad de las PYMES manufactureras.

PROCEDIMIENTO (MATERIALES Y MÉTODOS).

- En primera estancia, se realizaron investigaciones de la base de datos del CUCEA de la Universidad de Guadalajara, relacionados con el tema específico del proyecto.

- Se realizó la investigación de Técnicas de investigación (Investigación documental e Investigación de campo), Métodos de investigación (Descriptivo, Correlacional, Cualitativo, Cuantitativo e Inductivo-Deductivo) y Delimitación espacial y temporal.
- Se realizó el diseño del cuestionario por escalamiento de Likert, contemplando los datos generales de la empresa, competitividad comparado con el promedio del sector (Desempeño financiero, Costos de producción y Tecnología) y como se lleva a cabo la responsabilidad social en la empresa, en implementación e involucramiento.
- Se determinó el número y tipo de muestreo para la aplicación del cuestionario.
- Se realizó el procedimiento básico para un Análisis Estadístico, con el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales SPSS (Test de esfericidad de Bartlett, Estudio de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), Coeficiente de correlación parcial y ANOVA).
- Para finalizar se realizó la interpretación de resultados del análisis estadístico.

RESULTADOS, DISCUSIÓN, CONCLUSIONES.

Con la indagación del presente proyecto, se determinó la relación que existe entre las variables de competitividad, tecnología, desempeño y costos que se presentan en las PYMES manufactureras en la zona metropolitana de Guadalajara, en correlación de las mismas con las variables de responsabilidad social: Implementación, Sociopolítico ambiental y Beneficios. Con el objetivo de conocer la relación que había entre ellos y conocer el grado de importancia de aplicación.

REFERENCIAS.

NOTA: Se mencionan algunas de las referencias que se emplearon, al final se presentarán en el documento original debido a la extensión del proyecto.

Abbasi, M., Moezzi, H., Eyvazi, A. & Ranjbar, V. (2012). Exploring of Relationship between Corporation Social Responsibility and Loyalty and Satisfaction Customer and the Facilitating Role of Advertising on It (Case study SHIRAZIT Co.). *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 2(1), 460-468.

Adams, C. A. & Frost, G. R. (2007). Managing social and environmental performance: do companies have adequate information? *Accounting Review de Australia*, 2-11. doi: 217556227.

Aguilera, R., Rupp, D., Williams, C. & Ganapthi, J. (2007). En Milliman, J. F. J. & Silvestre, K. (2008). Aplicación del Modelo Estratégico Empresarial de Michael Porter de Responsabilidad Social. *Diario de temas de negocios globales* 2 (1), 29-33.

Aguilera-Enríquez, L., González-Adame, M. & Rodríguez-Camacho, R. (2011). Small businesses competitiveness model for strategic sectors. *Advances in Competitiveness Research*, 19(3/4), 58-73.

Ahumada-Tello, E., Zarate, C. R., Plascencia, L. I. & Perusquia Velasco, J. (2012). Modelo de Competitividad

Basado en el Conocimiento: El Caso de las PYMES del Sector de Tecnologías de Información en Baja California. (Productivity Model Based on Knowledge--The Case of the Information Technology PYMES in Baja California. With English summary.). *Revista Internacional de Administración and Finanzas*, 5(4), 13-27.

Albani, S. & Ghasemi, E. H. (1999). En Abbasi, M., Moezzi, H., Eyvazi, A. & Ranjbar, V. (2012). Exploring of Relationship between Corporation Social Responsibility and Loyalty and Satisfaction Customer and the Facilitating Role of Advertising on It (Case study: SHIRAZIT Co.). *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 2(1), 460-468.

Aparicio Tovar, J. & Valdes de la Vega, B. (2009). On the concept of corporate social responsibility. An European comparative analysis. (English). *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 27(1), 53-75.