

## ÍNDICE GENERAL

<b>PRÓLOGO</b> .....	13
<b>RESUMEN</b> .....	15
<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN</b> .....	17
1.1. Justificación de la investigación.....	17
1.2. Objetivo de estudio.....	19
<b>CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE ACTUACIÓN EN LAS PYMES PARA SU CRECIMIENTO Y COMPETITIVIDAD: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL E INNOVACIÓN</b> .....	21
2.1. La RSE como elemento estratégico.....	21
2.1.1. Importancia de la RSE en el tejido empresarial: Aplicación en el contexto de la pyme .....	21
2.1.2. Marco conceptual y objetivo de la RSE .....	25
2.1.3. La RSE y su relación con la competitividad de la pyme.....	29
2.1.4. Análisis interno y externo de la implementación de la RSE en la pyme .....	33
2.1.5. Estrategias y políticas de RSE en Europa, España y Extremadura, para el crecimiento empresarial .....	36
2.2. Innovación como factor estratégico.....	63
2.2.1. Marco conceptual y tipos de innovación.....	63
2.2.2. La innovación en el contexto de la pyme .....	71
2.2.3. Factores influyentes en la capacidad innovadora de la pyme.....	74
2.2.4. La innovación como elemento competitivo y factor del crecimiento en la pyme .....	78
2.2.5. Barreras y facilitadores de la innovación en la pyme.....	82
2.2.6. Fomento de la innovación a nivel europeo, nacional y regional para potenciar el tejido empresarial.....	85

<b>CAPÍTULO 3: VÍNCULO ENTRE LA RSE E INNOVACIÓN. INCIDENCIA EN LA REPUTACIÓN EMPRESARIAL Y DESEMPEÑO</b> .....	105
3.1. Responsabilidad Social e innovación, motores de competitividad y sostenibilidad.....	106
3.1.1. Relación basada en el aspecto social de la innovación.....	106
3.1.2. Relación basada en el desarrollo y sostenibilidad.....	107
3.1.3. Relación de la RSE e innovación con la competitividad.....	110
3.2. Influencia de otras variables estratégicas en el éxito competitivo: El desempeño y la reputación empresarial.....	112
3.2.1. El desempeño empresarial como estrategia competitiva y sus factores impulsores.....	113
3.2.2. La reputación como elemento competitivo y los factores que la determinan.....	115
3.3. La interacción entre las variables estratégicas consideradas mediante relaciones causales.....	119
3.4. Resumen.....	123
<b>CAPÍTULO 4: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	125
4.1. Objetivos de la investigación.....	125
4.2. Metodología de la investigación aplicada.....	126
4.2.1. Estudio descriptivo y estudio de relaciones causales.....	126
4.2.2. Planteamiento de hipótesis de la investigación.....	126
4.3. El diseño de las variables de medida.....	127
4.4. Población y selección de la muestra.....	137
4.5. Administración, recolección de datos y prueba piloto pre-test del cuestionario.....	139
4.6. Recogida, captura y procesamiento estadístico de la encuesta.....	140
<b>CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LAS VARIABLES E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	141
5.1. Estudio descriptivo de las escalas de medida.....	141
5.1.1. Análisis de las percepciones de las empresas encuestadas.....	141

5.1.2. Análisis de medias, moda, desviación típica y varianza en los ítems métricos.....	157
5.2. Estudio de relaciones causales.....	168
5.2.1. Introducción al modelo de ecuaciones estructurales (MEE).....	168
5.2.2. Valoración de los modelos de ecuaciones estructurales (MEE).....	172
5.2.3. Conclusiones del modelo.....	184
<b>CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....</b>	<b>185</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>189</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>203</b>
Anexo 1: Cuestionario sobre Responsabilidad Social Empresarial e innovación como motores de crecimiento y competitividad en las pymes.....	203
Anexo 2: Estadísticos descriptivos referentes al sector y tamaño de la empresa teniendo en cuenta la media y desviación típica.....	210

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: La RSE como elemento de diferenciación y ventaja competitiva.....	32
Ilustración 2: DAFO de la RSE en las pymes.....	35
Ilustración 3: Período temporal de iniciativas europeas en el ámbito de la RSE.....	39
Ilustración 4: Dimensión externa e interna de la RSE en la empresa.....	43
Ilustración 5: Eje cronológico de las iniciativas de RSE en el contexto español.....	52
Ilustración 6: Cuadro de mando estratégico de la RSE española (2014-2020).....	58
Ilustración 7: Políticas de RSE en Extremadura.....	60
Ilustración 8: La aparición y fuentes de la ventaja competitiva.....	80
Ilustración 9: Período temporal de iniciativas europeas en el ámbito de la innovación.....	85

Ilustración 10: Rendimiento de la innovación en Europa.....	90
Ilustración 11: Iniciativas nacionales en el ámbito de la innovación .....	92
Ilustración 12: Resumen de políticas de innovación en Extremadura .....	98
Ilustración 13: Evolución del número de empresas innovadoras en Extremadura (2006-2014) .....	100
Ilustración 14: Modelo de relación de RSE e innovación desde el punto de vista social .....	107
Ilustración 15: Modelo de relación de RSE e innovación desde el punto de vista de la sostenibilidad.....	109
Ilustración 16: Vínculo de la RSE e innovación con la competitividad.....	112
Ilustración 17: Factores impulsores del desempeño empresarial y su relación para la obtención de ventajas competitivas.....	115
Ilustración 18: Interrelación de la RSE e innovación mediante relaciones causales con el éxito competitivo.....	121
Ilustración 19: Modelo conceptual de relaciones casuales de la RSE, innovación y desempeño con el éxito competitivo .....	122
Ilustración 20: Modelo conceptual de relaciones causales de la RSE, innovación y reputación con el éxito competitivo .....	123
Ilustración 21: Representación del Modelo de Relaciones Causales.....	169
Ilustración 22: Acciones para evaluar el modelo de medida.....	173
Ilustración 23: Nomograma explicativo .....	178
Ilustración 24: Proceso para la valoración del modelo estructural .....	179

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Las diferencias teóricas de la RSE, objetivos y defensores.....	26
Tabla 2: Tipos de innovación .....	70
Tabla 3: Factores que afectan a la capacidad innovadora de la empresa.....	77
Tabla 4: Barreras y facilitadores de la innovación .....	83

Tabla 5: Resumen de actividades incluidas en el VII Plan Estatal de I+D+i que afecta a las pymes .....	94
Tabla 6: Resumen de actuaciones y objetivos de la Estrategia RIS3 Extremadura (2014-2020) .....	102
Tabla 7: Factores que influyen en la reputación empresarial .....	118
Tabla 8: Elementos considerados por la literatura en relación con la RSE.....	128
Tabla 9: Escala de medida de la RSE.....	129
Tabla 10: Aspectos considerados en las diferentes modalidades de innovación .....	131
Tabla 11: Escala de medida utilizada para la innovación.....	132
Tabla 12: Escala de medida de la competitividad .....	134
Tabla 13: Escala de medida para el desempeño empresarial.....	135
Tabla 14: Escala de medida para la reputación empresarial.....	136
Tabla 15: Ficha técnica de la investigación.....	137
Tabla 16: Relación de contingencia entre el sector de la empresa y número de empleados en tantos porcentuales.....	138
Tabla 17: Resumen del estado de los contactos realizados .....	139
Tabla 18: Estadísticos descriptivos de la RSE (media, moda, varianza y desviación típica).....	159
Tabla 19: Estadísticos descriptivos de la innovación (media, moda, varianza y desviación típica) .....	161
Tabla 20: Estadísticos descriptivos de la competitividad .....	164
Tabla 21: Estadísticos descriptivos pertenecientes al desempeño empresarial .....	166
Tabla 22: Estadísticos descriptivos de la reputación empresarial .....	167
Tabla 23: Tamaño muestral requerido para testar hipótesis con variables independientes (Potencia 0,80; Alfa 0,05).....	171
Tabla 24: Fiabilidad individual de los ítems para todos los constructos .....	174
Tabla 25: Fiabilidad compuesta de los constructos .....	176
Tabla 26: Validez convergente de los constructos .....	177

Tabla 27: Validez discriminante de los constructos .....	178
Tabla 28: Poder predictivo del modelo .....	180
Tabla 29: Contribución de los constructos predictivos sobre la varianza explicada .....	181
Tabla 30: Índice Q <sup>2</sup> de Stone-Geisser.....	182
Tabla 31: Contraste de hipótesis.....	183
Tabla 32: Ajuste del modelo.....	184

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sector en el que opera la empresa .....	142
Gráfico 2: Clasificación de empresas encuestadas según el número de trabajadores.....	142
Gráfico 3: Difusión e información sobre la RSE.....	143
Gráfico 4: Cuestiones relativas a la Dimensión Social.....	144
Gráfico 5: Cuestiones relativas a la Dimensión Económica.....	145
Gráfico 6: Cuestiones relativas a la Dimensión Medioambiental .....	146
Gráfico 7: Información y percepción sobre la innovación .....	148
Gráfico 8: Nuevos o mejorados productos y/o servicios.....	149
Gráfico 9: Innovación de proceso.....	150
Gráfico 10: Innovación de mercadotecnia o comercialización.....	151
Gráfico 11: Innovación de gestión u organizacional .....	152
Gráfico 12: Aspectos relacionados con el nivel de competitividad.....	154
Gráfico 13: Aspectos relacionados con el desempeño empresarial.....	155
Gráfico 14: Aspectos relacionados con la reputación de la empresa.....	157
Gráfico 15: Análisis de medias y desviaciones típicas del sector y el tamaño de las empresas (ítems nominales).....	158