PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE) EN LAS PYMES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ MORÁN

DIRECTOR: ECON. PABLO LÓPEZ CH. MBA

QUITO, MAYO 2014

DIRECTOR:

Pablo López, MBA

INFORMANTES:

Genoveva Zamora M., MBA

Ximena Villamar M., MBA

DEDICATORIA

A las dos personas que desde siempre han estado en cada paso de mi vida, en mi infancia, mi adolescencia y ahora en mi adultez, a mis padres, que me enseñaron aquellas cosas que no se aprenden con la formación académica y son mucho más importantes, por sus valores transmitidos, entre estos la perseverancia, que fue aquel valor que me ayudó a completar este importante paso de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que me extendieron una mano a través de toda mi carrera universitaria, en primer lugar a mis padres Marco Núñez y Yanina Morán, por sus diversas enseñanzas y su ayuda incondicional.

Agradezco especialmente a mi profesora Genoveva Zamora, quien supo guiarme de manera profesional y emocional en la elaboración de esta tesis.

A mis familiares, en especial a mi tía Sandra Morán, que en las dificultades supieron darme el apoyo necesario para poder continuar adelante con la carrera universitaria.

Finalmente a mis amigos, quienes entre risas y consejos me ayudaron a completar mi vida estudiantil, generando los mejores recuerdos de esta etapa de mi vida.

ÍNDICE

CAPÍTULO I
ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION
1.3.1.General
1.3.2.Específicos
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
1.4.1.Teórica
1.4.2.Práctica

CAPÍTULO II
FUNDAMENTOS DE LA RSE

2.1. CONCEPTOS Y TENDENCIAS
2.1.1.Contexto Mundial y Desarrollo sostenible
2.1.2.Responsabilidad de la empresa ante la sociedad
2.2. LA RSE UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPR
2.2.1.Grupos de Interés
2.2.2.La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE
2.3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE
2.3.1. Normativa internacional
2.3.2. Memorias de Sostenibilidad

CAPÍTULO III
TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIIU C 28 FABRICACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

3.1 LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ECUADOR Y SU COMPORTAMIENTO
3.2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CII C 28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

3.3 SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR CIIU C28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.
3.3.1 Fabricación de maquinaria de uso general
3.3.1.1 Fabricación de motores y turbinas, excepto motores para aeronaves, vehículos automotores y motocicletas
3.3.1.2 Fabricación de equipo de propulsión de fluidos
3.3.1.3 Fabricación de otras bombas, compresores, grifos y válvulas
3.3.1.4 Fabricación de cojinetes, engranajes, trenes de engranajes y piezas de transmisión
3.3.1.5 Fabricación de hornos, hogares y quemadores
3.3.1.6 Fabricación de equipo de elevación y manipulación
3.3.1.7 Fabricación de maquinaria y equipo de oficina (excepto ordenadores y equipo periférico)
3.3.1.8 Fabricación de herramientas de mano motorizadas
3.3.1.9 Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general
3.3.2 Fabricación de maquinaria de uso especial
3.3.2.1 Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal
3.3.2.2 Fabricación de maquinaria para la conformación de metales y de máquinas herramienta
3.3.2.3 Fabricación de maquinaria metalúrgica
3.3.2.4 Fabricación de maquinaria para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco
3.3.2.5 Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos textiles, prendas de vestir y cueros
3.3.2.6 Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial
3.4 APORTES A LA ECONOMÍA DEL SUBSECTOR CIIU C 28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.
3.4.1 Aporte al PIB
3.4.2 Generación de valor agregado y producción total
3.4.3 Exportaciones
3.5 INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR CIIU C28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO Y N.C.P.
3.5.1 Índice de Liquidez Corriente
3.5.2 Prueba Ácida
3.5.3 Índice de endeudamiento del Activo
3.5.4 Índice de Endeudamiento Patrimonial
3.5.5 Apalancamiento Financiero
3.5.6 Rotación del Activo Fijo
3.5.7 Rentabilidad Neta del Activo
3.5.8 Rentabilidad Operacional del Patrimonio
3.5.9 Rentabilidad Financiera
3.6 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMES

CAPÍTULO IV
ASPECTOS METODOLÓGICOS
4.1 METODOLOGÍA APLICADA
4.1.1 Técnicas de recolección de información
4.1.2 Trabajo de Campo
4.1.3 Tabulación de Datos

CAPÍTULO V
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DEL SUBSECTOR CIIU C 28: FABRICACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P
5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS
5.1.1. Ética y transparencia
5.1.2. Calidad de vida
5.1.3. Generación y distribución de la riqueza
5.2. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS
5.3. ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS
5.4. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO Y N.C.P.
6.1. DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN
6.2. DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS
6.2.1.Ética y Transparencia
6.2.2.Calidad de vida
6.2.3.Generación y Distribución de la Riqueza
6.3. DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS
6.4. PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 01 TIPO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CUADRO No. 02 OBJETIVOS DEL MILENIO
CUADRO No. 03 CLASIFICACIÓN CIIU C 28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.
CUADRO No. 04 PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SUBSECTOR (valor en dólares)
CUADRO No.05 PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SUBSECTOR Tasas de variación
CUADRO No.06 PRODUCCIÓN TOTAL Y VALOR AGREGADO A PRECIOS DEL PRODUCTOR (Valor en dólares)
CUADRO No 07 EXPORTACIONES DE "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"
CUADRO No.08 ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRIENTE AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA
CUADRO No. 09 PRUEBA ÁCIDA PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P
CUADRO No. 10 ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 11 ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 12 APALANCAMIENTO FINANCIERO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 13 ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 14 RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 15 RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 16 RENTABILIDAD FINANCIERA PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.
CUADRO No. 17 FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p
CUADRO No. 18 RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS
CUADRO No. 19 CÁLCULO DE LA MUESTRA
CUADRO No. 20 LINEA ESTRATÉGICA: I ETICA Y TRANSPARENCIA
CUADRO No. 21 LINEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA
CUADRO No. 22 LINEA ESTRATÉGICA: III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA
CUADRO No. 23 RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS
CUADRO No. 24 RESUMEN DATOS ENCUESTA

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO No. 01 PRINCIPIOS UNIVERSALES DEL PACTO MUNDIAL
GRAFICO No. 02 CRITERIOS DEL MODELO DE EXCELENCIA EMPRESARIAL
GRAFICO No. 03 EVOLUCIÓN DEL VAB EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, 2012
GRAFICO No. 04 EXPORTACIONES DE "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL
GRAFICO No. 05 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EXPORTACIONES "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"
GRAFICO No. 06 COMPONENTES DEL PROTOCOLO DE RSE UNIAPAC
GRAFICO No. 07 LINEA ESTRATÉGICA: I ETICA Y TRANSPARENCIA
GRAFICO No. 08 LINEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA
GRAFICO No. 09 LINEA ESTRATÉGICA: III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA
GRAFICO No. 10 RESULTADOS ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD
GRAFICO No. 11 RESULTADOS ÍNDICE DE CONGRUENCIA
GRAFICO No. 12 RESUMEN DATOS ENCUESTA

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA No. 01 MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD Y CONGRUENCIA
TABLA No. 02 SEMÁFORO DE LA SOSTENIBILIDAD
TABLA No. 03 RESULTADOS ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD
TABLA No. 04 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD
TABLA No. 05 RESULTADOS ÍNDICE DE CONGRUENCIA
TABLA No. 06 ÍNDICE DE CONGRUENCIA
TABLA No. 07 GRADO DE SOLIDEZ Y SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio forma parte del Proyecto de Investigación "Diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la Gestión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito" con el diagnóstico del Subsector CIIU C 28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; se encuentra compuesto por seis capítulos que parten del marco teórico, económico y metodología a ser aplicada, hasta los resultados del diagnóstico y las recomendaciones para el subsector.

El primer capítulo brinda una visión general de las razones por las cuales es necesario levantar el diagnóstico del subsector, incluyendo antecedentes, planteamiento del problema, objetivo general y específicos, justificación de la investigación tanto teórica como práctica.

En el segundo capítulo amplía los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial, los contextos y tendencias, citando el contexto mundial de RSE, el desarrollo sostenible y la responsabilidad social que las empresas deben tener frente a la sociedad, brinda una visión general de los beneficios que una gestión responsable, proporciona y a su vez brinda posibles herramientas de gestión y comunicación de RSE.

El tercer capítulo se centra en el subsector de estudio, CIIU C 28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., expone la relación que tiene el subsector con la industria

manufacturera en el país, pero principalmente examina los aportes que brinda a la economía ecuatoriana; así mismo se analizan los indicadores financieros correspondientes y finaliza con las prácticas y políticas para la implementación de un modelo de RSE en las PYMES.

El cuarto capítulo analiza los aspectos metodológicos con los que se realizó el estudio, en particular el modelo UNIAPAC, usado para la presente investigación. En la descripción de la metodología aplicada se detallan las técnicas de recolección de información, el cálculo de la muestra a través de la población y la tabulación de los datos generados mediante el trabajo de campo.

En el quinto capítulo se muestran los resultados de la investigación del subsector estudiado, bajo tres líneas estratégicas: Ética y transparencia, Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza; generando un análisis particular para cada uno de los ochos grupos de interés. Adicionalmente se medirá el Índice de Sostenibilidad de la relación con los grupos de interés, el Índice de Congruencia de las líneas estratégicas y el Índice de sostenibilidad Global.

Finalmente el sexto capítulo incluye la validación de la información, conclusiones y recomendaciones dividida en las tres líneas estratégicas antes citadas. Establece propuesta para los propietarios o altos mandos de las PYMES que se direccionan a generar una mejora para beneficio común.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, según definición de la Organización Internacional del Trabajo en su "Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa" (OIT, 2006) *"(...) es la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación".*

Por lo tanto, se puede definir la RSE como la contribución voluntaria que las empresas realizan a fin de disminuir el impacto que sus actividades generan al entorno, tanto interno como externo, se deduce así también que toda iniciativa empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y normas vigentes para su aplicación, y que a su vez debería considerar los ámbitos económico, ambiental y social para los involucrados. La ejecución de esta contribución muestra la orientación ética que la empresa posee y quiere dar a conocer.

Adrián Henríquez y Julie Richardson en su obra “The Triple Bottom Line: Does it all add up?”, consideran que existen tres grandes *olas* de presión pública que contribuyeron a constituir lo que ahora es la responsabilidad social empresarial, teniendo sus inicios desde 1969, con la creación de los *PR managers* (Gerentes de Relaciones Públicas). (Richardson, 2004)

1. *Primera ola (1969-1987):* Inicia con el entendimiento de que, los impactos ambientales y la explotación de los recursos naturales deben ser limitados, dando inicio a una primera legislación ambiental. En esta primera *ola* la respuesta de las empresas se mostraron más a la defensiva, enfocándose solo al estricto cumplimiento de la ley.

2. *Segunda ola (1988-1992):* Se vio la necesidad de crear nuevas formas de producción de tecnología y nuevos productos, concluyeron que el proceso debe ser sustentable y que las organizaciones deben estar siempre un paso adelante. A diferencia de la primera *ola*, en ésta ya se evidenció cierta competitividad por parte de las empresas.

3. *Tercera ola (1999-2002):* Se identificó la necesidad de que, para alcanzar el desarrollo sostenible se requiere un cambio profundo en la gobernanza de las empresas, así como en todo el proceso político de la globalización. El papel del sector público y la sociedad civil adopta importancia creciente. En esta *ola,* además del cumplimiento y la competitividad generada en las primeras *olas,* las empresas se centraron en la creación de nuevos mercados y en la generación de valor.

En criterio de los autores Henríquez y Richardson, la RSE surge a partir de los 70´s por la presión pública que pretende controlar el posible abuso de la explotación de los recursos naturales y sus impactos.

Sin embargo, la RSE no sólo se centra en el cuidado del medio ambiente, sino que además ampara la responsabilidad económica de las empresas y la responsabilidad social, denominada "The Triple Botton Line", expresión utilizada por primera vez por Elkington, 1998, en su obra "Cannibals With Forks" (Elkington, 1998).

Entonces se puede concluir que, para conseguir una sociedad de empresas sustentables, es necesario que se consideren las tres aristas, económica, ambiental y social.

Se conoce ahora que la RSE tuvo sus inicios con la visión de mantener el medio ambiente; sin embargo, en su evolución se desarrollaron dos criterios complementarios, la responsabilidad social y la responsabilidad económica. En la actualidad según el criterio de Luis Olivera, Director de Empresa Responsable AC, en su artículo "La responsabilidad Social empresarial del Siglo XXI", detalla que en la actualidad son muy pocas las empresas que advierten el beneficio que les puede dar la RSE, enfocada a las personas. En la parte social el enfoque no debe ser solo direccionado hacia la comunidad, sino a la persona específicamente, con una visión más humanista, que incluye, bienes materiales (salarios justos), biológicos (seguridad y salud), cognoscitivos (capacitación, preparación académica), estéticos (orden, limpieza, belleza de las instalaciones), emocionales (autoridad con responsabilidad, conocimiento y dominio de sí mismo), sociales (solidaridad, ayuda a la comunidad, trabajo en equipo), morales (conocimiento, práctica y difusión virtudes,

hábitos buenos) y espirituales (trabajo como servicio a los demás, fe razonada, trascendencia del trabajo) (Olivera Martínez de Castro, 2012).

En conclusión, la RSE para el siglo XXI se basa en la responsabilidad global abarcando a todos los involucrados y ampliando su aplicación y visión hacia la persona y en general a los Grupos de Interés o *Stakeholders.*

La RSE sin embargo, no se debe confundir con filantropía; el Instituto Ethos expone la diferencia entre filantropía y responsabilidad social: *"La filantropía es una acción social externa de la empresa que tiene como beneficiaria principal a la comunidad. La RSE está enfocada en la estrategia de negocios de la empresa y engloba preocupaciones sobre un público más amplio (accionistas, empleados, subcontratistas, proveedores, consumidores, comunidades, gobierno y medio ambiente), cuyas demandas la empresa debe tratar de satisfacer a través de sus operaciones. Por tanto la RSE trata directamente de los negocios de la empresa y de cómo los conduce."* (Instituto Ethos, 2008).

Ampliando el criterio del Instituto, se puede referir que la filantropía se conoce comúnmente como un "donativo", sin embargo etimológicamente significa "amor al género humano" (Real Academia Española, 2013). La filantropía a criterio del disertante, debe ser considerada como un gasto para la empresa debido a que realiza un desembolso de dinero que no genera ningún beneficio, mientras que la RSE es una inversión, por las ventajas que genera en su aplicación para todos los grupos de interés y no solamente para la comunidad.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de RSE ha tenido un importante desarrollo, como consecuencia de la influencia de la globalización, el avance tecnológico y el surgimiento de economías emergentes (BRIC), donde ha crecido de manera significativa la fabricación de productos que no necesariamente son procesados de manera adecuada, comprometiendo los derechos laborales y el medio ambiente. También ha influenciado la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no pueden seguir consumiéndose al ritmo actual, lo cual ha dado lugar a una sensibilidad generalizada hacia la preocupación por la responsabilidad empresarial con la sociedad.

Este estudio pretende diagnosticar la sostenibilidad de la RSE que las PYMES del Subsector CIIU C 28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p. Al realizar el diagnóstico de sostenibilidad se busca identificar los elementos de gestión, ética y transparencia, calidad de vida y satisfacción de las necesidades materiales; que

pueden afectar las relaciones con los grupos de interés o stakeholders. La responsabilidad como empresa es asegurar que este impacto sea positivo.

El estudio es una oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas pequeñas y medianas del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) del CIIU C 28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., sobre la importancia de gestionar de manera responsable, para lograr una ventaja competitiva.

Los acápites siguientes son referenciados en base al Proyecto de Investigación: "Diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la Gestión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito", realizado en el 2012, auspiciado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, y en la que el disertante fue parte del "Semillero de investigadores".

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué riesgos y debilidades se evidencian en el Diagnóstico de Sostenibilidad que pueden provocar el rechazo de los grupos de interés y que si son descuidados de manera sistemática, pueden afectar las relaciones con los diferentes stakeholders?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1. General

Realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de la RSE, y las relaciones con los grupos de interés de las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito, DMQ correspondiente al Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.

1.3.2. Específicos

- Reconocer las características de la industria manufacturera y del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p. en cuanto a los factores políticos, económicos y sociales en los que se desenvuelven.

- Realizar el diagnóstico de sostenibilidad para determinar los riesgos y debilidades de las PYMES del DMQ del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., para orientar la gestión de RSE.

- Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMES del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., medido como la respuesta a las expectativas de los grupos de interés o stakeholders en cuanto a las líneas estratégicas: Ética y transparencia, Calidad de vida y la Generación y distribución de riqueza.

- Identificar el índice de sostenibilidad global de las PYMES del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p. expresados como el grado de solidez y sostenibilidad de la empresa.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Teórica

La preocupación por los impactos sociales, ambientales y económicos que genera una empresa se han acentuado en las últimas décadas, debido a la existencia de una sociedad más informada, el avance tecnológico, la globalización, movimientos activistas preocupados por el bienestar de la sociedad en su conjunto, exigiendo un comportamiento ético, valores llevados a la práctica a través de la manera que se producen o como se

realizan los negocios. La necesidad de procurar una visión de desarrollo sostenible, a través de las actividades cotidianas y lógicas económicas, ambientales y sociales coherentemente alineadas. El desafío es plasmar en las pequeñas y medianas empresas la ética de responsabilidad social, despertando su interés y conciencia sobre la ventaja competitiva que pueden lograr al adoptarla.

Se considera a la RSE como un nuevo modelo de gestión o marco de referencia para las empresas que independientemente de su tamaño, que incorporen los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente, para actuar en beneficio mutuo, tanto de la organización como de la naturaleza y de las partes interesadas, más allá del cumplimiento de las exigencias legales. Forma parte de la estrategia fundamental de toda organización, a través de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles.

Es el compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente; siendo un proceso global para mejorar continuamente su desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su territorio y de la sociedad en general.

Esta iniciativa, está basada en la norma ISO 26000, que establece requisitos en materia de Responsabilidad Social.

La gestión de RS toma en cuenta: principios y valores integrados en la misión y visión; generando políticas y prácticas; grupos de interés o stakeholders (empleados y trabajadores; dueños, inversionistas y accionistas; clientes y consumidores; proveedores, contratistas y competidores; Gobierno Nacional, Provincial y Local; ONGs; asociaciones, gremios y sindicatos; comunidad y sociedad en su conjunto) a quienes la organización puede impactar o ser impactada (positiva o negativamente) por cualquier decisión o actividad; el entorno, en el cual una organización opera; rendición de cuentas, condición de responder por decisiones y actividades ante los organismos de control, autoridades legales y, más ampliamente, ante sus otras partes interesadas.

Se puede afirmar que las prácticas responsables pueden representar una ventaja comparativa para la empresa, no solamente por la diferenciación y la aceptación que los consumidores y clientes le den a los productos manufacturados de forma responsable, sino que muchas prácticas son más eficientes. Las empresas deben ser responsables por razones éticas o morales porque es lo que “hay que ser” y “hacer”, un cambio de paradigma que responde a los tres objetivos de la línea base, económico, social y ambiental. Se propone en el estudio realizar un diagnóstico de sostenibilidad que permita valorar la gestión de RSE en las PYMES del DMQ; del Subsector CIIU C28: Fabricación de una maquinaria y equipo n.c.p.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

La Constitución Política de la República del Ecuador se determina que:

- Art. 14 *"Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (...). Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados";*

- 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".*

- Art. 33 *"El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a si su dignidad, una vida decorosa, remuneración y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado."*

- Art. 66 *"El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental";* y en su numeral 25: *"El derecho a*

acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características."

- Art. 71 *"El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema"*

- Art. 278 *"Para la consecución del buen vivir, las personas, y a las colectividades, y a sus diversas formas organizativas, les corresponde (...) 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental"*

- Art. 306 *"El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal"*

En razón de las políticas nacionales antes expuestas, el Distrito Metropolitano de Quito, DMQ aprobó la Ordenanza Municipal N° 333, publicada el 14 de marzo de 2011 en el Registro Oficial, cuyo objetivo es incentivar a las empresas públicas y privadas, a incorporar de manera integral la Responsabilidad Social en su modelo de gestión. La intención de

esta nueva normativa es que las organizaciones e instituciones, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, ejecuten estrategias de Responsabilidad Social que maximicen la contribución a un "desarrollo sostenible", generando planteamientos integrales acordes al contexto propuesto para el DMQ.

1.4.2. Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- **Impactos científicos:** concienciar, motivar e involucrar a las PYMES sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.

- **Impactos tecnológicos:** Motivar la generación de informes de responsabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y práctica habitual de convivencia; sistematizar, registrar y difundir las buenas prácticas de RSE en forma transparente.

- **Impactos educativos, culturales:** El estudio propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y

Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permite el éxito del trabajo de campo.

- **Impacto en la solución de problemas de la sociedad:** Promover el desarrollo sostenible, que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible se refiere a la integración de los objetivos de calidad de vida elevada, salud y prosperidad con la justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para preservar la vida en toda su diversidad. Los objetivos de la triple línea: sociales, económicos y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente, cuyos resultados se reflejan en los informes anuales de responsabilidad social de las empresas. Esto posibilita evaluar su desempeño en términos del grado de gestión y sostenibilidad en el largo plazo, acciones hacia una actuación integral responsable y cumplimiento sostenible con los grupos de interés o stakeholders.

- **Relación con otros proyectos:** Este estudio está relacionado con la línea de investigación enfocada al mejoramiento de las PYMES, siendo estos: "Caracterización de la PYME de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito", "Ingeniería de negocios para el mejoramiento

de gestión de las PYMES", y "Análisis de las brechas competitivas en las PYMES de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito".

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS DE LA RSE

2.1. CONCEPTOS Y TENDENCIAS

Para hablar de los diversos conceptos dados sobre la RSE, es importante resaltar las diferencias entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Responsabilidad Social (RS), Ricardo Fernández en su libro "Responsabilidad Social Corporativa: una nueva cultura empresarial", las diferencias de la siguiente manera (Fernández, 2010):

- **La responsabilidad social** se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones, públicas y privadas, y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

- **La responsabilidad social de la empresa o empresarial (RSE)** debe ser entendida como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los

negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

- **La Responsabilidad Social Corporativa (RSC),** amplía el ámbito de la responsabilidad social de la empresa para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo. Se diferencia de la responsabilidad jurídica por carecer de un proceso institucionalizado de adjudicación, es decir, no existen tribunales especializados

Ricardo Fernández generalmente se refiere a la RSE y a la RSC como uno mismo, los diferencia básicamente en razón del alcance que cada uno tiene, sin embargo ambas se encuentran profundamente relacionadas y se encuentran enfocadas hacia un mismo fin con diferentes involucrados.

Sin embargo en lo que respecta a la RS, aunque más generalizada, también se encuentra menos enfocada a ejecutar algún beneficio tangible, adicionalmente que carece de guías o normas a seguir, por lo que como lo define el autor, es más un compromiso.

Conocidas las diferencias conceptuales se puede referir a los diversos criterios de lo que es la RSE, el "Libro Verde - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" de la Comisión Europea define:

> "*Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad"* (Comisión Europea, 2001)

El Consejo Europeo de Estocolmo expone que la RSE no debe estar limitada al mero cumplimento de la legislación, sino que se debe adoptar de manera voluntaria por parte de las empresas, dando más para obtener más, concienciar el beneficio que la aplicación de la RSE brinda a las empresas.

Sin embargo a su vez también razona la posibilidad de implementar normas más estrictas, las mismas que tienen como objetivo mejorar la competitividad de las empresas.

El autor del libro “La responsabilidad social de la empresa, un buen negocio”, Tito Gonzáles acertadamente menciona que, la responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema (Gonzáles, 2009).

En ambos criterios se observa gran similitud, en cuanto a la consideración que la RSE es facultativa y su aplicación genera beneficios para las empresas.

El artículo de los autores Alfonso Rojas y Jorge Olaya publicado por la Universidad Santiago de Cali, universidad miembro de la Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial, respecto al origen y evolución de la RSE señala que nace en los años veinte del siglo XX y se fortalece en los 50s y 60s, por el criterio de que si la empresa se enriquece a través de los recursos pertenecientes a una sociedad éstas deberían retribuir por un deber ético los beneficios generados a la sociedad (Olaya, 2013).

El criterio de los autores sobre el origen de la RSE es muy similar al de los autores Adrián Henríquez y Julie Richardson en su obra “The Triple Bottom Line: Does is all add up?”, por lo que se concluye que el origen de la RSE surge en los años 60s,

a partir del entendimiento de que la explotación de los recursos naturales crea impactos negativos y que se debe retribuir a la comunidad por las riquezas y daños generados (Richardson, 2004).

Continuando con el lineamiento de los autores Alfonso Rojas y Jorge Olaya las empresas deberían ir más allá de la generación de trabajo y riqueza de los propietarios, es así como el beneficio debería ir dirigido a la comunidad de una manera más directa, velando por su bienestar.

2.1.1. Contexto Mundial y Desarrollo sostenible

El paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial se constituye en un marco de la política social que posibilita implementar un liderazgo estratégico, cultura organizacional y mercado, políticas públicas que garanticen reducir paulatinamente los altos índices de pobreza, el analfabetismo, la extrema desigualdad, las diversas formas de discriminación, la marginación socioeconómica y la exclusión social.

La alta preocupación que actualmente los gobiernos presentan, a juicio personal, se debe al visible abuso que las empresas a lo largo de los años han consumado, es por esto que los gobiernos como rectores deben interceder. Según el autor Ricardo Fernández, los países del norte de Europa son los que

llevan la delantera en lo que se refiere a la RSE; como Dinamarca y el Reino Unido poseen una Secretaría de Estado para la RSE, atrás de estos se encuentra la iniciativa británica que ha facilitado un marco fiscal favorable para incentivar las iniciativas empresariales responsables (Fernández, 2010).

Otros países que de igual manera presentan iniciativas importantes son Suecia tratando de implicar a las empresas públicas con la RSE y a su vez, solicita a las empresas privadas que cumplan ciertos requerimientos como presentar junto a los balances financieros un informe de impacto ambiental, a pesar de ser solo una de las tres aristas de la RSE, es ya un avance en cuanto al desenvolvimiento responsable de la empresa. Francia a su vez se ha consolidado como pionero en lo que respecta a la RSE, finalmente entre los países que tienen un visible aporte se encuentra Alemania quien ha contribuido con propuestas de carácter voluntario.

El Ecuador a su vez se encuentra desarrollando iniciativas respecto la RSE, la revista EKOS de enero de 2012 realiza un análisis de la influencia de la RSE en todos los sectores, público, privado y social del Ecuador y lo denomina las Ocho tendencias de la RSE para el 2012 las mismas que se citan a continuación (Salgado, 2012).

1. *La primera tendencia de la RSE en el 2012; A nivel del Ecuador Fuerte impulso público*

Ya en el 2011 se ha visto el arranque de algunas iniciativas públicas que fueron evidenciada en el 2012; los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, basados en la Norma ISO 26000 impulsados por el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, se promocionan fuertemente a nivel nacional y más empresas buscan su certificación. El Ministerio del Ambiente ha desarrollado su Punto Verde mientras que a nivel local el Consejo Metropolitano de Responsabilidad de Quito refuerza y fomenta la creación de estamentos similares en otras ciudades. El código de la producción y la reforma tributaria siguen impulsando el cambio a través de incentivos en producción limpia.

2. *Iniciativas en el modelo de "Territorio Socialmente Responsable"*

En Ecuador existe la tendencia de que los tres sectores de la sociedad pública, privada y sociedad civil, unan esfuerzos y trabajen conjuntamente hacia metas comunes de desarrollo sostenible. El modelo de Territorio Socialmente Responsable (TSR) tomó fuerza en el año 2013. El concepto de TSR es la convergencia de otros conceptos emergentes, como los de competitividad, desarrollo sostenible, responsabilidad social, ciudadanía responsable, multilateralidad, gobernanza, que sumados manifiestan un

nuevo paradigma de gobierno que promueve la participación y la corresponsabilidad de los tres actores.

Bajo el concepto de TSR, las nociones que se ha mencionado no solo convergen sino que también se retroalimentan, puesto que enmarcados en él cobran una dimensión, un significado y una profundidad mayores, al relacionarse sinérgicamente entre sí enriqueciéndose mutuamente. Sin duda, varias iniciativas de TSR en el 2012 impulsadas por el movimiento nacional de cooperación territorial se extenderán a lo largo de los años.

3. *La Responsabilidad Social presente en todos los sectores*

Sin duda, en Ecuador ya no se puede decir que la Responsabilidad Social se reduce al sector privado, el sector público ha lanzado iniciativas para impulsar la Responsabilidad Social, y otros sectores ponen en marcha sus propias acciones de promoción.

Los medios de comunicación son un claro ejemplo de esta tendencia, ya que incluyen cada vez más artículos, suplementos y especiales dedicados a la Responsabilidad Social. Otro sector que ha incrementado su dinamismo e interés por la RSE es el sector académico, como el Instituto de Altos Estudios Nacionales que próximamente inaugurará una cátedra especialización sobre Responsabilidad Social Empresarial.

4. Red del Pacto Global de Ecuador

Tras el lanzamiento de la Red del Pacto Global de Ecuador en julio de 2011 y con la elección del directorio en Asamblea General, la Red asumirá el reto en el año 2012 trabaja en la ejecución de una estrategia dirigida a incrementar el número de afiliados en el Ecuador. Así como facilita herramientas de aplicación adaptadas a la realidad nacional, organiza mesas de trabajo con énfasis en derechos humanos, lucha contra la corrupción y manejo de cadena de valor, como prioridades locales.

Además, ejecuta actividades para facilitar la comprensión y aplicación de los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas en las organizaciones.

La Red tiene la oportunidad de aportar en iniciativas internacionales en sostenibilidad como la conferencia Río+20, las conferencias de Redes locales y los encuentros propiciados desde el Centro Regional de Apoyo al Pacto Global.

5. A nivel mundial… Indicadores en cadenas de valor y ciclo de vida

También a nivel internacional existen varias iniciativas que apoyan la RSE como la "Sustainable Apparel Coalition", conformada por las más grandes empresas del mundo en retail (ropa y calzado) que están trabajando sobre

índices de medición común que permitan maximizar los aspectos de RSE en todo el ciclo de vida.

6. El incremento de Reportes Anuales Integrados

Con el importante movimiento internacional de transparencia empresarial, los Reportes Anuales Integrados serán un imperativo para las empresas en el 2012. Iniciativas como la del Comité Internacional de Reportes Integrados (IIRC por sus siglas en inglés) que están desarrollando un marco internacional para los reportes integrados, darán un gran empuje al movimiento en el 2012.

El reporte integrado anual comunica la información material sobre la estrategia, gobernanza, aspectos sociales y ambientales de la compañía. Ayuda a clarificar las interdependencias críticas entre estrategia, gobernanza operaciones y su desempeño no financiero. El marco creará herramientas para asegurar un reporte consistente y un enfoque para armonizar los estándares. Esto creará un consenso global para difundir el concepto en las instituciones.

7. El medio ambiente en la agenda 2012

En junio de 2012 tuvo lugar la Conferencia organizada por Naciones Unidas sobre medio ambiente llamada Rio+20 (en referencia a la conferencia sobre medio ambiente que se llevó a cabo en la misma ciudad en 1992). Este evento, marcó la agenda del 2012 y sitúan el medio ambiente como tema prioritario de debate. La discusión portará sobre la medición y mitigación de la huella de carbono, las iniciativas del sector privado, la propuesta de Yasuní-ITT (que ya es un referente internacional) y las consecuencias del cambio climático.

En el mes de agosto de 2013 la iniciativa Yasuní-ITT fue derogada por parte del Presidente de la República, sin embargo hasta la presente fecha, existe un importante movimiento de grupos de apoyo a fin de que la iniciativa se reactive.

8. El poder Indignado

Como bien lo recalca la revista TIME del mes de diciembre 2012, el movimiento popular de la primavera árabe, los indignados europeos y el movimiento "Occupy Wall Street" han sido "el personaje del año 2011". No cabe duda que en los siguientes años al 2012 otros países verán surgir movimientos similares de protesta que pretenden "remodelar" la política global y redefinir el poder popular. Estos movimientos se verán apoyados y

reforzados por las redes sociales que facilitan una nueva manera de comunicar y organizarse.

Se concluye entonces que el Ecuador efectivamente se encuentra involucrado en materia de RSE, siendo impulsado principalmente por el sector público (Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, el Ministerio de Ambiente y desconcentradamente por el Consejo Metropolitano de Responsabilidad de Quito), entre estos existe el TSR que se ha mencionado anteriormente.

Una principal característica de la inclusión de la RSE en el Ecuador es la tendencia de trabajo en conjunto con todos los actores de la sociedad a fin de que el beneficio sea colectivo.

2.1.2. Responsabilidad de la empresa ante la sociedad

El Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo INSHT de España, en su Nota Técnica de Prevención No. 644: "Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación" define tres tipos de responsabilidades empresariales (Pujol, 2003).

La RSE según la clasificación del INSHT, expone seis niveles dentro de una categorización de tres tipos de responsabilidades, en donde, las responsabilidades primarias son de carácter obligatorio, se maneja a través del cumplimiento de la reglamentación vigente, se divide en *muy grave* y *grave* según la categoría de importancia del reglamento faltado. Las responsabilidades secundarias no son de carácter obligatorio pero son necesarias para la mejora de la gestión responsable de la empresa y se rige por el incumplimiento de valores éticos, se divide en *muy mejorable* o *mejorable* dependiendo si el incumplimiento afecta o no a la eficiencia de la actividad y procesos productivos, incumplimiento de la demanda social y desatención a políticas de la empresa. Finalmente las responsabilidades terciarias se dividen en *muy aconsejables* o *aconsejables*, estas son totalmente voluntarias y no son ni obligatorias ni necesarias, sin embargo ayudarían en menor cantidad la gestión de la empresa basándose exclusivamente en la política interna de la empresa.

La RSE se ha definido como un aspecto voluntario de las empresas, sin embargo por la permanente presión pública y el desarrollo de iniciativas de apoyo al desarrollo de RSE las empresas se ven cada vez más presionadas a la implementación de prácticas socialmente responsables; considerando que las empresas pueden afectar de manera positiva o negativa a los diferentes grupos de interés.

La RSE considera tres dimensiones: ambiental, social y económica, y la aplicación por parte de las empresas no debe ser equitativa sino que debe ser proporcional a su actividad principal y las repercusiones que generen.

CUADRO No. 01

TIPO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

TIPO DE RESPONSABILIDAD	CLASIFICACIÓN	SIGNIFICADO
RESPONSABILIDADES PRIMARIAS	MUY GRAVES	Incumplimiento de aspectos relevantes de la reglamentación vigente y de derechos fundamentales. Incumplimiento de valores éticos mínimos. Incumplimiento de valores éticos o principios establecidos en la política de empresa, más allá de los mínimos socialmente tolerables en el medio.
	GRAVES	Incumplimiento de algún aspecto reglamentado de menor relevancia o su cumplimiento incompleto o no suficientemente efectivo. Incumplimiento de valores ajenos a lo reglamentado. No atender debidamente a cada uno de los aspectos incluidos como responsabilidades primarias. Cuando ante uno de tales aspectos exista una demanda social significativa que pueda repercutir desfavorablemente en la eficiencia de procesos clave o en la imagen de empresa, la responsabilidad podría ser considerada muy grave.
RESPONSABILIDADES SECUNDARIAS	MUY MEJORABLES	Se trata de un incumplimiento o atención indebida a valores éticos no fundamentales o a aspectos incluidos como responsabilidades secundarias, que por su vinculación con los factores de eficiencia de la actividad y de los procesos productivos, la demanda social existente por los correspondientes grupos de interés o antecedentes existentes en su desarrollo y la relativa facilidad de aplicación en coste y tiempo, la hagan merecedora de tal consideración. También lo serían una atención indebida a aspectos definidos en la política de empresa considerados como responsabilidades secundarias.
	MEJORABLES	Serían aquellos aspectos en los que no se conjugan los tres factores de simultaneidad citados en las responsabilidades consideradas muy mejorables, presentes con especial relevancia: influencia directa en la actividad, demanda social de grupo de interés y facilidad de aplicación.
RESPONSABILIDADES TERCIARIAS	MUY ACONSEJABLES	Se trata de aspectos que responden a intereses de la política de empresa, expectativas de las partes interesadas o demandas sociales relevantes y su vez su aplicación sea viable sin afectar al buen funciona miento de la empresa, contribuyendo a resolver necesidades sociales, contribuyendo en la imagen de empresa.
	ACONSEJABLES	Serían aquellos aspectos que sin estar incluidos en las responsabilidades anteriores muy aconsejables, las hagan convenientes por la importancia de la necesidad social existente y su viabilidad o contribuyan al buen clima laboral y a la buena relación con grupos de interés.

Fuente: NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación

Autor: INSHT NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación

Finalmente a criterio de Rosa Satorras autora del libro “Responsabilidad social corporativa: la nueva “conciencia” de las empresas y entidades” menciona que la empresa sostenible debe cumplir con algunos aspectos de identidad como (Satorras, 2008):

- El valor central de la empresa no es solamente el crecimiento económico, sino el desarrollo sostenible.

- Su objetivo último no es único (la creación de valor para los accionistas), sino triple (el llamado *triple bottom line*), esto es, crear valor económico, medioambiental y social.

- La empresa sostenible busca la satisfacción de la mayor parte de los grupos de interés (los llamados *Stakeholders*), y no sólo de sus accionistas

2.2. LA RSE UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS

2.2.1. Grupos de Interés

Rosa Satorras define a los Grupos de Interés o *Stakeholders* como a todas aquellas personas o instituciones con las que la empresa se relaciona de manera directa o indirecta en su actividad (sindicatos, administraciones e instituciones, poblaciones, ONGs, trabajadores, etc.), grupos todos ellos que cada vez muestran un mayor interés en las actividades empresariales y cuyo nivel de exigencia también es cada vez superior (Satorras, 2008).

En el libro "Responsabilidad Social Corporativa: una nueva cultura empresarial" Ricardo Fernández por su parte define a los Grupos de interés como personas y grupos que se juegan algo en la actuación de la empresa, que se encuentran potencialmente afectados por ella, y que tienen poder para influir en su marcha, independientemente de los vínculos contractuales con la misma. La RSE consiste en ver la posición de las empresas en sociedades complejas y exigentes como una oportunidad (Fernández, 2010).

En conclusión los grupos de interés o *Stakeholders* son todas aquellas personas o grupos que se encuentran relacionadas directa o indirectamente con la empresa y que de alguna manera influencian en ella.

Finalmente Edward Freeman define los grupos de interés como, *"Aquellos individuos o grupos que son afectados, directa o indirectamente, por la forma en que una organización busca lograr sus objetivos"*, a su vez los clasifica en grupos de interés externos y grupos de interés externos (Freeman, 1996).

Los grupos de interés externos son aquellos que afectan la actividad de la empresa desde su exterior e incluye:

Consumidores: Son aquellos que intercambian recursos, normalmente en forma de dinero, por los productos y servicios de la organización.

Proveedores: Son los actores que proporcionan desde el exterior insumos –materias primas, servicios, energía, equipo y mano de obra- para la elaboración de sus productos, de estos depende la calidad como el precio del producto final.

Gobiernos: Es el ente regulador de las empresas, capaz de intervenir en aspectos legislativos, judiciales y de normativa ejecutiva. Estos actúan con el objetivo de ayudar y proteger a las industrias.

Grupos de interés especial: También llamados GIE son aquellos que aprovechan los procesos políticos para afianzar su posición en cuanto a alguna cuestión concreta –armas, aborto, religión, entre otras-.

Defensores de los consumidores: Como su nombre lo señala, son aquellos grupos formados para defender al consumidor, la influencia de estos puede ser tanto positiva como negativa para la organización.

Medios: Los medios de comunicación son un determinante para que la gestión responsable de la empresa mejore por cuanto las empresas se sienten observadas y se ven presionadas a mejorar su gestión.

Sindicatos: Hace referencia a los sindicatos laborales los cuales son formados por especialistas en personal quienes son los que tratan con los trabajadores a fin de realizar una negociación colectiva a fin de mejorar las condiciones de los obreros y empleados.

Instituciones Financieras: Todas aquellas organizaciones que generan una intervención financiera entre las cuales se encuentran bancos comerciales, bancos de inversión y compañías de seguros. Son necesarias para la financiar las operaciones corrientes o de préstamo de las empresas.

Competidores: Todas aquellas empresas que ofertan los mismos o similares productos o servicios de la organización. A fin de obtener ventaja

competitiva la empresa debe o aumentar el tamaño del mercado o ganarle clientes a sus competidores.

Otros grupos de interés: Todos aquellos grupos de interés particulares para cada organización según su giro de negocio.

Los grupos de interés internos son aquellos que no forman parte del ambiente de la organización, ya que forman parte de la organización misma, y forman parte del ambiente que es responsabilidad de un gerente individual:

Empleados: Se define a toda la población trabajadora, misma que se ve afectada por aspectos de carácter demográfico.

Accionistas y consejos de directores: Aquellas personas o grupos que se ven beneficiadas por el rendimiento de la empresa, principalmente de aquellas que cotizan en la bolsa. Mientras, el consejo directivo es aquel que debe estar permanentemente preocupado y observando las finanzas empresariales.

2.2.2. La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE

"Si los trabajadores luchan por mayores salarios, esto es saludable como 'mejora social'; si los hombres de negocios luchan por mayores beneficios, esto es maldecido como codicia"

A. Rand.

Si bien la RSE genera un bien para los trabajadores no solo estos reciben un beneficio, sino que la RSE aplicada de manera correcta debe abarcar a todos los grupos de interés, en algunos casos el beneficio se genera de manera intangible, visible en la sustentabilidad de la empresa, la competitividad y en el envolvimiento de la empresa con la globalización.

El autor Lester Salamon en su obra "Rethinking Corporate Social Engagement: Lesson from Latin America" expone cinco dimensiones que a su vez definen cinco procesos de cambio que las compañías individualmente o países enteros deben acoger a fin de completar una etapa de cambio entre la manera tradicional de filantropía empresarial y la efectiva manera de aplicar la RSE (Salamon, 2010).

La primera dimensión es la *proliferación*, la cual mide el grado en el cual la empresa ha ido más allá del compromiso social, generalmente domina la filantropía tradicional del negocio, la *profesionalización* da un paso más adelante y mide cuanto ha sido reemplazada la filantropía tradicional por un compromiso social mejor estructurado y con un enfoque estratégico, el

asociamiento mide los esfuerzos de las empresas por involucrarse de manera personal con acciones responsables de filantropía aislada, debido principalmente por inspiración religiosa, a pesar de existir mayor esfuerzo, las empresas se desvincularon con actividades de colaboración con otras empresas u organizaciones con fines de lucro, vinculaciones necesarias para generar una gestión real y más tangible en los problemas sociales y económicos del país de manera individual, la *participación* mide el movimiento paternalista en el cual existe un empoderamiento global de la empresa a fin de fomentar de manera real un progreso en la solución de problemas sociales y económicos del país, finalmente la *penetración* mide el grado en el cual la empresa realmente se encuentra involucrada en la práctica de la RSE.

En conclusión, la responsabilidad social en las empresas se debe ejecutar según cinco procesos, cada uno generando una mayor participación directa de la empresa en materia de responsabilidad social. Se concluye también que es indispensable la integración de todos los *Stakeholders* en la aplicación de la RSE

Los beneficios de la RSE se basan en la mayor competitividad de la empresa y la productividad de esta, ambas estrechamente relacionadas, debido a que la generación de una mayor productividad de la empresa la vuelve más competitiva. Sin embargo no son los únicos beneficios que las empresas

alcanzan, según el autor Ricardo Fernández los beneficios se clasifican en dos, a nivel externo y a nivel interno (Fernández, 2010):

A nivel externo:

- Posicionamiento y diferenciación de marca.
- Incremento de notoriedad.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de clientes.
- Mejora de imagen de marca.
- Mejora de imagen corporativa.
- Mejora la relación con el entorno (nuevas estrategias de comunicación, atracción de medios, etc.).
- Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.
- Mejora de las relaciones con sindicatos y administración pública.
- Descuentos publicitarios.
- Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.
- Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra de los consumidores.
- Acceso a nuevos segmentos de mercado.

A nivel interno:

- Fidelidad y compromiso de los trabajadores.
- Mejora del clima laboral, la productividad y calidad.
- Mejora de la comunicación interna.
- Fomento de una determinada cultura corporativa.
- Desarrollo de innovadoras estrategias comerciales.
- Obtención de incentivos fiscales.
- Proporciona valor añadido a los accionistas.

En resumen la RSE no solo beneficia a todos los grupos de interés, sino que también genera un impacto positivo a cada uno de ellos dentro de la gestión de la empresa. Es importante resaltar que los beneficios son en su mayoría intangibles y que se generan al mediano y largo plazo.

2.3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

2.3.1. Normativa internacional

Dentro de la normativa internacional existen varios documentos, tratados, legislaciones, declaraciones entre otros, que ofrecen directrices para una gestión responsable de las empresas, varios de estos instrumentos son de

carácter internacional, uno de ellos, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobado por la Asamblea General de Naciones Unidas en 1948 es considerado el impulsor de todas las acciones de RSE (Urcelay, 2006).

Entre los documentos más relevantes se encuentran:

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Nace de la propuesta realizada por el Secretario General de las Naciones Unidas en enero de 1999 y aprobado el 26 de julio del 2000. El Pacto Mundial no es un código de conducta. Por el contrario ofrece un marco de acción para la organización y promueve el desarrollo de estrategias de sostenibilidad, al tiempo que ofrece una plataforma basada en principios universales que fomentan iniciativas innovadoras y alianzas con la sociedad civil, los gobiernos y otras partes interesadas.

El Pacto Mundial se basa en diez principios los mismos que están vinculados con declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción (Naciones Unidas, 2000).

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

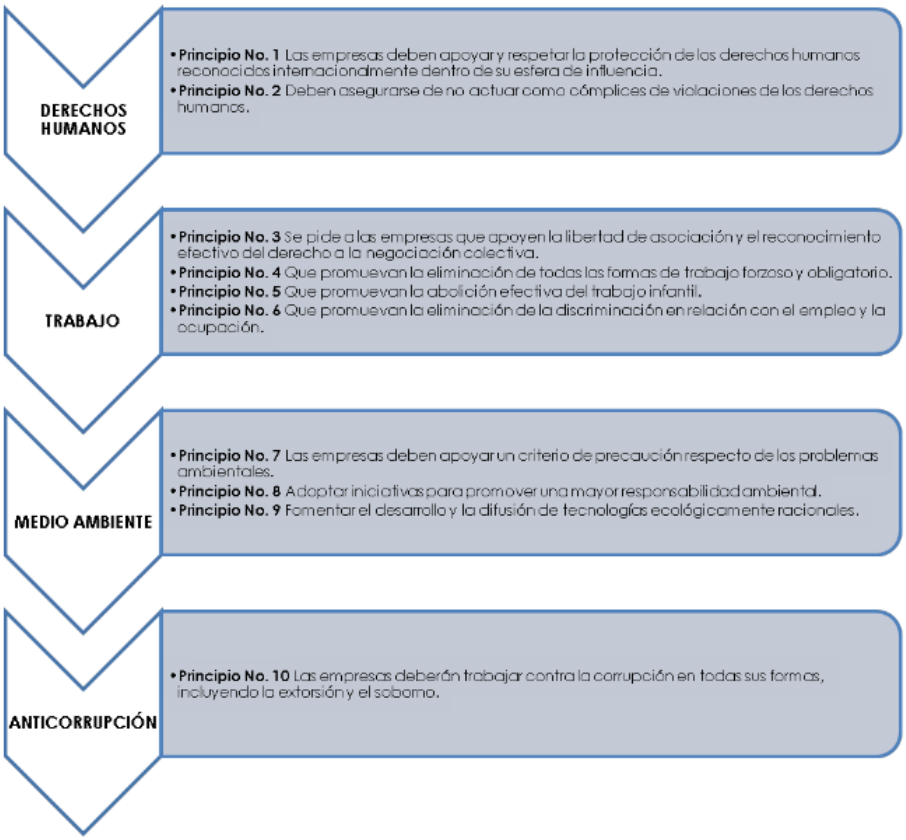
Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

En el gráfico No. 01 se aprecia en resumen los diez principios del Pacto Mundial:

GRAFICO No. 01

PRINCIPIOS UNIVERSALES DEL PACTO MUNDIAL



Fuente: Universidad Santiago de Cali
Elaborado por: Universidad Santiago de Cali

Ocho Objetivos del milenio

Los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, son ideales de beneficio común que 191 Estados Miembros de las Naciones Unidas convinieron en tratar de alcanzar para el 2015, el Ecuador es signatario de estos objetivos.

La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, firmada en septiembre de 2000, compromete a los dirigentes mundiales a luchar contra la pobreza, el hambre, la enfermedad, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer. Los ODM, derivados de esta Declaración, tienen metas e indicadores específicos (Organización Mundial de Salud, 2013). En el cuadro No. 02 se detalla los objetivos mencionados.

Directrices de la OCDE para empresas multinacionales

En el libro "La Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las PYMES" del autor Jaime Urcelay, se menciona que en 1976 los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) acordaron las Líneas Directrices OCDE para las Empresas Multinacionales, integradas junto con un conjunto de herramientas OCDE de fomento de condiciones favorables a la inversión extranjera como catalizador para un crecimiento y desarrollo sostenible, así como para la reducción de la pobreza.

Las Directrices son "recomendaciones de los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en su territorio" y abarcan no sólo a las multinacionales sino además a todas las empresas donde quiera que operen, extendiendo su alcance a toda la cadena de suministro. Se anima también a

las PYMES s a cumplirlas en la mayor medida posible, reconociendo las limitaciones que, en este orden, pueden tener.

CUADRO No. 02

OBJETIVOS DEL MILENIO

OBJETIVO	META UNIVERSAL
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a un dólar por día. Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre.
Educación universal	Velar para que en 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.
Igualdad entre los géneros	Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente en 2005, y en todos los niveles de enseñanza antes de finales de 2015.
Reducir la mortalidad de los niños	Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015 la tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años.
Mejorar la salud materna	Reducir entre 1990 y 2015, la tasa de mortalidad materna en tres cuartas partes.
Combatir el VIH/SIDA	Detener y comenzar a reducir, para 2015, la propagación de la epidemia del VIH/Sida Detener y comenzar a reducir, para 2015, la incidencia de paludismo y otras enfermedades graves.
Sostenibilidad del medio ambiente	Incorporar los principios del Desarrollo Sostenible a las políticas y los programas nacionales, y propender por la reducción del agotamiento de los recursos naturales, la degradación de la calidad del medio ambiente, la eliminación del consumo de sustancias agotadoras de la capa de ozono (SAO) y la reducción de las emisiones de CO2. Reducir a la mitad, para 2015, el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible a agua potable.
Fomentar una asociación mundial	Haber mejorado en forma considerable, antes del año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios. Se pretende que los países desarrollados movilicen recursos, condonen compromisos de deuda externa, transfieran tecnología, fomenten un ambiente financiero favorable y un acceso más amplio y equitativo de sus mercados a los productos de los países en desarrollo.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas.
Elaborado por: ONU

El instrumento busca que las multinacionales contribuyan al progreso económico, social y medioambiental, respeten los derechos humanos, de igual manera fomenten la creación del capital humano en los países donde trabajan, aseguren la transparencia, se abstengan de acciones discriminatorias o disciplinarias que vayan contra la buena fe y fomenten la aplicación de las mismas normas para sus socios, entre otras cosas.

En este sentido, enuncian principios y normas voluntarias, compatibles con las legislaciones aplicables, para la conducta responsable de las empresas en áreas como el acceso a la información, el empleo y relaciones laborales, el medio ambiente, la lucha contra la corrupción, los intereses de los consumidores, ciencia y tecnología o la competencia y la fiscalidad.

Los gobiernos que han suscrito las Directrices deben promover y fomentar su uso a través de "Puntos Nacionales de Contacto" y asumir la responsabilidad de dar a conocer entre las empresa nacionales y promoverlas en los países que no pertenecen a la OCDE (Urcelay, 2006).

A partir del año 1960 se funda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), compuesta actualmente por treinta y cuatro Estados, con la misión de promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo (La OCDE, s.f.).

La OCDE en cumplimiento a su misión realizó un conjunto de directrices de responsabilidad social para las empresas multinacionales, las mismas que han sido revisadas por última vez en el año 2000, estas directrices son del gobierno para la empresa. Este instrumento toma en consideración las tres aristas de la RSE, social, económica y ambiental.

A pesar de que la guía se encuentra enfocada a las empresas multinacionales estas no excluyen a las PYMES, las cuales también pueden acogerlas, es importante mencionar que su aplicación es voluntaria, como característica general de las toda normativa de RSE.

NORMA ISO 26000

La ISO 26000 fue publicada el primero de noviembre de 2010, ayuda a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Promueve un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementa otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Al aplicar la Norma ISO 26000 es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como las diferencias en las condiciones económicas, siempre que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento. Es importante recalcar que esta norma no es certificable.

Principios

La ISO 26000 aconseja adoptar, como mínimo, siete principios, a fin de facilitar la integración de la RSE en toda la organización. La importancia de estos principios es la misma, es decir, que ninguno tiene prioridad sobre otro.

- *Rendición de cuentas*

  La rendición de cuentas es una cuestión fundamental para poder llevar a cabo una correcta integración de la RSE. La ISO 26000 invita a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos.

- *Transparencia*

La ISO 26000 aconseja a las organizaciones ser transparentes en aquellas actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente. De este modo, sugiere que la organización debería suministrar toda la información que requieran las partes interesadas, en un lenguaje accesible e inteligible. El principio excluye, sin embargo, que se publique la información protegida por la propiedad intelectual o la que pueda causar incumplimientos de obligaciones legales.

- *Comportamiento Ético*

Postula que, para tener un impacto verdaderamente positivo en el desarrollo sostenible, la organización debería regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, lo que significa que la empresa no debería perseguir únicamente el beneficio económico, sino también tratar de maximizar los impactos positivos en su entorno social y medioambiental, y minimizar los negativos.

- *Respeto a los intereses de las partes interesadas*

La norma señala que la organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas.

- *Respeto al principio de legalidad*

La ISO 26000 aconseja respetar el principio de legalidad o supremacía del derecho, lo que pasa por reconocer que ningún individuo u organización tiene la potestad de actuar fuera de la ley.

- *Respeto a la normatividad internacional de comportamiento*

ISO 26000 invita a respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales. Y para el caso de que la ley de su jurisdicción entre en colisión con la normativa internacional, la organización debería revisar la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción y evitar ser cómplice de comportamientos que no sean compatibles con la normativa internacional de RSE.

- *Respeto a los derechos humanos*

La organización debe respetar los derechos humanos, así como reconocer su importancia y universalidad, es decir, que estos derechos son aplicables a todos los individuos de todos los países y culturas.

Las declaraciones de la OIT sobre derechos fundamentales en el trabajo

Al igual que la OCDE la Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece un marco de derechos fundamentales en el orden laboral que apoyan la RSE, que Jaime Urcelay refiere en su obra antes citada.

Dentro de las declaraciones más relevantes se encuentra la Declaración Tripartita sobre la Empresa Multinacionales y la Política Social, adoptada por la OIT en 1977 y revisada en el 2000 para incorporar los principios y derechos fundamentales en el trabajo que la propia OIT aprobó en 1998.

A través de esta declaración "se ofrece a las empresas multinacionales, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales" y los incita a colaborar equilibrando sus roles y responsabilidades.

Estas declaraciones tienen como objetivo fomentar una contribución positiva de las empresas al progreso económico y social, así como minimizar y resolver las dificultades que las actividades de estas corporaciones pueden generar. Contiene directrices de RSE universalmente aceptadas y se aplica en todos los países donde operan multinacionales. (Urcelay, 2006).

*Modelo de calidad de la "European. Foundation for Quality Management (*EFQM*)"*

La EFMQ es una fundación sin ánimos de lucro, que cuenta con más de 500 socios de 55 países, la misma que tiene su sede en Bruselas, esta fundación en aporte a la RSE definió un Modelo de Calidad y Excelencia que tiene como objetivo la autoevaluación y la determinación de los procesos de mejora continua de las empresas, públicas como privadas.

El modelo parte en la década de los 80s y es un referente en el ámbito de la Unión Europea, y el Premio Europeo a la Calidad que se ha convertido en una referencia para muchas empresas públicas de los diferentes países miembros de la Unión. La concesión de este premio se basa en los criterios del modelo de Excelencia Empresarial, (EFMQ, 2012).

En el grafico No. 02 se observa en breve la estructura del modelo EFMQ de excelencia, el mismo que divide la organización en nueve partes (rectángulos blancos), las mismas que constituyen aspectos o temas que el modelo plantea trabajar. A su vez cada criterio se divide en subcriterios, lo que permite desagregar el tema a tratar en aspectos más pequeños y concretos, lo que facilita su comprensión y aplicación.

Estos aspectos se clasifican en dos grupos, agentes facilitadores y resultados como se observa en el gráfico, la interacción de “lo que hace” con “lo que consigue” en el modelo, genera una línea de innovación y aprendizaje.

GRÁFICO No. 02

CRITERIOS DEL MODELO DE EXCELENCIA EMPRESARIAL



Fuente: EFQM
Elaborado por: EFQM

A continuación se detallan los principales conceptos del modelo EFQM:

- Orientación hacia los resultados.
- Orientación al cliente.
- Liderazgo y coherencia.
- Gestión por procesos y hechos.
- Desarrollo e implicación de las personas.
- Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora.
- Desarrollo de alianzas.
- Responsabilidad social de la organización.

El principal objetivo del modelo es generar una gestión más eficaz y eficiente, a través de la identificación de las debilidades y fortalezas de la empresa, una vez identificados estos se procede a la aplicación de la mejora continua.

2.3.2. Memorias de Sostenibilidad

Dentro de las memorias de sostenibilidad según el autor Fernando Navarro en su libro "Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica" menciona que un informe de RSE debe cumplir principalmente con ciertos objetivos, entre los cuales se encuentran (Navarro, 2012):

- Compromiso público con los Stakeholders
- Afrontar las exigencias del mercado
- Consolidar la confianza de la empresa desde una óptica interna y externa

De manera que un informe de RSE debe en primer lugar, ser transparente para todos los grupos de interés de la empresa, tanto internos como externos, es decir que la información debe ser transparente, real y principalmente debe cumplir con las exigencias del mercado, en cuanto la información que se incluya debe ser de utilidad, no es útil sino refleja las acciones que realmente la empresa está tomando para mejorar las prácticas de RSE, es decir en el ámbito económico, social y ambiental, poniendo mayor énfasis según el rol principal de la empresa.

No hay que olvidar que el presentar Memorias de Sostenibilidad, genera un beneficio para la empresa, por cuanto estas consolidan la confianza hacia la empresa desde una óptica tanto interna como externa.

El GRI es la guía para la elaboración de las memorias de sostenibilidad donde se expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización con el objetivo que las memorias de sostenibilidad presentadas por las empresas sean más estratégicas, más creíbles y más fáciles de comprender por parte de los stakeholders.

Una memoria de sostenibilidad es la plataforma clave para comunicar impactos de sostenibilidad positivos y negativos, y para capturar información que pueda influir en la política de la organización, su estrategia y sus operaciones de manera continua (Gobal Reporting Initiative, s.f.).

De igual manera el GRI enumera las ventajas de la elaboración de las Memorias de sostenibilidad entre otras:

- Mejora la comprensión de los riesgos y las oportunidades a los que se enfrentan.
- Mejora su reputación y la lealtad a la marca.
- Facilita a los grupos de interés la comprensión acerca del desempeño y los impactos de sostenibilidad.
- Hace énfasis en la relación entre el desempeño financiero y no financiero.
- Influye en las políticas y la estrategia gerencial a largo plazo, así como en los planes de negocios.
- Compara y evalúa el desempeño en materia de sostenibilidad con respecto a lo establecido en las leyes, normas, códigos, normas de funcionamiento e iniciativas voluntarias.
- Demuestra cómo la organización ejerce influencia y es influenciada por las expectativas relacionadas con el desarrollo sostenible.

- Compara el desempeño internamente a lo largo del tiempo, así como con otras organizaciones.

Las ventajas de las Memorias de Sostenibilidad que el GRI describe son bastante similares a las descritas por el autor Fernando Navarro, sin embargo hace énfasis en que los informes no deben ser exclusivamente financieros sino que se debe mostrar la gestión no financiera.

CAPÍTULO III

TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIIU C28 FABRICACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

3.1. LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ECUADOR Y SU COMPORTAMIENTO.

La Cámara de Industrias de Guayaquil en su boletín de Estadísticas Económicas a marzo de 2009 menciona que la industria manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; su contribución al producto interno bruto nacional es alrededor del 14%. La rama que más aporta a la producción de este sector es la de alimentos y bebidas. Los productos de la industria que más se exportan son: productos del mar, vehículos y sus partes, extractos y aceites de vegetales, manufacturas de metales y jugos y conservas. Las importaciones del sector industrial representan alrededor del 43% de las importaciones totales (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2009).

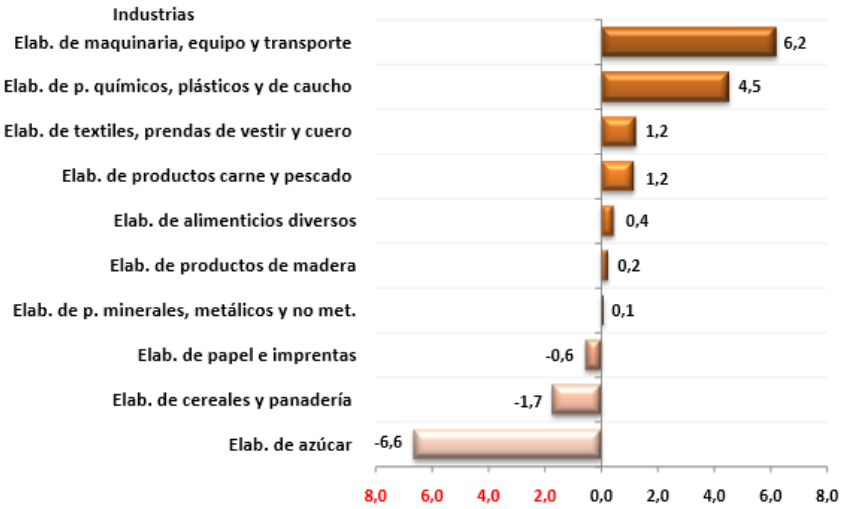
El Banco Central del Ecuador por su parte en su Análisis de las Cuentas Nacionales Trimestrales de Septiembre de 2011 expone que la industria

manufacturera (actividad económica que no incluye a la refinación de petróleo) en el segundo trimestre de 2011, presentó un incremento de 1.7% con relación al trimestre anterior y su contribución al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) fue positiva en 0.23%. El VAB (Valor Agregado Bruto) de esta industria registró un aumento de 5.9%, en relación con el segundo trimestre de 2010. Es decir que en general la industria manufacturera tiene una tendencia al crecimiento, sin embargo esto no es para todas las industrias, en el gráfico No. 02 se muestra la evolución del VAB de las diferentes industrias manufactureras (Banco Central del Ecuador, 2012):

Encabezando la lista se encuentra Elaboración de maquinaria, equipo y transporte, demostrando que el subsector CIIU C 28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., se encuentra vinculado entre los sectores con mayor aporte en las industrias manufactureras.

GRÁFICO No. 03

EVOLUCIÓN DEL VAB EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, 2012



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIIU C 28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas esta división comprende la fabricación de maquinaria y equipo que actúan de manera independiente sobre los materiales ya sea mecánica o térmicamente, o que realizan operaciones sobre los materiales (como el manejo, el rociado, el pesado o el embalado), incluidos sus componentes mecánicos que producen y aplican fuerza, y cualquier parte primaria fabricada especialmente. Se incluye la fabricación de aparatos fijos y

móviles o manuales, destinados a ser utilizados en actividades industriales, de construcción y de ingeniería civil, en la agricultura o en el hogar. Se incluye también la fabricación de equipo especial para el trasporte de pasajeros o de carga en zonas delimitadas (Naciones Unidas, 2009).

Se establece una distinción entre la fabricación de maquinaria de uso especial, es decir, maquinaria de uso exclusivo en una industria o en un pequeños grupo de industrias de la CIIU, y la de maquinaria de uso general, es decir, de maquinaria que se utiliza para una amplia gama de industrias de la CIIU.

Se incluye también la fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial no clasificados en otra parte, que sean utilizados o no en un proceso de manufactura, como equipo para atracciones de feria, equipo automático para boleras, etcétera.

No se incluye la fabricación de productos de metal de uso general, aparatos de control conexos, equipo informático, equipo de medición y de prueba, aparatos de distribución y control de la energía eléctrica ni de vehículos automotores de uso general.

3.3. SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

En base a las características del subsector, las Naciones Unidas divide en dos subactividades al subsector CIIU C 28: Fabricación de maquinaria de uso general y fabricación de maquinaria de uso especial, el detalle de la clasificación se detalla en el Cuadro No. 03:

CUADRO No. 03

CLASIFICACIÓN CIIU C 28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.

División	Grupo	Clase	Descripción
28	**Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.**		
	281	**Fabricación de maquinaria de uso general**	
		2811	Fabricación de motores y turbinas, excepto motores para aeronaves, vehículos automotores y motocicletas
		2812	Fabricación de equipo de propulsión de fluidos
		2813	Fabricación de otras bombas, compresores, grifos y válvulas
		2814	Fabricación de cojinetes, engranajes, trenes de engranajes y piezas de transmisión
		2815	Fabricación de hornos, hogares y quemadores
		2816	Fabricación de equipo de elevación y manipulación
		2817	Fabricación de maquinaria y equipo de oficina (excepto ordenadores y equipo periférico)
		2818	Fabricación de herramientas de mano motorizadas
		2819	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general
	282	**Fabricación de maquinaria de uso especial**	
		2821	Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal
		2822	Fabricación de maquinaria para la conformación de metales y de máquinas herramienta
		2823	Fabricación de maquinaria metalúrgica
		2824	Fabricación de maquinaria para la explotación de minas y canteras y para obras de construcción
		2825	Fabricación de maquinaria para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco
		2826	Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos textiles, prendas de vestir y cueros
		2829	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial

Fuente: Naciones Unidas
Elaborado por: Francisco Núñez

3.3.1. Fabricación de maquinaria de uso general

Este grupo comprende la Fabricación de maquinaria de uso general, es decir, maquinaria que se utiliza en una amplia gama de industrias de la CIIU. Puede incluir la Fabricación de componentes utilizados en la Fabricación de diversos otros tipos de maquinaria o la Fabricación de maquinaria de apoyo para otras actividades (Naciones Unidas, 2009).

3.3.1.1. Fabricación de motores y turbinas, excepto motores para aeronaves, vehículos automotores y motocicletas

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de motores de combustión interna con pistones, excepto motores de propulsión de vehículos automotores, aeronaves y motocicletas:
    - Motores marinos
    - Motores para locomotoras

- Fabricación de pistones, aros de pistón, carburadores y piezas similares para todo tipo de motores de combustión interna, motores diésel, etcétera
- Fabricación de válvulas de admisión y de escape para motores de combustión interna
- Fabricación de turbinas y partes de turbinas:

    - Turbinas de vapor de agua y otros tipos de vapor
    - Turbinas hidráulicas, ruedas hidráulicas y maquinaria para su regulación
    - Turbinas eólicas
    - Turbinas de gas, excepto turbopropulsores de reacción o de hélice para la
    - Propulsión de aeronaves

- Fabricación de turbo calderas
- Fabricación de turboalternadores

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de generadores eléctricos (excepto turbogeneradores);

- Fabricación de generadores de impulsión (excepto turbogeneradores);
- Fabricación de equipo y componentes eléctricos para motores de combustión interna;
- Fabricación de motores para la propulsión de vehículos automotores, aeronaves y Motocicletas;
- Fabricación de turbopropulsores de reacción y de hélice;

3.3.1.2. Fabricación de equipo de propulsión de fluidos

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de componentes hidráulicos y neumáticos (incluidas bombas hidráulicas, motores hidráulicos, cilindros hidráulicos y neumáticos, válvulas hidráulicas y neumáticas, tubos y empalmes hidráulicos y neumáticos)
- Fabricación de equipo de preparación del aire para sistemas neumáticos
- Fabricación de sistemas de propulsión de fluidos
- Fabricación de equipo de transmisión hidráulico

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de compresores;
- Fabricación de bombas y válvulas para aplicaciones distintas de las de propulsión
- De fluidos;
- Fabricación de equipo de transmisión mecánico;

3.3.1.3. Fabricación de otras bombas, compresores, grifos y válvulas

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de bombas de aire y de vacío, compresores de aire y otros compresores de gas
- Fabricación de bombas para líquidos, tengan o no dispositivos de medición
- Fabricación de bombas para motores de combustión interna: bombas de aceite, agua y combustible para vehículos automotores, etcétera

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de grifos y válvulas industriales, incluidos válvulas de regulación y grifos de admisión
- Fabricación de grifos y válvulas sanitarios
- Fabricación de grifos y válvulas de calefacción
- Fabricación de bombas manuales

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de válvulas de caucho vulcanizado sin endurecer, vidrio o materiales cerámicos,
- Fabricación de equipo de transmisión hidráulico;
- Fabricación de válvulas de admisión y de escape de motores de combustión interna;

3.3.1.4. Fabricación de cojinetes, engranajes, trenes de engranajes y piezas de transmisión

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de cojinetes de bota y de rodillo y de partes de cojinetes
- Fabricación de equipo mecánico de transmisión:

- Ejes y manivelas de transmisión, ejes de levas, cigüeñales, manivelas, etc.
- Cajas de cojinetes y cojinetes simples para ejes

- Fabricación de engranajes, trenes de engranajes y cajas de engranajes y otros dispositivos para cambios de marchas
- Fabricación de embragues y acoplamientos de ejes
- Fabricación de volantes y poleas
- Fabricación de eslabones articulados
- Fabricación de cadenas de transmisión

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de otros tipos de cadenas;
- Fabricación de embragues electromagnéticos;
- Fabricación de subensamblados para equipo de transmisión de fuerza motriz que pueden considerarse partes de vehículos o aeronaves;

3.3.1.5. Fabricación de hornos, hogares y quemadores

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de hogares y hornos eléctricos y de otro tipo para uso industrial y de laboratorio, incluidos incineradores
- Fabricación de quemadores
- Fabricación de calentadores de ambiente eléctricos fijos y calentadores eléctricos para piscinas
- Fabricación de equipo fijo de calefacción de uso doméstico, como calefacción
- Solar, calefacción por vapor, calefacción de fuel y equipo similar
- Fabricación de hornos eléctricos de uso doméstico (hornos de aire a presión,
- Bombas de calor, etcétera) y hornos no eléctricos de aire a presión de uso Doméstico
- Se incluyen también las siguientes actividades:
- Fabricación de cargadores mecánicos, parrillas mecánicas, descargadores mecánicos de cenizas, etcétera

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de hornos de uso doméstico;
- Fabricación de secadoras agrícolas;
- Fabricación de hornos de panadería;
- Fabricación de secadoras para madera, pasta de madera, papel o cartón;
- Fabricación de esterilizadores médicos, quirúrgicos o de laboratorio;
- Fabricación de hornos de laboratorio (odontológicos);

3.3.1.6. Fabricación de equipo de elevación y manipulación

Esta clase comprende las siguientes actividades:

Fabricación de maquinaria de elevación, manipulación, carga o descarga, manual o eléctrica:

- Polipastos y elevadores, cabrias, cabrestantes y gatos
- Grúas de brazo móvil, grúas corrientes, bastidores elevadores móviles, camiones de pórtico alto, etcétera
- Carretillas de faena, estén provistas o no de equipo de elevación o manipulación, y sean autopropulsadas o no,

como las que se utilizan en fábricas (incluidos carretillas y carros de mano)

- Manipuladores mecánicos y robots industriales diseñados especialmente para operaciones de elevación, manipulación, carga o descarga
- Fabricación de cintas transportadoras, teleféricos, etcétera
- Fabricación de ascensores, escaleras mecánicas y pasillos rodantes
- Fabricación de partes y piezas especiales para equipo de elevación y manipulación

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de elevadores y cintas transportadoras de funcionamiento continúo
- Para uso subterráneo;
- Fabricación de palas mecánicas, excavadoras y cargadoras de cucharón;
- Fabricación de robots industriales para usos múltiples;
- Fabricación de camiones grúa, grúas flotantes, grúas de ferrocarril,
- Instalación de ascensores y elevadores;

3.3.1.7. Fabricación de maquinaria y equipo de oficina (excepto ordenadores y equipo periférico)

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de máquinas calculadoras
- Fabricación de máquinas de sumar y máquinas registradoras
- Fabricación de calculadoras, electrónicas o no
- Fabricación de máquinas para el franqueo y la manipulación de correspondencia(máquinas para llenar y cerrar sobres y para imprimir direcciones, máquinas para abrir, clasificar y escanear correspondencia), máquinas de encolar
- Fabricación de máquinas de escribir
- Fabricación de máquinas de estenotipia
- Fabricación de equipo de encuadernación del tipo utilizado en oficinas (es decir, para encuadernar con plástico o con cinta adhesiva)
- Fabricación de máquinas para rellenar cheques
- Fabricación de máquinas para contar y envolver monedas
- Fabricación de afiladores de lápices

- Fabricación de grapadoras y quitagrapas
- Fabricación de máquinas de votación
- Fabricación de portarrollos para cinta adhesiva
- Fabricación de punzones
- Fabricación de máquinas registradoras accionadas mecánicamente
- Fabricación de fotocopiadoras
- Fabricación de cartuchos de tinta
- Fabricación de pizarras, encerados y tableros para escribir con rotulador
- Fabricación de dictáfonos

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de ordenadores y equipo periférico;

3.3.1.8. Fabricación de herramientas de mano motorizadas

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de herramientas de mano con motor autónomo eléctrico o no eléctrico, o de aire comprimido, como:

  - Sierras circulares o alternativas
  - Taladros y perforadoras de percusión
  - Lijadoras de mano motorizadas
  - Clavadoras neumáticas
  - Pulidoras
  - Tupíes
  - Afiladoras
  - Engrapadoras
  - Remachadoras neumáticas
  - Cepilladoras
  - Cizallas y recortadoras de chapa
  - Aprieta tuercas neumáticos de percusión
  - Clavadoras motorizadas

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de equipo eléctrico de mano para soldadura autógena y soldadura blanda;

3.3.1.9. Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de equipo industrial de refrigeración o de congelación, incluidos conjuntos montados de componentes principales
- Fabricación de aparatos de acondicionamiento de aire, incluidos los utilizados en vehículos automotores
- Fabricación de ventiladores distintos de los de uso doméstico
- Fabricación de básculas y balanzas (excepto balanzas de precisión para laboratorios):
    - Balanzas de uso doméstico, balanzas de plataforma, balanzas de pesada continua, básculas para vehículos, pesas, etcétera

- Fabricación de maquinaria y aparatos de filtrado o depuración de líquidos
- Fabricación de equipo para proyectar, dispersar o pulverizar líquidos o polvos:

    - Pistolas de pulverización, extintores de incendios, máquinas de limpieza por chorro de arena, máquinas de limpieza al vapor, etcétera
    - Fabricación de maquinaria para empaquetar y envolver:
    - Máquinas para llenar, cerrar, sellar, encapsular, etiquetar, etcétera

- Fabricación de maquinaria para limpiar o secar botellas y para la aireación de bebidas
- Fabricación de plantas destiladoras y rectificadoras para las refinerías de petróleo, la industria química, la industria de elaboración de bebidas, etc.
- Fabricación de intercambiadores de calor
- Fabricación de maquinaria para licuar aire o gas
- Fabricación de generadores de gas

- Fabricación de calandrias y otras máquinas de laminado, y de rodillos para esas máquinas (excepto las laminadoras de metal y vidrio)
- Fabricación de centrifugadoras (excepto descremadoras y secadoras de ropa)
- Fabricación de juntas y piezas de empalme similares hechas de una combinación de materiales y de capas de un mismo material
- Fabricación de máquinas automáticas de venta de productos
- Fabricación de partes y piezas de maquinaria de uso general
- Fabricación de dispositivos de ventilación de desvanes (ventiladores de tejado, etcétera)
- Fabricación de niveles, cintas métricas y herramientas de mano similares, herramientas de precisión para mecánicos (excepto instrumentos ópticos)
- Fabricación de equipo no eléctrico de soldadura autógena y de soldadura blanda

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de balanzas de precisión (del tipo utilizado en laboratorios);
- Fabricación de equipo de refrigeración o congelación de uso doméstico;
- Fabricación de ventiladores de uso doméstico;
- Fabricación de equipo eléctrico de soldadura autógena y de soldadura blanda;
- Fabricación de aspersores de uso agrícola;
- Fabricación de máquinas laminadoras de metal y vidrio y de los rodillos para
- Esas máquinas;
- Fabricación de secadoras agrícolas;
- Fabricación de maquinaria para filtrar o depurar alimentos;
- Fabricación de descremadoras;
- Fabricación de secadoras de ropa de uso comercial;
- Fabricación de maquinaria para estampar textiles;

3.3.2. Fabricación de maquinaria de uso especial

Este grupo comprende la fabricación de maquinaria de uso especial, es decir, de maquinaria para uso exclusivo en una industria o un pequeño grupo de industrias de la CIIU. Aunque la mayor parte de esa maquinaria suele utilizarse en otros procesos manufactureros, como elaboración de alimentos o Fabricación de productos textiles, se incluye también en este grupo la Fabricación de maquinaria destinada específicamente a otras industrias (no manufactureras), como equipo de lanzamiento de aviones o equipo para parques de atracciones (Naciones Unidas, 2009).

3.3.2.1. Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de tractores utilizados en actividades agropecuarias y silvícolas
- Fabricación de tractores de manejo a pie (dirigidos por una persona desde fuera)
- Fabricación de segadoras, incluidas segadoras de césped

- Fabricación de remolques y semirremolques de carga y descarga automática para uso agrícola
- Fabricación de máquinas utilizadas en la agricultura para preparar los suelos, plantar o abonar:
    - Arados, esparcidoras de estiércol, sembradoras, rastrilladoras, etcétera
- Fabricación de máquinas para la recolección y trilla:
    - Cosechadoras, trilladoras, cribadoras, etcétera
- Fabricación de máquinas de ordeñar
- Fabricación de aspersores de uso agrícola
- Fabricación de maquinaria diversa de uso agropecuario:
    - Máquinas utilizadas en la avicultura y la apicultura, equipo para la preparación de pienso, etcétera
    - Máquinas para limpiar, seleccionar y clasificar huevos, fruta, etcétera

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de herramientas de mano no eléctricas de uso agrícola;
- Fabricación de cintas transportadoras para explotaciones agropecuarias;
- Fabricación de herramientas de mano eléctricas;
- Fabricación de descremadoras;
- Fabricación de maquinaria para limpiar, cribar y clasificar semillas, granos y leguminosas secas;
- Fabricación de tractores para semirremolques de circulación por carretera;
- Fabricación de remolques y semirremolques de circulación por carreteras;

3.3.2.2. Fabricación de maquinaria para la conformación de metales y de máquinas herramienta

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de máquinas herramienta para trabajar metales y otros materiales (madera, hueso, piedra, caucho endurecido, plásticos duros, vidrio en frío, etcétera), incluidas las que utilizan rayos láser, ondas

ultrasónicas, arcos de plasma, impulsos magnéticos, etcétera

- Fabricación de máquinas herramienta para tornear, perforar, fresar, conformar, cepillar, taladrar, rectificar, etcétera
- Fabricación de máquinas herramienta para estampar y prensar
- Fabricación de punzonadoras, prensas hidráulicas, machacadoras hidráulicas, martinetes, máquinas de forjar, etcétera
- Fabricación de bancos de trefilar, máquinas de aterrajar por laminado a presión y máquinas para trabajar alambre
- Fabricación de máquinas fijas para clavar, engrapar, encolar y montar de otra manera madera, corcho, hueso, ebonita o plásticos duros, etcétera
- Fabricación de taladradoras rotatorias y de percusión, limadoras, remachadoras, cortadoras de láminas de metal, etcétera
- Fabricación de prensas para la Fabricación de tableros de partículas y productos similares
- Fabricación de maquinaria para galvanoplastia

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de partes, piezas y accesorios para las máquinas herramienta anteriormente enumeradas: mandriles de sujeción, cabezales divisorios y otros accesorios especiales para máquinas herramienta

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de accesorios intercambiables para herramientas de mano y para máquinas herramienta (brocas, punzones, matrices, machos de aterrajar, fresas, gubias de tornero, hojas de sierra, cuchillas, etcétera);
- Fabricación de cautines y pistolas de soldar eléctricos de mano;
- Fabricación de herramientas de mano motorizadas;
- Fabricación de maquinaria utilizada en talleres de fundición y trabajo de metales;
- Fabricación de maquinaria para la explotación de minas y canteras;

3.3.2.3. Fabricación de maquinaria metalúrgica

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de máquinas y equipo para la manipulación de metales en caliente:
    - Convertidores, lingoteras, calderos de colada, máquinas de fundir
- Fabricación de máquinas laminadoras de metal y de rodillos para esas máquinas

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de bancos de trefilar;
- Fabricación de moldes y cajas de moldeo (excepto lingoteras);
- Fabricación de máquinas para la Fabricación de moldes de fundición;
- Fabricación de maquinaria para la explotación de minas y canteras y para obras de construcción
- Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de elevadores y cintas transportadoras de marcha continúa para uso en obras subterráneas
- Fabricación de maquinaria para perforar, cortar, hincar y tunelar (destinada o no a obras subterráneas)
- Fabricación de maquinaria para el tratamiento de minerales mediante cribado, clasificación, separación, lavado, trituración, etcétera
- Fabricación de mezcladoras de hormigón y mortero
- Fabricación de maquinaria para el movimiento de tierras:

    - Topadoras corrientes, topadoras de pala angular, explanadoras, niveladoras, trabillas, palas mecánicas, cargadoras de cucharón, etcétera

- Fabricación de máquinas para hincar y arrancar pilotes, esparcidoras de hormigón, esparcidoras de asfalto, maquinaria para pavimentar con hormigón, etc.
- Fabricación de tractores de oruga y tractores utilizados en obras de construcción y en la explotación de minas y canteras

- Fabricación de palas para topadoras corrientes y de pala angular
- Fabricación de camiones con volquete para todo terreno

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de equipo de elevación y manipulación;
- Fabricación de otros tractores,
- Fabricación de máquinas herramienta para trabajar la piedra, incluidas máquinas para hendir y exfoliar la piedra;
- Fabricación de camiones hormigonera;
- Fabricación de locomotoras y vagones para ferrocarriles mineros;

3.3.2.4. Fabricación de maquinaria para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de secadoras agrícolas
- Fabricación de maquinaria para la industria lechera:

- Descremadoras
- Maquinaria para la elaboración de la leche (p. Ej., homogeneizadoras)
- Maquinaria para la transformación de la leche (por ejemplo, mantequeras, malaxadoras y moldeadoras)
- Maquinaria para hacer quesos (por ejemplo, homogeneizadoras, moldeadoras, prensas), etcétera

- Fabricación de maquinaria para la molienda de granos:

  - Maquinaria para limpiar, seleccionar y clasificar semillas, granos y leguminosas secas (aventadoras, cribadoras, cintas cribadoras, separadoras, cepilladoras, etcétera)
  - Maquinaria para la producción de harinas y sémolas, etcétera (trituradoras, alimentadoras, cribadoras, depuradoras de afrecho, mezcladoras, descascarilladoras de arroz, partidoras de guisantes)

- Fabricación de prensas, trituradoras, etcétera, utilizadas en la elaboración de vino, sidra, jugos de frutas, etcétera
- Fabricación de maquinaria para uso en panadería y para hacer macarrones, espaguetis o productos similares:

    - Hornos de panadería, amasadoras, fraccionadoras y moldeadoras de masa, cortadoras, máquinas para depositar tartas, etcétera

- Fabricación de maquinaria y equipo para la elaboración de diversos alimentos:

    - Maquinaria para la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería; para la Fabricación de azúcar; para fábricas de cerveza; para la elaboración de carne de bovino y de aves de corral; para la preparación de frutas, nueces y hortalizas y legumbres; para la preparación de pescado, crustáceos y

moluscos y otros productos marinos comestibles

- Maquinaria para filtrar y depurar
- Otros tipos de maquinaria para la preparación y la elaboración industrial de alimentos y bebidas

- Fabricación de maquinaria para la extracción o preparación de grasas y aceites animales o vegetales
- Fabricación de maquinaria para la preparación del tabaco y la elaboración de cigarrillos y cigarros, y de tabaco para pipa, tabaco de mascar y rapé
- Fabricación de maquinaria para la preparación de alimentos en hoteles y restaurantes

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de equipo de irradiación de alimentos y de leche;
- Fabricación de maquinaria para empaquetar, envolver y pesar;
- Fabricación de maquinaria de limpieza, selección y clasificación de huevos, frutas y otros productos

agrícolas (excepto semillas, cereales y leguminosas secas);

3.3.2.5. Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos textiles, prendas de vestir y cueros

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de maquinaria textil:
    - Máquinas para preparar, producir, extrudir, estirar, texturizar o cortar fibras y materiales textiles e hilados artificiales
    - Máquinas para preparar fibras textiles: desmotadoras de algodón, abridoras de balas, transformadoras de hilachas en fibra, batanes de algodón, desengrasadoras y carbonizadoras de lana, peinadoras, cardadoras, mecheras, etcétera
    - Máquinas para transformar las mechas en hilos

- Máquinas para preparar hilados textiles: devanadoras, urdidoras y máquinas similares
- Telares corrientes, incluidos telares manuales
- Telares para tejidos de punto
- Máquinas para hacer tejidos de mallas anudadas, tules, encajes, trencillas, etcétera

- Fabricación de máquinas y equipo auxiliar para la maquinaria textil:

  - Lizos, mecanismos de Jacquard, mecanismos de parada automáticos, mecanismos de cambio de lanzadera, husos y aletas, etcétera

- Fabricación de maquinaria para el estampado de textiles
- Fabricación de maquinaria para el tratamiento de tejidos:

  - Maquinaria para lavar, blanquear, teñir, aprestar, acabar, revestir e impregnar telas
  - Fabricación de máquinas para enrollar, desenrollar, plegar, cortar y calar telas

- Fabricación de maquinaria de lavandería:

    - Máquinas de planchar, incluidas planchas de fusión
    - Lavadoras y secadoras comerciales
    - Máquinas de limpieza en seco

- Fabricación de máquinas de coser y de cabezales y agujas para máquinas de coser (sean o no de uso doméstico)
- Fabricación de máquinas para la manufactura y el acabado de fieltros y de textiles no tejidos
- Fabricación de máquinas para cueros:

    - Maquinaria para preparar, curtir y trabajar cueros y pieles
    - Maquinaria para fabricar y reparar calzado y otros artículos de cuero o piel

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de tarjetas de papel y de cartón para telares con mecanismo de Jacquard;

- Fabricación de lavadoras y secadoras de uso doméstico;
- Fabricación de máquinas de calandrar;
- Fabricación de máquinas de coser utilizadas en la encuadernación;

3.3.2.6. Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial

Esta clase comprende la Fabricación de maquinaria de uso especial no clasificada en otra parte.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de maquinaria para la elaboración de pasta de madera
- Fabricación de maquinaria para la Fabricación de papel y cartón
- Fabricación de secadoras para madera, pasta de madera, papel o cartón
- Fabricación de maquinaria para la Fabricación de artículos de papel o cartón

- Fabricación de maquinaria para trabajar el caucho y los plásticos blandos y para fabricar productos de esos materiales:

    - Máquinas para extrudir, moldear, fabricar y recauchutar cubiertas neumáticas y otras máquinas para fabricar determinados productos de caucho o plásticos

- Fabricación de maquinaria para imprimir y encuadernar y de máquinas auxiliares para la impresión sobre diversos materiales
- Fabricación de maquinaria para producir baldosas, ladrillos, pastas de cerámica moldeadas, tubos, electrodos de grafito, tiza de pizarrón, moldes de fundición, etcétera
- Fabricación de maquinaria para la Fabricación de semiconductores
- Fabricación de robots industriales de uso especial para la realización de múltiples tareas
- Fabricación de diversos tipos de maquinaria y equipo de uso especial:

- Máquinas para montar lámparas, tubos (válvulas) y bombillas eléctricas y electrónicas
- Máquinas para la producción y el trabajo en caliente de vidrio y productos de cristalería, fibras e hilados de vidrio
- Maquinaria o aparatos para la separación de isótopos

- Fabricación de equipo de alineación y equilibrado de neumáticos; equipo de equilibrado (excepto el de equilibrado de ruedas)
- Fabricación de sistemas centrales de engrasado
- Fabricación de artefactos de lanzamiento para aeronaves, catapultas para portaaviones y equipo conexo
- Fabricación de equipo automático para boleras (p. Ej., dispositivos de colocación de los bolos)
- Fabricación de tiovivos, columpios, galerías de tiro y atracciones de feria

No se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de aparatos de uso doméstico;
- Fabricación de fotocopiadoras, etc.;
- Fabricación de maquinaria o equipo para trabajar el caucho endurecido, los plásticos duros o el vidrio en frío;
- Fabricación de lingoteras;
- Fabricación de maquinaria para el estampado de textiles

3.4. APORTES A LA ECONOMÍA DEL SUBSECTOR CIIU C 28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

3.4.1. Aporte al PIB

El Banco Central del Ecuador reporta que la participación del Subsector CIIU C28 para el Producto Interno Bruto (PIB), del país a partir del año 2010 al año 2012 tiene un promedio del 0,50%, ascendiendo esto a un total de ingresos promedio por año de USD $ 60.636.721,02, según se detalla en el cuadro No. 04.

De los datos presentados por el Banco Central del Ecuador, se puede observar que el Subsector se encuentra en crecimiento, aumentando en promedio sus ingresos anuales en USD $ 3.791.776,53, a partir del 2010.

CUADRO No. 04
PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SUBSECTOR
(Valor en dólares)

Ramas de actividad \ Años	2010	2011	2012
CIIU CN	**(p)**	**(p)**	**(prev)**
Fabricación de maquinaria y equipo	274.850,00	308.829,00	326.432,25
Porcentaje de Participación Subsector C 28	**0,49%**	**0,51%**	**0,51%**
PRODUCTO INTERNO BRUTO	**56.602.576,00**	**61.121.458,00**	**64.186.129,05**

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Francisco Núñez

A continuación en el Cuadro No. 05 se detalla de mejor manera el Producto Interno Bruto, PIB del subsector por la tasa de variación.

La tasa de variación del PIB del Subsector CIIU C 28 se encuentra sobre el promedio del PIB en los tres años de estudio, de lo cual se puede interpretar que el aporte del subsector para el PIB nacional es de relevancia y muestra siempre una tendencia al crecimiento.

CUADRO No. 05

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL SUBSECTOR

Tasas de variación (a precios de 2007)

Ramas de actividad\ Años	2010	2011	2012
CIIU CN	**(p)**	**(p)**	**(prev)**
Fabricación de maquinaria y equipo	**4,4**	**12,4**	**5,7**
PRODUCTO INTERNO BRUTO	**3,3**	**8,0**	**5,0**

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Francisco Núñez

3.4.2. Generación de valor agregado y producción total

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, en las estadísticas económicas presentadas en su página web respecto la "PRODUCCIÓN TOTAL, VALOR AGREGADO, SEGÚN DIVISIONES (CIIU) DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL 2010", elaboró un detalle de información relacionada al subsector C 28.

En el Cuadro No. 06 se puede observar que el subsector CIIV C 28 tiene una producción total en dólares de 76.180.965, correspondiente a un 0,33% de la producción total del sector manufacturero y un 0,28% si se incluye a la minería en el análisis. Respecto al valor agregado de precios del productor, este asciende a 22.746.034, teniendo en relación a los valores totales de manufactura y

manufactura y minería cifras muy cercanas de aporte según la producción total con el 0,30% y 0,21% correspondientemente.

CUADRO 06

PRODUCCIÓN TOTAL Y VALOR AGREGADO A PRECIOS DEL PRODUCTOR

(Valor en dólares)

	PRODUCCIÓN TOTAL	VALOR AGREGADO A PRECIOS DEL PRODUCTOR
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.	76.180.965	22.746.034
Porcentaje de Participación Subsector C 28 - Manufactura	0,33%	0,30%
MANUFACTURA	23.236.635.787	7.643.918.270
Porcentaje de Participación Subsector C 28 - TOTAL	0,28%	0,21%
TOTAL	**27.121.503.820**	**10.877.992.702**

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Francisco Núñez

3.4.3. Exportaciones

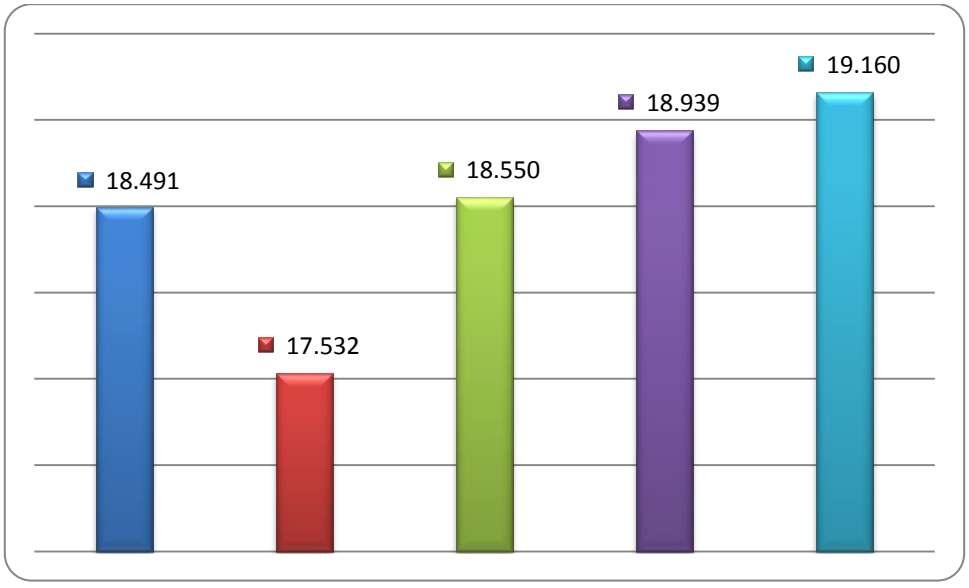
Según información del Banco Central del Ecuador, BCE, de las exportaciones no tradicionales en el segmento "Otras Manufacturas de metal", el mismo que excluye "Vehículos", el volumen de exportaciones por tonelada métrica se muestra en el siguiente Gráfico, en el cual para el año 2.013 se proyecta un total de 19.160 toneladas métricas.

En el Gráfico No. 04 se aprecia que las exportaciones de "Otras Manufacturas de metal", parte del Subsector C 28 tuvieron según datos proporcionados por el BCE una caída en el año 2.010, sin embargo para el año 2.011 las mismas se recuperaron, partir de entonces las exportaciones se han incrementado en un promedio de 542 Tm por año.

GRÁFICO 04

EXPORTACIONES DE "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"

(Valor toneladas métricas)



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: BCE

En el Cuadro No. 07 se ve información respecto el valor en miles de dólares FOB, sobre el segmento de “Otras Manufacturas de metal” según información proporcionada por el BCE.

En el gráfico No. 04 se puede apreciar que en el año 2.013 se proyecta un total de exportaciones de 235.555 en miles de dólares FOB para el segmento de “Otras Manufacturas de metal”, la variación de las exportaciones se detalla en el mismo gráfico.

Como se muestra en el Gráfico No. 05 las exportaciones en miles de dólares FOB tienen una variación y una tendencia a la baja para el año 2.013, sin embargo el porcentaje de participación de exportaciones se encuentra permanentemente alrededor del 10% de la participación de exportaciones industrializadas, y alrededor del 7% en cuanto al total de exportaciones no tradicionales.

CUADRO No. 07
EXPORTACIONES DE "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"

(Miles de dólares FOB)

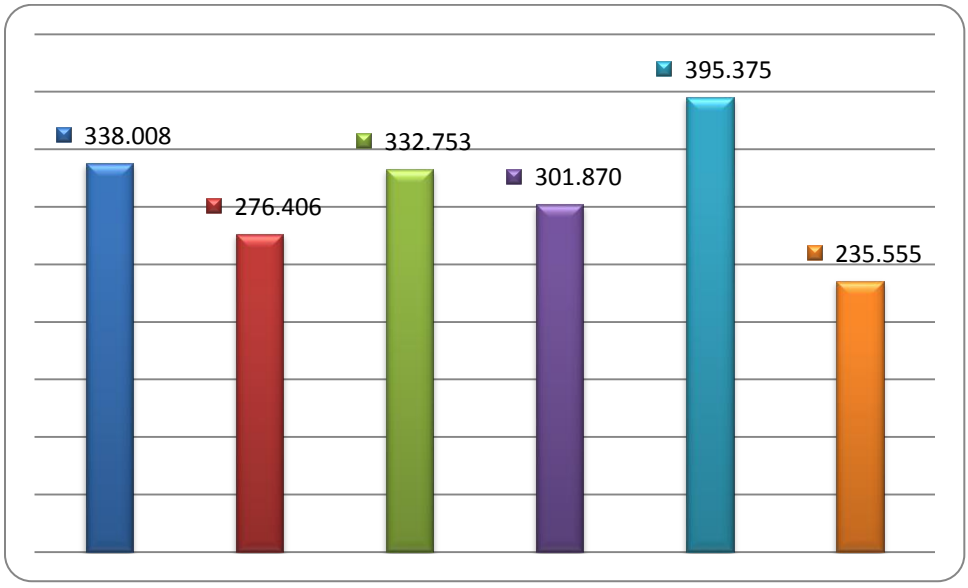
Período		TOTAL NO TRADICIONALES	Otros primarios	Total Industrializados	Otras manufac. de metales	% participación exportaciones industrializados	% participación exportaciones no tradicionales
AÑO	**MES**						
2008		4.131.637	109.723	3.149.793	338.008	10,73%	8,18%
2009		3.462.395	124.452	2.504.126	276.406	11,04%	7,98%
2010		4.110.994	98.222	3.068.053	332.753	10,85%	8,09%
2011		4.848.555	140.459	3.584.332	301.870	8,42%	6,23%
2012		5.576.189	114.072	4.011.499	395.375	9,86%	7,09%
2013	Enero-agosto	3.762.459	97.256	2.556.269	235.555	9,21%	6,26%
	Enero	456.874	8.344	283.710	18.619	6,56%	4,08%
	Febrero	463.802	11.242	302.684	34.337	11,34%	7,40%
	Marzo	519.186	12.116	349.897	34.157	9,76%	6,58%
	Abril	456.638	10.996	321.840	29.102	9,04%	6,37%
	Mayo	536.491	12.029	358.247	35.301	9,85%	6,58%
	Junio	481.825	20.661	339.239	29.413	8,67%	6,10%
	Julio	432.301	12.399	295.954	30.751	10,39%	7,11%
	Agosto	415.342	9.471	304.698	23.874	7,84%	5,75%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: BCE

GRÁFICO N0. 04

EXPORTACIONES DE "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"

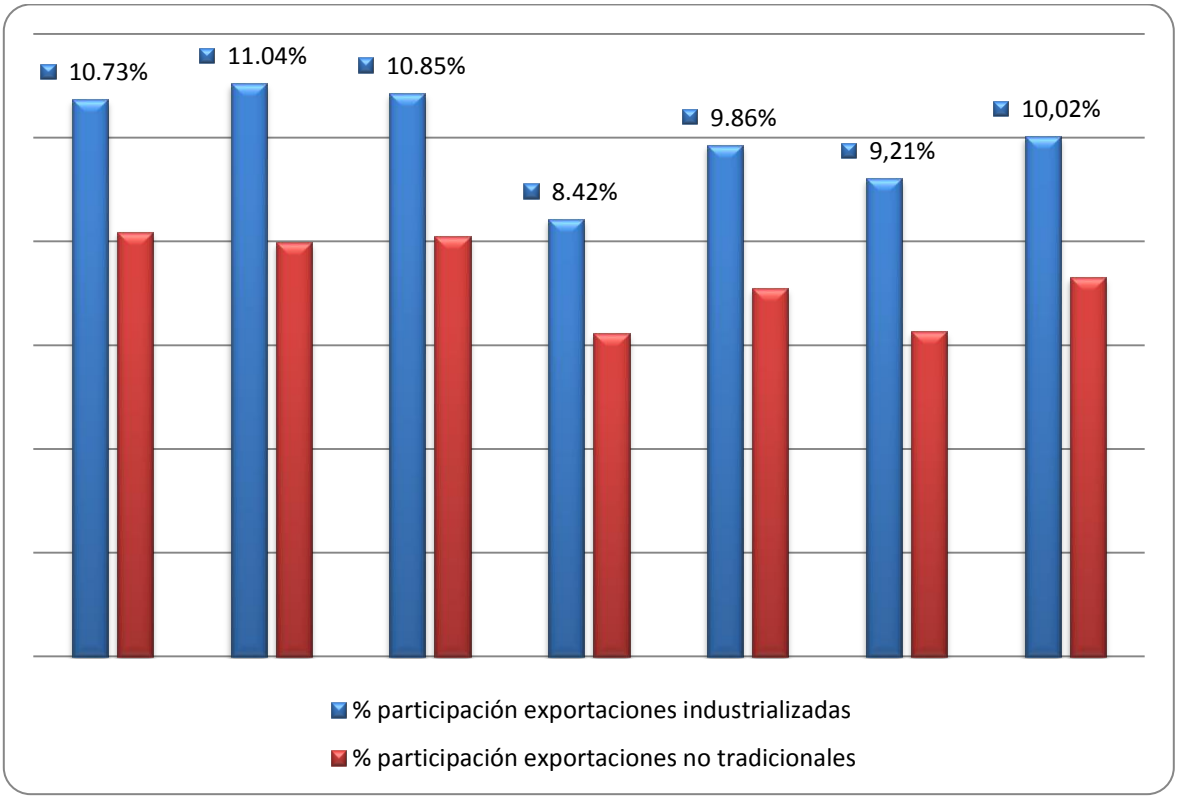
(Miles de dólares FOB)



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: BCE

GRÁFICO No. 05

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EXPORTACIONES "OTRAS MANUFACTURAS DE METAL"



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: BCE

3.5.INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR CIIU C28 FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO Y N.C.P.

El análisis de los indicadores financieros del Subsector se basará en ambas normas según lo reportado en la Superintendencia de Compañías.

3.5.1. Índice de Liquidez Corriente

El índice de liquidez corriente como lo define la Superintendencia de Compañías en el contenido explicativo de los indicadores emitidos por esta, es la relación entre los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

Liquidez corriente=Activo corriente / Pasivo corriente

La liquidez corriente muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo

que su análisis periódico permite prevenir situaciones de iliquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.

Generalmente se maneja el criterio de que una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes es de 1 a 1, considerándose, especialmente desde el punto de vista del acreedor, que el índice es mejor cuando alcanza valores más altos. No obstante, esta última percepción debe tomar en cuenta que un índice demasiado elevado puede ocultar un manejo inadecuado de activos corrientes, pudiendo tener las empresas excesos de liquidez poco productivos (Superintendencia de Compañías, 2012).

En el cuadro No. 08 se observa los resultados del índice de liquidez corriente para las empresas del Subsector CIIV C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., según Superintendencia de Compañías a noviembre de 2012.

Se puede apreciar que las empresas del Subsector CIIV C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., tiene una liquidez corriente superior a uno (1), lo que muestra que las empresas en promedio poseen más activo corriente que pasivo corriente, por lo que estas empresas pueden hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo.

CUADRO No. 08

ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRIENTE AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

SUBSECTOR	LIQUIDEZ CORRIENTE		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	1,3680000000	3,0763688675	0,0302421318
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	5,9002275163	321,3398634183	0,0000006282
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	3,6341137581	162,2081161429	0,0151213800

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.2. Prueba Ácida

La Superintendencia de Compañías define al indicador de prueba ácida como, el indicador que pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.

Prueba ácida = Activo Corriente – Inventarios / Pasivo corriente

No se puede precisar cuál es el valor ideal para este indicador, pero, en principio, el más adecuado podría acercarse a 1, aunque es admisible por debajo de este nivel, dependiendo del tipo de empresa y de la época del año en la cual se ha hecho el corte del balance. Al respecto de este índice cabe señalar que existe una gran diferencia, por razones obvias, entre lo que debe ser la prueba ácida para una empresa industrial por ejemplo, que para una empresa comercial; pues de acuerdo con su actividad las cantidades de inventario que manejan son distintas, teniendo esta cuenta diferente influencia en la valoración de la liquidez (Superintendencia de Compañías, 2012).

El índice de prueba ácida del Subsector se detalla en el Cuadro No. 09.

El resultado del análisis muestra que en promedio el índice de prueba ácida está en 2,5880, lo que representa que el Subsector no se encuentra en riesgo debido a que es aceptable un indicador que bordee el uno (1) según la época del año y el tipo de empresa. Es decir que el Subsector posee liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo sin tener que vender su inventario.

CUADRO No. 09

PRUEBA ÁCIDA PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P

SUBSECTOR	PRUEBA ÁCIDA		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	0,9443142372	2,0914564750	0,0302421318
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	4,2317459343	238,1217980723	0,0000006282
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	2,5880300858	120,1066272737	0,0151213800

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.3. Índice de endeudamiento del Activo

Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por el contrario, un índice bajo representa un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores (Superintendencia de Compañías, 2012).

Endeudamiento del Activo = Pasivo total / Activo total

Los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías se muestran en el cuadro No. 10.

Debido a que el índice promedio es bajo, esto representa que las empresas del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo y n.c.p. poseen un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.

CUADRO No. 10

ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO PARA EL AÑO 2012

PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	2,9794	17,8607	0,3189
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	0,7462	6,7474	0,0233
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	1,8628	12,3041	0,1711

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.4. Índice de Endeudamiento Patrimonial

Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.

Endeudamiento Patrimonial = Pasivo total / Patrimonio

Esta razón de dependencia entre propietarios y acreedores, sirve también para indicar la capacidad de créditos y saber si los propietarios o los acreedores son los que financian mayormente a la empresa, mostrando el origen de los fondos que ésta utiliza, ya sean propios o ajenos e indicando si el capital o el patrimonio son o no suficientes (Superintendencia de Compañías, 2012).

Los indicadores del Subsector CIIU C28 se encuentran en el cuadro No. 11.

El promedio del endeudamiento patrimonial del Subsector se encuentra en 400,0873 lo cual indica que su participación se

encuentra financiada en una parte por los acreedores, sin embargo la cifra no es alarmante y es un rango normal.

CUADRO No. 11

ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL PARA EL AÑO 2012

PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. – NIIF	792,6525	7044,1228	-1,9015
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. – NEC	7,5220	376,4077	-108,7625
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. – PROMEDIO	400,0873	3710,2652	-55,3320

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.5. Apalancamiento Financiero

El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades. De hecho, a medida que las tasas de

interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente.

Si bien existen diferentes formas de calcular el apalancamiento financiero, la fórmula que se presenta a continuación tiene la ventaja de permitir comprender fácilmente los factores que lo conforman:

Apalancamiento Financiero = (UAI / Patrimonio) / (UAII/ Activos Totales)

En la relación, el numerador representa la rentabilidad sobre los recursos propios y el denominador la rentabilidad sobre el activo.

De esta forma, el apalancamiento financiero depende y refleja a la vez, la relación entre los beneficios alcanzados antes de intereses e impuestos, el costo de la deuda y el volumen de ésta. Generalmente, cuando el índice es mayor que 1 indica que los fondos ajenos remunerables contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior a lo que sería si la empresa no se endeudaría. Cuando el índice es inferior a 1 indica lo contrario, mientras que cuando es igual a 1 la utilización de fondos ajenos es indiferente desde el punto de vista económico (Superintendencia de Compañías, 2012).

El apalancamiento financiero del Subsector CIIU C28 se detalla en el cuadro No. 12.

El Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., posee un apalancamiento financiero promedio de 11,47, lo que significa que por cada dólar invertido por los accionistas, estos reciben 11,47 dólares de terceros.

CUADRO No. 12

APALANCAMIENTO FINANCIERO PARA EL AÑO 2012

PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	APALANCAMIENTO FINANCIERO		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	15,7320	89,5974	-0,9015
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	7,2138	377,4077	-38,4651
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	11,4729	233,5025	-19,6833

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.6. Rotación del Activo Fijo

La Rotación del Activo fijo indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo. De lo contrario, las utilidades se reducirán pues se verían afectadas por la depreciación de un equipo excedente o demasiado caro; los intereses de préstamos contraídos y los gastos de mantenimiento (Superintendencia de Compañías, 2012).

Rotación del Activo Fijo = Ventas / Activo Fijo

El indicador de rotación del activo fijo el Subsector CIIV C28 se muestra en el cuadro No. 13, según datos de la Superintendencia de Compañías.

El Subsector tiene un promedio de 60,7879 unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida, lo cual es un buen indicador para el subsector por lo que se puede afirmar existe un porcentaje de utilidad.

CUADRO No. 13

ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	5,1571	18,4283	0,0260
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	116,4187	4070,5970	0,3608
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	60,7879	2044,5127	0,1934

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.7. Rentabilidad Neta del Activo

El indicador muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

Rentabilidad Neta del Activo = (UN/Ventas)*(Ventas/Activo Total)

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio (Superintendencia de Compañías, 2012).

Los datos del Subsector CIIU C28, según la Superintendencia de Compañías se ven en el Cuadro No. 14.

El porcentaje promedio sobre la rentabilidad neta del activo para las industrias del Subsector CIIU C28; Fabricación de maquinaria y

equipo n.c.p., rodea el 7,17% siendo un valor positivo, indicando que al industria si tiene una capacidad positiva del activo para producir utilidades.

CUADRO No. 14

RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO PARA EL AÑO 2012

PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	0,0863	0,1772	0,0102
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	0,0572	2,7778	-0,7941
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	0,0717	1,4775	-0,3920

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.8. Rentabilidad Operacional del Patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por

tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio = Utilidad Operacional / Patrimonio

Este índice también puede registrar valores negativos, ya que no se toman en cuenta los ingresos no operacionales que pueden ser la principal fuente de ingresos que determine que las empresas tengan utilidades, como en el caso de las empresas holding por ejemplo (Superintendencia de Compañías, 2012).

En el cuadro No. 15 se observa la Rentabilidad Operacional del Patrimonio para el Año 2012 para el Subsector CIIU C28: Fabricación de Maquinaria y Equipo n.c.p

El resultado del análisis indica que el Subsector tiene un promedio de rentabilidad operacional del patrimonio del 40,44%, lo cual representa una alta rentabilidad del patrimonio que tienen las empresas de esta industria.

CUADRO No. 15

RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO

PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28:

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NIIF	0,3143	1,2186	-0,0457
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	0,4945	16,0306	-3,6767
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	0,4044	8,6246	-1,8612

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.5.9. Rentabilidad Financiera

Cuando un accionista o socio decide mantener la inversión en la empresa, es porque la misma le responde con un rendimiento mayor a las tasas de mercado o indirectamente recibe otro tipo de beneficios que compensan su frágil o menor rentabilidad patrimonial.

De esta forma, la rentabilidad financiera se constituye en un indicador sumamente importante, pues mide el beneficio neto

(deducidos los gastos financieros, impuestos y participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo.

Si bien la rentabilidad neta se puede encontrar fácilmente dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, la fórmula a continuación permite identificar qué factores están afectando a la utilidad de los accionistas.

Rentabilidad Financiera =

(Ventas/Activo)*(UAII/Ventas)*(Activo/Patrimonio)*(UAI/UAII)

*(UN/UAI)

Bajo esta concepción, es importante para el empresario determinar qué factor o factores han generado o afectado a la rentabilidad, en este caso, a partir de la rotación, el margen, el apalancamiento financiero y el efecto fiscal que mide la repercusión que tiene el impuesto sobre la utilidad neta. Con el análisis de estas relaciones los

administradores podrán formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa.

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo (Superintendencia de Compañías, 2012).

Los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías se detalla en el cuadro No. 16 respecto la rentabilidad financiera del Subsector CIIV C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.

La rentabilidad financiera promedio de la empresas pertenecientes al Subsector CIIV C28: Maquinaria y equipo n.c.p., luego del análisis realizado a los datos entregados por la Superintendencia de compañías da como promedio un 37,72% de rentabilidad financiera, cifra que es buena en relación al tipo de industria.

CUADRO No. 16

RENTABILIDAD FINANCIERA PARA EL AÑO 2012 PARA EL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p

SUBSECTOR	RENTABILIDAD FINANCIERA		
	PROMEDIO	**MÁXIMO**	**MÍNIMO**
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. – NIIF	0,4768	1,2186	0,0098
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - NEC	0,2776	10,9029	-3,6676
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P. - PROMEDIO	0,3772	6,0608	-1,8289

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

3.6. PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMES

Algunos aspectos importantes, que deben ser tomados en consideración a la hora de implementar la RSE en una PYMES según Carlos del Olmo Díaz, autor del libro *Calidad y excelencia en la gestión de las Pymes españolas*, son los siguientes (del Olmo Díaz, 2009):

- Conocer y desarrollar los 10 principios del Pacto Mundial, ya que es una herramienta clara: cada país posee un grupo que asesora sobre este tema, se

puede acceder a guías gratuitas que explican y ayudan a implementar políticas en este sector, en particular, para cumplir con los principios establecidos por las Naciones Unidad.

- Centrarse en acciones de RSE internas o de puertas adentro debido a que podrá observar más rápidamente los beneficios de las mismas para luego realizar acciones externas.

- Plantearse objetivos reales que puedan ser cumplidos por la empresa.

- Mantenerse informado sobre esta temática, ya que, debido al constante avance de la RSE en el mundo, aparecen campañas, proyectos, créditos, subsidios, premios que hacen hincapié en este tema y que pueden ser de gran ayuda para las empresas de este sector.

- Una buena opción para PYMES, que son proveedoras de empresas grandes, es participar de las acciones que éstas realizan en materia de RSE, de acuerdo a sus posibilidades.

- Para las empresas pequeñas el cuidado de los costos es fundamental, por eso, es conveniente que realicen políticas de utilización racional y eficiente de la energía eléctrica, gas, materias primas, materiales y recursos en general, a través de la reducción de residuos.

- Si a la PYME le interesa un reporte de sostenibilidad o balance es importante que sea acorde a su organización y capacidad, para que el mismo le sea útil.

- En el caso de las PYMES que exportan una alternativa, muy positiva y económicamente rentable, es incorporar el comercio justo para vender y producir sus productos.

- Las PYMES tienen muchas herramientas que fueron diseñadas a su medida para poder incorporar la RSE y, de esta manera, ser más competitivas, obtener mejores beneficios e integrarse a la economía globalizada de la mejor manera posible, manteniendo un comportamiento ético.

Es importante señalar que cada PYME según sus necesidades y capacidades posee o es responsable de implementar un modelo de RSE que se encuentre acorde a su giro de negocio, así como también a las condiciones en las que esta encuentre.

Existen varias guías para la implementación de la RSE en las PYMES, sin embargo una de las más completas es la *Guía de aprendizaje sobre la implementación de la responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas* del Multilateral Investment Fund, MID o Fondo multilateral de Inversiones, FOMIN, miembro del Banco Interamericano de Desarrollo, BID. Esta guía está dividida en 3 módulos para facilitar su implantación, y a su vez cada módulo está dividido en unidades o fases, de la siguiente manera:

Fundamentos de la RSE

Este módulo introduce tres aspectos básicos de la RSE: su definición y alcance (qué), las motivaciones de las empresas (por qué) y los fines (paraqué).El módulo se divide en tres unidades didácticas: cimientos, impulsores y beneficios (del Olmo Díaz, 2009).

- *Cimientos,* presenta la definición y alcance de la RSE. Para ello se clarifica el concepto de RSE, los principios sobre los que se sustenta, las fuentes de las que emanan las expectativas sobre el comportamiento de las empresas (normas y principios voluntarios), y los dominios y temas relevantes sobre los que las empresas deben actuar para adoptar prácticas más sostenibles.

- *Impulsores,* presenta las motivaciones de las empresas para adoptar prácticas más sostenibles, vinculándolas a la gestión de las demandas y expectativas delos grupos de interés.

- *Beneficios,* presenta las motivaciones de las empresas para adoptar prácticas más sostenibles, vinculándolas a la mejora de la cuenta de resultados, es decir a la búsqueda de beneficios tangibles (aumentar los ingresos o disminuir los costos) e intangibles (como mejorar la reputación y el clima organizacional).

Dominios de la RSE

En este capítulo se presenta los dominios que constituyen el alcance de la RSE. Cada dominio aborda las relaciones de la PYME con un grupo de interés. Para cada dominio se presentan los temas relevantes que deben ser tenidos en cuenta por las empresas y las buenas prácticas que pueden adoptar para ser reconocidas como socialmente responsables. El módulo se divide en seis unidades didácticas: Gobierno empresarial, Prácticas laborales, Mercadotecnia, Aprovisionamiento, Gestión medioambiental e Inversión social.

- *Gobierno empresarial*, ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en las relaciones con sus accionistas, inversores, autoridades y grupos de interés en general, a través de la mejora de sus prácticas de gobierno empresarial en los siguientes temas: *Orientación estratégica; Ética; Compromiso con los grupos de interés; Transparencia; Derechos de los accionistas; Cumplimiento legal y fiscal; e Integridad*.

- *Prácticas laborales*, ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en las relaciones con sus trabajadores a través de la mejora de sus prácticas laborales en los siguientes temas: *Derechos laborales fundamentales; Salud y seguridad laboral; y Desarrollo de los trabajadores.*

- *Mercadotecnia*, ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en las relaciones con sus clientes a través de la mejora de sus prácticas de mercadotecnia en los siguientes temas: *Productos y servicios; Precios; Promoción; Distribución; y Ventas.*

- *Aprovisionamiento,* ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en las relaciones con sus proveedores a través de la mejora de sus prácticas de aprovisionamiento en los siguientes temas: *Condiciones comerciales; Evaluación y selección de proveedores; y Desarrollo de proveedores.*

- *Gestión medioambiental*, ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en la relación con su entorno a través de la mejora de sus prácticas de gestión medioambiental en cinco temas: *Uso eficiente delos recursos (materias primas, energía y agua); Prevención de la contaminación (residuos, emisiones y vertidos); Métodos y tecnologías ambientalmente sostenibles.*

- *Inversión social*, ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de RSE en las relaciones con la comunidad a través de la mejora de sus prácticas de inversión social: Cobertura de necesidades de la comunidad entres temas (impactos de la cadena de valor, dimensiones sociales del contexto competitivo, temas sociales genéricos) (del Olmo Díaz, 2009).

Sistematización de la RSE en la PYME

Se presenta una metodología para utilizar un enfoque de procesos y mejora continua en la implementación de la RSE en la PYME, basado en el ciclo de mejora continua PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar). El módulo se divide en siete unidades didácticas: Preparación y análisis preliminar, Diagnóstico, Planificación, Implementación, Monitoreo y evaluación, Comunicación, Revisión y ajuste.

- *Preparación y análisis preliminar*, permite a la empresa responderá la pregunta "¿Por qué queremos mejorar?". Para ello se propone una metodología basada en siete pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Compromiso con la RSE; Elaboración del plan de trabajo; Constitución, movilización y sensibilización del equipo de RSE; Identificación de los temas relevantes; Identificación de los impactos; Identificación de los riesgos y oportunidades; y Elaboración del caso de negocio.*

- *Diagnóstico*, permite a la empresa responder a la pregunta "¿Dónde estamos?". Para ello se propone una metodología basada en cuatro pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Análisis interno: identificación del nivel de madurez RSE; Análisis externo: identificación de grupos de interés, temas y expectativas; Análisis comparativo: identificación de mejores prácticas; y Síntesis: identificación de prioridades.*

- *Planificación,* permite a la empresa responder a la pregunta "¿Hacia dónde queremos ir?". Para ello se propone una metodología basada en dos pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Planificación estratégica: revisión de la orientación (misión y visión), la cultura (valores y código de conducta) y los compromisos (políticas empresariales); y Planificación operativa: elaboración del plan de acción (objetivos y metas, y acciones) y del cuadro de mando (indicadores).*

- *Implementación*, permite a la empresa responder a la pregunta "¿Cómo avanzamos?". Para ello se propone una metodología basada en cuatro pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Capacitación; Documentación de procedimientos; Implementación de acciones; y Registro de evidencias.*

- *Monitoreo y evaluación,* permite a la empresa responder a la pregunta "¿Hemos avanzado todo lo que esperábamos?". Para ello se propone una metodología basada en dos pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Medición; Análisis y Mejora.*

- *Comunicación*, permite a la empresa explicar "Así lo hemos hecho". Para ello se propone una metodología basada en tres pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Elaboración y ejecución del plan de comunicación; Elaboración del reporte de sostenibilidad; y Validación del reporte de sostenibilidad.*

- *Revisión y ajuste*, permite a la empresa responder a la pregunta "¿En qué podemos mejorar?". Para ello se propone una metodología basada en dos pasos que corresponden a las siguientes secciones: *Revisión por la dirección y Ajuste y mejora* (del Olmo Díaz, 2009).

CAPÍTULO IV

ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1. METODOLOGÍA APLICADA

La metodología que se utilizó en la presente investigación es la herramienta de "Autodiagnóstico de Sostenibilidad" del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMES del Distrito Metropolitano de Quito (UNIAPAC, 2009).

La metodología a ser aplicada en esta investigación tomará la investigación exploratoria y la investigación concluyente como caminos para obtener un resultado. En primer lugar hay que reconocer y definir el problema de decisión seguido de la identificación del curso de acción a tomar sobre el particular, esto dentro de la investigación exploratoria; una vez identificados los cursos de acción se deben evaluar para finalmente elegir la mejor acción a tomar para el levantamiento de la información.

En el libro Investigación de mercados: Un enfoque gerencial de Fabio Plazas Rojas se cita que según Hair, Bush y Ortinau, el método de investigación exploratoria es apropiado cuando (Plazas, 2011):

- Se encuentran en el proceso de identificar un problema u oportunidad comercial o establecer los requisitos de información
- Se interesan en obtener ideas preliminares sobre factores de motivación, emocionales, de actitudes y personalidad que influyen en las conductas en el mercado
- Están en la etapa de elaborar teorías y modelos para explicar las conductas en el mercado o las relaciones entre dos o más constructos de marketing
- Tratan de elaborar mediciones de escala confiables y válidas para investigar factores específicos del mercado, cualidades de los consumidores y resultados conductuales
- Pretenden determinar la eficacia preliminar de sus estrategias de marketing en las conductas en el mercado
- Se interesan en la creación de nuevos productos o servicios o en el reposicionamiento de la imagen de un producto o servicio actual

Por su parte la investigación concluyente descriptiva es apropiada cuando, además de la necesidad de tomar una decisión, se requiere detallar, pormenorizar, describir y cuantificar las características de la situación en estudio; también es oportuna para detectar asociación o relación entre variables y cuantificar el grado de esa dependencia; por último la investigación concluyente descriptiva es conveniente siempre que se pretenda llevar cabo predicciones o pronósticos respecto a la ocurrencia de algún fenómeno de mercadeo.

Utiliza el método de la encuesta personal y como herramienta básica el cuestionario, documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas puedan ofrecer toda la información que se precisa.

Las encuestas permitirán conocer de manera directa la opinión de los propietarios y administradores de las PYMES del Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p. del Distrito Metropolitano de Quito, así como la situación en cuanto a la responsabilidad social en cada una de las empresas del Subsector.

4.1.1. Técnicas de recolección de información

Datos primarios.- Son aquellos que genera el investigador para encontrar soluciones a ciertos problemas; para tomar decisiones correctas en su labor. También para hallar respuestas a preguntas que lo motivaron a desarrollar un proyecto de investigación. En ramas administrativas, tales como: planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos y finanzas, los datos primarios son los que se utilizan con mayor frecuencia. Tiene la ventaja de que como son generados por el investigador, éste puede controlarlos y adaptarlos en la forma más adecuada y precisa para la toma de decisiones. Los datos primarios son más precisos, actuales, suficientes, disponibles y relevantes que los datos de fuentes secundarias. Además, como esta información no existía anteriormente, representa un recurso confidencial de alto valor para la empresa investigadora, ya que nos muestra un panorama de la vida real en el medio ambiente empresarial en el que se está desarrollando el estudio (Namakforoosh, 2005).

El cuestionario adjunto a este documento (Anexo No. 2); fue aplicado a la muestra que se determinó para el subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., y que corresponde a 21 empresas.

El cuestionario que se aplicó a los empresarios, está conformado por preguntas distribuidas en cuatro secciones, y son las siguientes:

- Información general
- Ética y transparencia (Necesidades trascendentales)
- Calidad de vida (Necesidades del Ser)
- Generación y distribución de la riqueza (Necesidades materiales)

Datos secundarios.- Son datos que ya fueron recopilados para fines distintos de otros problemas planteados, pueden ser de fuentes internas o externas, son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos y muchas veces procesados por otros investigadores. La información se tomará de artículos relacionados con la actividad de las PYMES comprendidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas de Internet, estadísticas del INEC, anuario 2012 de la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la investigación.

4.1.2. Trabajo de Campo

El trabajo de campo fue realizado a cada una de las empresas a encuestar según su disposición de tiempo y entrega de información, para esto se planificó un calendario de visitas, en las cuales se presentó el proyecto y posterior realización de la encuesta, conforme los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías; posterior a esto se procedió a la tabulación de la información recopilada.

CUADRO No. 17

FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIIU C28:

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO n.c.p.

INFORMACIÓN	DATOS
Población	27 empresas
Rama de actividad	C-Industria Manufacturera
Rama de Sub-Actividad	C 28-Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2012

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

4.1.3. Tabulación de Datos

Los datos recopilados de la encuesta personal se tabuló y ordenó estadísticamente, adicionalmente se utilizó el sistema SPSS *(Statistical Análisis Software Predictive)*, que permitió compilar adecuadamente los datos en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, para así interpretarlos y analizarlos adecuadamente, de modo que como resultado se obtuvo el diagnóstico de la realidad en el subsector CIIU C28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.

La herramienta principal elegida para el procesamiento de los datos y posterior resumen mediante gráficos será el utilitario para oficina Microsoft Excel 2007.

4.1.3.1.Población y Muestra

Corresponde a la recolección de elementos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de la cual se realizarán las deducciones. La población objetivo es el Subsector CIIU C28 Fabricación de maquinaria

y equipo n.c.p., conformado por 27 PYMES, 17 del segmento de pequeñas empresas y 10 del segmento de medianas empresas.

La propuesta metodológica de este proyecto parte de la selección de la muestra de empresas que emplea la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de fácil comprensión de resultados proyéctales, sobre la que se realizará tanto el análisis de carácter cuantitativo como el análisis cualitativo con un 95 % de nivel de confianza.

Tomando en cuenta que el CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., comprende un universo de 27 PYMES en el Distrito Metropolitano de Quito, se realizó la encuesta a 21 empresas entre pequeñas y medianas.

CUADRO No. 18

RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

DESCRIPCIÓN	No. Empresas
No desea colaborar	4
No responde el teléfono / dirección	2
Citas obtenidas	21
TOTAL POBLACIÓN	27

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

4.1.3.2.Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas

Para la investigación se utiliza el cálculo del número de empresas a ser consultadas, mediante las ecuaciones aplicables a poblaciones finitas, que es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1-p)}{(N-1) * e^2 + Z * p * (1-p)}$$

Dónde:

N = 27

Z^2 = 1,96 (desviación estándar)

p = 0,5 (probabilidad de éxito)

e = 0,10 (límite de aceptación de error muestral)

CUADRO No. 19

CALCULO DE LA MUESTRA

SÍMBOLO	VARIABLE	VALOR
N	Población Total	27
z^2	Probabilidades de Área para la Distribución Normal Estándar	1,96
p	Proporción de aceptación	0,5
	Nivel de confianza	95%
e	Error Máximo	10%
n	Muestra	21

Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador
Elaborado por: Francisco Núñez

Una vez realizado el cálculo para la definición de la muestra, se obtiene que de las 27 empresas pertenecientes al universo, la muestra para el presente proyecto sea de 21 empresas, las mismas que serán seleccionadas de forma aleatoria.

4.1.4. Metodología UNIAPAC para las PYMEs.

El instrumento utilizado para la obtención de los datos primarios adoptado es la Metodología Protocolo de RSE de UNIAPAC, cuyo objetivo es sugerir de

una manera directa, una fácil aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial**,** medir el grado de avance acorde con los principios y valores propuestos por el pensamiento social.

Se requiere conocer el autodiagnóstico de la empresa, de manera que el empresario pueda diseñar su propia ruta estratégica en aquellos aspectos que planifique cambiar, fijando el camino a seguir y las tareas específicas que habrá de llevar a cabo para asegurar la continua relación positiva con su entorno y fortalecer la sustentabilidad de su empresa. Concientizar al empresario de la problemática de la competitividad y sustentabilidad empresarial, de manera que promueva la visión sobre la RSE y facilite su implementación de acuerdo con las condiciones locales. Ayudar al empresario a mejorar su empresa al reconocer la importancia del trabajo de las personas involucradas, propiciar el desarrollo de la inteligencia, del talento y capacidad de organización de sus miembros y permitir al hombre trascender y generar valor; concretar dentro del contexto económico, una empresa que contribuya a la construcción de una sociedad más libre, más justa, más humana y más fraterna.

En el gráfico No. 06 se aprecia los componentes del protocolo de R.S.E UNIAPAC, cabe aclarar que esta investigación llega hasta el paso 2.

GRAFICO No. 06

COMPONENTES DEL PROTOCOLO DE RSE UNIAPAC



Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial basada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral.
Elaborado por: UNIAPAC

4.1.4.1.Matriz de sostenibilidad y congruencia (valor deseable)

La Matriz de sostenibilidad y congruencia es la herramienta que al relacionar las tres líneas de acción estratégicas con los ocho grupos de interés se obtienen 24 áreas de acción con los mínimos exigibles. Es la manera de apreciar comparativamente el resultado del "AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD" determinando sus

áreas fuertes y vulnerables para el desarrollo de buenas y constructivas relaciones con los ocho grupos (UNIAPAC, 2009).

La *tabla No. 01* muestra los valores máximos posibles que se pueden obtener en cada línea estratégica por cada grupo de interés. Estos valores son los referentes contra los que se comparan los resultados obtenidos por las empresas encuestadas.

TABLA No. 01

MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD Y CONGRUENCIA

LINEAS ESTRATÉGICAS / STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD		
					Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 38 puntos			
b) Personas que integran la empresa	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 46 puntos			
c) Proveedores	Máximo 12 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 38 puntos			
d) Distribuidores, clientes y	Máximo 12 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 44 puntos			
e) Gobiernos	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 34 puntos			
f) Comunidad - sociedad	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 36 puntos			
g) Competencia	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 32 puntos			
h) Generaciones futuras	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 32 puntos			
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	100,00	100,00	100,00	300,00	De 0 a 120	De 121 a 225	De 225 a 300
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)							
Bajo De 0 a 40%				De 0 a 120			
Mínimo De 41% a 75%				De 121 a 225			
Sólido De 76% a 100%				De 225 a 300			

Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial basada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral.
Elaborado por: Francisco Núñez

Esta matriz permite crear el semáforo para medir el grado de avance en materia de responsabilidad (respuesta) social de la empresa.

Al calcular sus resultados, cualquier empresa sin importar su antigüedad, volumen de ventas, número de colaboradores o sucursales, podrá encontrar elementos prácticos para analizar y actualizar la CULTURA DE RSE.

Al final, la empresa podrá evaluar con el SEMÁFORO DE LA SOSTENIBILIDAD.

Los resultados obtenidos en la autoevaluación indican el grado de congruencia de la responsabilidad social en la empresa, medido como la respuesta que ésta da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona. El empresario, o el equipo directivo, podrán identificar el índice de sostenibilidad global de su empresa conforme al siguiente cuadro:

TABLA No. 02

SEMÁFORO DE LA SOSTENIBILIDAD

GRADO DE SOLIDEZ Y SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA	
Verde	Tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo
Amarillo	Ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable. Existen áreas de riesgo importante
Rojo	Cumplimiento mínimo: cuidado, puede haber grupos relacionados que rechacen activamente a su empresa

Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial basada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral.
Elaborado por: UNIAPAC

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DEL SUBSECTOR CIIU C 28: FABRICACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P

5.1 RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1 Ética y transparencia

El diccionario define a la ética como parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. Rafael Braun expresa que "la ética indica cómo uno debe comportarse sobre la base de deberes morales y virtudes que surgen de principios acerca de lo correcto e incorrecto. Hay dos aspectos a considerar: a) la habilidad y el compromiso para discernir lo correcto de lo incorrecto, el bien del mal; b) el compromiso de obrar lo que es correcto y bueno" (Guillermo Arboleva, 2001).

El concepto de transparencia tiene que ver con la calidad de transparente, es decir: claro, evidente, que se comprende sin duda ni ambigüedad. No apunta a establecer cómo deben ser las cosas, sino a que sean vistas y percibidas tal cual son. Una

organización transparente es aquella que, por ejemplo, deja ver con claridad su grado de eficiencia o si su accionar responde o no a la moral. Lo que se dice debe estar de acuerdo con lo que se hace.

Ética y trasparencia no son sinónimos pero evidentemente son conceptos relacionados. La ética tiene que ver con lo que se es y la transparencia con lo que se parece. La ética tiene que ver con los valores que guían una conducta y con el compromiso de obrar en función de esos calores. La transparencia con la comprensión de la conducta. La ética tiene que ver con la acción. La transparencia con la comunicación que maneja percepciones además de realidades (Guillermo Arboleva, 2001).

Se puede entonces entender que las organizaciones pueden actuar con ética y sin transparencia o sin ética y con transparencia, sin embargo es necesario señalar que lo que se espera de las organizaciones es que actúen tanto con ética como con transparencia y a su vez utilizando ambas herramientas para: a) transmitir a través de la transparencia b) la ética organizacional la cual tiene como elementos los valores, principios y hábitos morales.

Una vez realizada las encuestadas a las 21 empresas del subsector C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., en el cuadro No. 21 se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al Protocolo de RSE de UNIAPAC.

Para el subsector CIIU C 28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., los datos procesados para la línea estratégica ética y transparencia se analizan en función del puntaje obtenido en las respuestas del trabajo de campo y expresan que el stakeholder ***en orden*** "Los accionista e inversionistas" tienen 9,33 / 12 puntos; "Personas que integran la empresa" obtiene 12,95 / 16 puntos; "Proveedores" con 8,20 / 12 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" tiene 8,23 / 12 puntos, continua; "Gobierno" con 7,87 / 14 puntos; "Comunidad – sociedad" 8,03 / 14 puntos; "Competencia" 6,03 / 10 puntos y finalmente para "Generaciones futuras" con 6,07 / 10 puntos.

En el Cuadro No. 20 y Gráfico No. 07, se puede observar que la mayor brecha considerando la incidencia porcentual se presenta ***en orden de porcentaje*** en primer lugar se encuentra "Gobierno" con 43.81 por ciento y 6.13 puntos; "Comunidad – sociedad" con 42.62 por ciento y 5.87 puntos; "Competencia" con 39.67 por ciento y 3.97 puntos; muy de cerca se encuentra "Generaciones Futuras" con 39.33 por ciento y 3.93 puntos; próximo de igual manera esta "Proveedores" con 31.67 por ciento y 3.80 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" con 31.39 por ciento y 3.77 puntos; "Los accionistas e inversionistas" con 22.22 por ciento y 2.67 puntos y finalmente "Personas que integran la empresa" con 19.05 por ciento y 3,05 puntos.

CUADRO No. 20

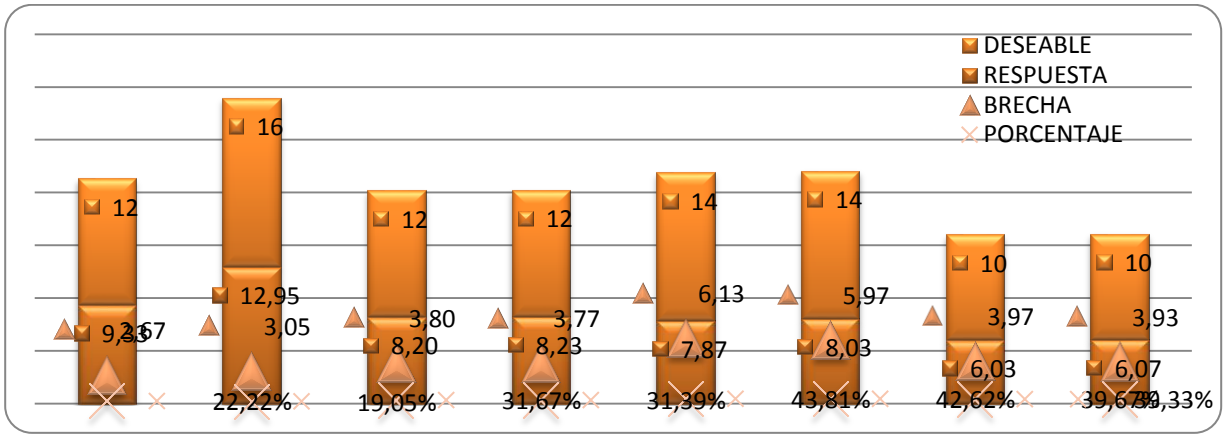
LINEA ESTRATÉGICA: I ETICA Y TRANSPARENCIA

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	**9,33**	12	2,67	22,22%
b) Personas que integran la empresa	**12,95**	16	3,05	19,05%
c) Proveedores	**8,20**	12	3,80	31,67%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	**8,23**	12	3,77	31,39%
e) Gobierno	**7,87**	14	6,13	43,81%
f) Comunidad – sociedad	**8,03**	14	5,97	42,62%
g) Competencia	**6,03**	10	3,97	39,67%
h) Generaciones futuras	**6,07**	10	3,93	39,33%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

GRAFICO No. 07

LINEA ESTRATÉGICA: I ETICA Y TRANSPARENCIA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

5.1.2 Calidad de vida

La calidad de vida indica una satisfacción equilibrada de las necesidades humanas. La necesidad de conocimiento puede ser satisfecha con una educación de calidad o con una muy mediocre. El problema para el ser humano no es simplemente sobrevivir, sino lograr tener una vida con calidad. Aunque el término ‘calidad de vida’ proviene de las ciencias económicas, hoy en día se utiliza para indicar un nivel excelente de satisfacción de las necesidades básica de todo tipo.

Los derechos humanos muestran cómo las necesidades fundamentales de la persona crean una exigencia de los satisfactores de dichas necesidades. Mis derechos se

convierten en obligaciones para la sociedad en ayudarme a satisfacerlos. Los derechos aseguran la calidad de vida mínima para todo ser humano. Los derechos llamados de primera generación se refieren al respecto por la libertad individual dentro de un Estado. Los derechos de segunda generación se refieren a la satisfacción de las necesidades económicas y sociales. Los derechos de tercera generación se refieren a la vida en un ambiente sano. Todo ser humano tiene el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas. Porque, como puede leerse en la Declaración Universal de los Derechos Humanos: "Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial, la alimentación, la vivienda, la asistencia sanitaria y los servicios sociales necesarios". Este derecho se fundamenta en la dignidad de toda persona y en la ayuda que le debe presta la sociedad ara su realización personal. Las formas de producción y de consumo de una sociedad deben regirse por la justicia (Martínez, 2005).

En el contexto antes descrito se puede enmarcar la importancia de considerar la calidad de vida que la organización brinda, tanto a sus clientes internos como a sus clientes externos, teniendo en cuenta que los bienes o servicios brindados por la empresa deben ir enfocados en una mejora continua para el consumidor, así como se debe considerar que la mano de obra se vea acorde a las mejores condiciones establecidas, asegurando también así la seguridad ocupacional y el buen trato al empleado.

Hay que tener en cuenta la importancia de que las organizaciones cuenten con una visión que respete la calidad de vida de las personas, siendo necesario que se tome en cuenta que se debe satisfacer las necesidades básicas de las personas que forman parte de la empresa, así como también hay que respetar el ámbito económico que se encuentra dentro de las necesidades de segunda generación, sin dejar de lado que se debe brindar un ambiente sano y seguro, para todo los *Stakeholders*.

Continuando con el análisis correspondiente a las 21 encuestadas realizadas a empresas parte del subsector C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., en el cuadro No. 21 se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al Protocolo de RSE de UNIAPAC.

Para el subsector CIIU C 28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., los datos procesados para la línea estratégica calidad de vida se analizan en función del puntaje obtenido en las respuestas del trabajo de campo y expresan que el stakeholder ***en orden*** "accionista e inversionista" tienen 12,76 / 14 puntos; "Personas que integran la empresa" obtiene 14,38 / 16 puntos; "Proveedores" con 8,81 / 12 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" tiene 14 / 16 puntos, continua; "Gobierno" con 4,48 / 10 puntos; "Comunidad – sociedad" 4,10 / 10 puntos; "Competencia" 7,14 / 10 puntos y finalmente para "Generaciones futuras" con 7,81 / 12 puntos.

Continuando el análisis respecto la brecha que cada Stakeholder presenta, ***en orden descendente***, se puede visualizar que en primer lugar se ubica "Comunidad – sociedad" con 59.05 por ciento y 5.90 puntos de brecha; le sigue "Gobierno" con 55.24 por ciento y 5.52 puntos; "Generaciones futuras" con 34.92 por ciento y 4.19 puntos; "Competencia" con 28.57 por ciento y 2.86 puntos; "Proveedores" con 18.25 por ciento y 2.19 puntos; en sexto lugar se encuentra "Distribuidores, clientes y consumidores" con 12.50 por ciento y 2.00 puntos; "Personas que integran la empresa" con 10.12 por ciento y 1.62 puntos; y en último lugar se localiza "Los accionistas e inversionistas" con 8.84 por ciento y 1.2 puntos.

CUADRO No. 21

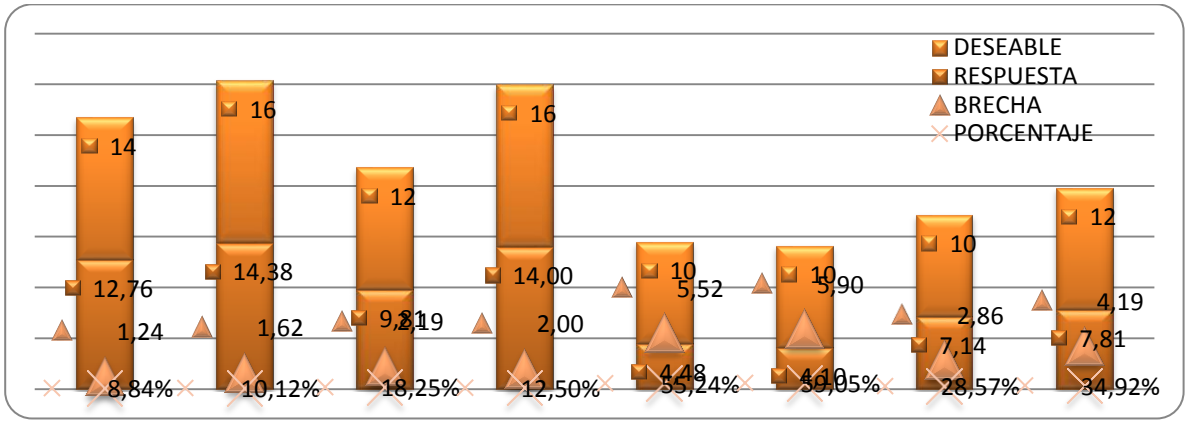
LINEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	**12,76**	14	1,24	8,84%
b) Personas que integran la empresa	**14,38**	16	1,62	10,12%
c) Proveedores	**9,81**	12	2,19	18,25%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	**14,00**	16	2,00	12,50%
e) Gobierno	**4,48**	10	5,52	55,24%
f) Comunidad – sociedad	**4,10**	10	5,90	59,05%
g) Competencia	**7,14**	10	2,86	28,57%
h) Generaciones futuras	**7,81**	12	4,19	34,92%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

GRAFICO No. 08

LINEA ESTRATÉGICA: II CALIDAD DE VIDA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

5.1.3 Generación y distribución de la riqueza

La generación y distribución de la riqueza es también un tema principal de la responsabilidad social, se entiende que existe un necesidad material, es por este motivo que dentro del contexto ético se debe dividir equitativamente la riqueza entre quienes contribuyen a generarla, es decir se debe repartir a todos los que forman parte de la empresa.

Se puede analizar concretamente la generación de riqueza en (Urcelay, 2006):

- Realización de inversiones
- Distribución de renta a través de los salarios y pagos a proveedores y la generación de negocio para los distribuidores
- Contribución al gasto público a través de la fiscalidad y las cotizaciones sociales

De las principales dimensiones de la generación de riqueza, se puede apreciar que la distribución de la riqueza es un hito importante para la correcta aplicación de la RSE, y que la riqueza no necesariamente solo aplica a la empresa, también aplica a sus factores externos como son proveedores y distribuidores, generando una política de ganar-ganar, en la cual todos los actores sacan provecho de la buena gestión empresarial.

En el análisis de la línea estratégica correspondiente a la *Generación y distribución de la riqueza* se detalla en el cuadro No. 22 según las ponderaciones promedio proporcionadas de los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al Protocolo de RSE de UNIAPAC.

De igual manera que en los análisis anteriores, los datos procesados para la línea estratégica generación y distribución de la riqueza se realizaran en función del puntaje obtenido en las respuestas del trabajo de campo y expresan ***en orden*** que el Stakeholder “Accionista e inversionista” tiene 10,19 / 12 puntos; “Personas que

integran la empresa" obtiene 9,19 / 14 puntos; "Proveedores" con 8,95 / 14 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" tiene 11,81 / 16 puntos, continua; "Gobierno" con 4,958 / 10 puntos; "Comunidad – sociedad" 4,95 / 12 puntos; "Competencia" 9,52 / 12 puntos y finalmente para "Generaciones futuras" con 5,24 / 10 puntos.

De los resultados observados en el Grafico No. 09, respeto la brecha presentada en la línea estratégica Generación y distribución de la riqueza, se puede ordenar los satakeholders de manera ***descendente***, de la siguiente manera, liderando la brecha, se encuentra "Comunidad" con 58.73 por ciento y 7.05 puntos; con más de 10 puntos de diferencia respecto el porcentaje le sigue en segundo lugar "Generaciones futuras" con 47.62 por ciento y 4.76 puntos; "Proveedores" con 36.05 por ciento y 5.05 puntos; muy de cerca le sigue "Personas que integran la empresa" con 34.35 por ciento y 4.81 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" con 26.19 por ciento y 4.19 puntos; "Competencia" con 20.63 por ciento y 2.48 puntos; "Gobierno" con 18.10 por ciento y 1.81 puntos y finalmente "Los accionistas e inversionistas" con 15.08 por ciento y 1.81 puntos.

CUADRO No. 22

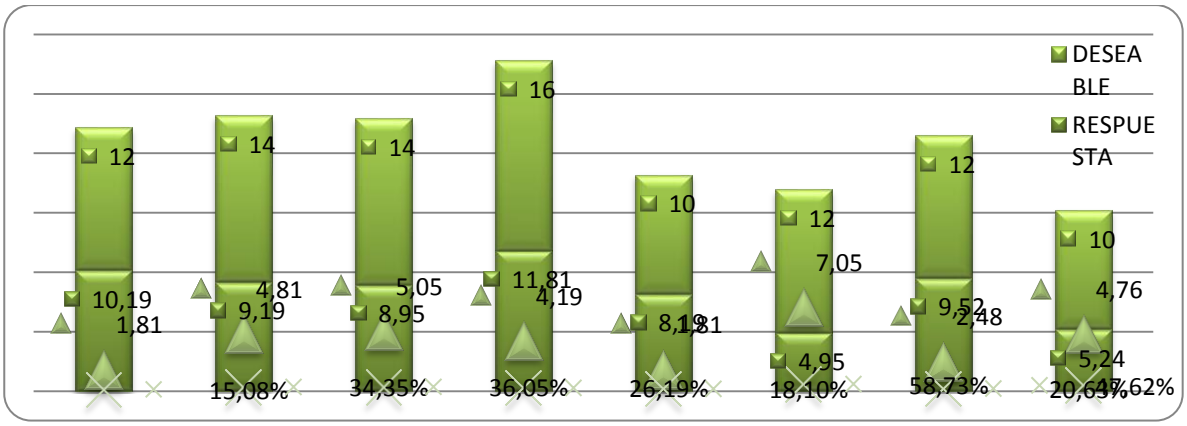
LINEA ESTRATÉGICA: III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	**10,19**	12	1,81	15,08%
b) Personas que integran la empresa	**9,19**	14	4,81	34,35%
c) Proveedores	**8,95**	14	5,05	36,05%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	**11,81**	16	4,19	26,19%
e) Gobierno	**8,19**	10	1,81	18,10%
f) Comunidad – sociedad	**4,95**	12	7,05	58,73%
g) Competencia	**9,52**	12	2,48	20,63%
h) Generaciones futuras	**5,24**	10	4,76	47,62%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

GRAFICO No. 09

LINEA ESTRATÉGICA: III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El índice de sostenibilidad muestra el rango en el cual los stakeholders se encuentran, siendo estos tres, rango de Riesgo, Inestable y Sólido. A continuación se describe los índices de sostenibilidad obtenidos para el subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria, equipo y n. c. p.

TABLA No. 03

RESULTADOS ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD

LINEAS ESTRATÉGICAS / STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MAXIMO PUNTOS	PORCENTAJE	INDICE DE SOSTENIBILIDAD		
							Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	9,33	12,76	10,19	32,29	38,00	84,96%			X
b) Personas que integran la empresa	12,95	14,38	9,19	36,52	46,00	79,40%			X
c) Proveedores	10,00	9,81	8,95	28,76	38,00	75,69%			X
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,52	14,00	11,81	35,33	44,00	80,30%			X
e) Gobiernos	9,90	4,48	8,19	22,57	34,00	66,39%		X	
f) Comunidad - sociedad	8,57	4,10	4,95	17,62	36,00	48,94%		X	
g) Competencia	8,57	7,14	9,52	25,24	32,00	78,87%			X
h) Generaciones futuras	6,05	7,81	5,24	19,10	32,00	59,67%		X	
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	74,90	74,48	68,05	217,43	300,00		De 0 a 150 0,00	De 151 a 220 59,29	De 221 a 300 158,14

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

Del cuadro No. XXIII se observa que tres de los ocho stakeholders se encuentra en el rango inestable, según el índice de sostenibilidad, estos son “Gobierno” con 66,39 por ciento, le sigue “Generaciones futuras” con 59,67 por ciento y finalmente “Comunidad – sociedad” con 48,94 por ciento.

En el rango de sólido se encuentran en ***orden descendente*** “Accionistas e inversionistas” (84,96 por ciento), “Distribuidores, clientes y consumidores” (80,30 por ciento), “Personas que integran la empresa” (79,40 por ciento), muy de cerca “Competencia” (78,87 por ciento) y en último lugar pero aun en dentro del rango sólido “Proveedores” (75,69 por ciento).

TABLA No. 04

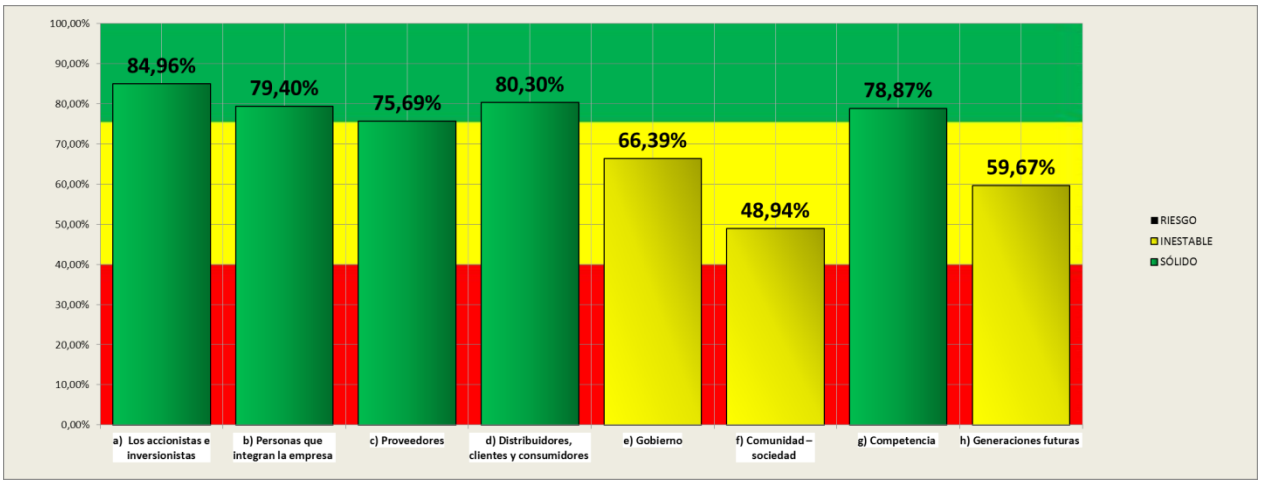
ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD

LINEAS ESTRATÉGICAS / STAKEHOLDERS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD		
	Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas			84,96%
b) Personas que integran la empresa			79,40%
c) Proveedores			75,69%
d) Distribuidores, clientes y consumidores			80,30%
e) Gobiernos		66,39%	
f) Comunidad - sociedad		48,94%	
g) Competencia			78,87%
h) Generaciones futuras		59,67%	
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	De 0 a 150 **0,00**	De 151 a 220 **59,29**	De 221 a 300 **158,14**

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

GRAFICO NO. 10

RESULTADOS ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Este índice indica el grado de congruencia de la responsabilidad social empresarial en el Subsector CIIU C 28 Fabricación de maquinaria, equipo y N. C. P., al igual que el índice de sostenibilidad este se encuentra dividido en tres rangos, bajo, mínimo y sólido. De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se obtienen los siguientes resultados respecto a este índice.

TABLA No. 05

RESULTADOS ÍNDICE DE CONGRUENCIA

LINEAS ESTRATÉGICAS / STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MAXIMO PUNTOS	PORCENTAJE
a) Accionistas e inversionistas	9,33	12,76	10,19	32,29	38,00	84,96%
b) Personas que integran la empresa	12,95	14,38	9,19	36,52	46,00	79,40%
c) Proveedores	10,00	9,81	8,95	28,76	38,00	75,69%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,52	14,00	11,81	35,33	44,00	80,30%
e) Gobiernos	9,90	4,48	8,19	22,57	34,00	66,39%
f) Comunidad - sociedad	8,57	4,10	4,95	17,62	36,00	48,94%
g) Competencia	8,57	7,14	9,52	25,24	32,00	78,87%
h) Generaciones futuras	6,05	7,81	5,24	19,10	32,00	59,67%
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por	74,90	74,48	68,05	217,43		
MAXIMO PUNTOS	100,00	100,00	100,00		300,00	
PORCENTAJE	74,90%	74,48%	68,05%			

INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)						
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150		
Mínimo De 41% a 75%	X	X	X	De 151 a 220 217,43		
Sólido De 76% a 100%				De 221 a 300		

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

En resumen se puede notar que todos los ejes estratégicos se encuentran en la categoría "mínimo", con unos porcentajes muy cercanos al "sólido" en dos de estas categorías, quedando los resultados expuesto de la siguiente manera, en ***orden descendente***, en primer lugar I Ética y transparencia con 74,90 por ciento, le sigue muy de cerca II Calidad de vida con 74,48 y finalmente III Generación y distribución de la riqueza con 68,05 por ciento.

TABLA No. 06

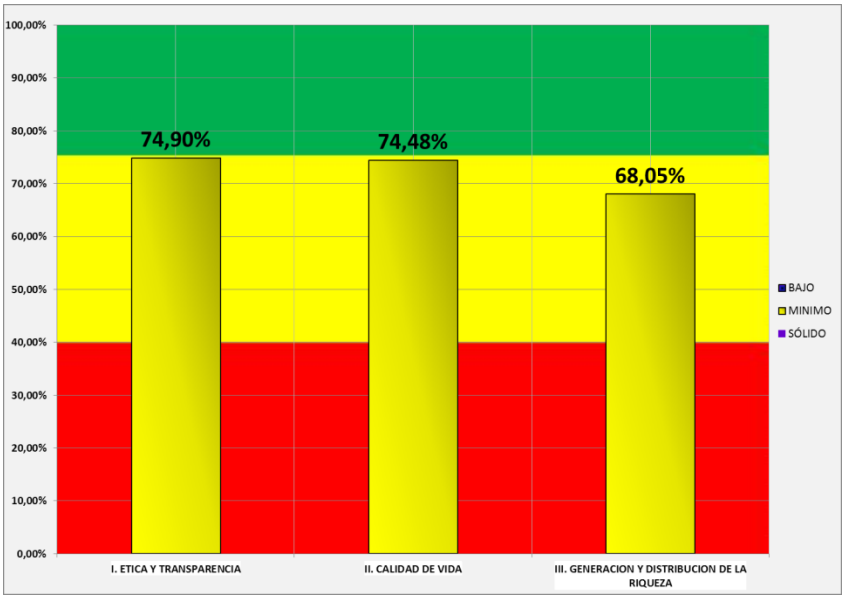
ÍNDICE DE CONGRUENCIA

	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150 0,00
Mínimo De 41% a 75%	74,90%	74,48%	68,05%	De 151 a 220 217,43
Sólido De 76% a 100%				De 221 a 300 0,00

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

GRÁFICO No. 11

RESULTADOS ÍNDICE DE CONGRUENCIA



Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

El índice de Sostenibilidad Global de igual manera como se ha detallado tanto en el índice de sostenibilidad como en el índice de congruencia, se encuentra dividido en tres "grados", representados por los colores "Verde", "Amarillo" y "Rojo", según el detalle del Cuadro No. 23.

TABLA No. 07

GRADO DE SOLIDEZ Y SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA

Verde	Tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo.
Amarillo	Ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable. Existen áreas de riesgo importante.
Rojo	Cumplimiento mínimo: cuidado, puede haber grupos relacionados que rechacen activamente a su empresa.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

En resumen, se puede enunciar que el índice de sostenibilidad para el CIIU C 28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p. de las PYME's en el Distrito Metropolitano de Quito, tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo, sin embargo el "Gobierno", "Generaciones futuras" y "Comunidad – sociedad" se encuentran en una etapa en la cual se

ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, sin embargo existen áreas de riesgo importantes que hay que considerar.

Respecto al índice de congruencia, los tres ejes estratégicos se encuentran en la misma situación que los stakeholders “Gobierno”, “Generaciones futuras” y “Comunidad – sociedad”, sin embargo I Ética y transparencia y II Calidad de vida, se encuentran muy al margen del mínimo, aproximándose muy de cerca a ser una gestión sólida, por lo que el riesgo no es mayor, no obstante es necesario continuar con operaciones que permitan acciones integralmente responsables.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIIU C28: FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO Y N.C.P.

6.1. DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el capítulo que señala los "ASPECTOS METODOLÓGICOS", en el acápite "Trabajo en Campo", se detalla una muestra de 27 empresas, que dio como resultado un total de 21 empresas encuestadas realizadas mediante visitas generadas con éxito, como se muestra en el Cuadro No. 23.

CUADRO No. 23

RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

DESCRIPCIÓN	No. Empresas
No desea colaborar	4
No responde el teléfono / dirección	2
Citas obtenidas	21
TOTAL POBLACIÓN	27

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Francisco Núñez

Los resultados obtenidos a través de este estudio, fueron insumo para poder conocer el estado en el cual se encuentran el Subsector de estudio en los diferentes ejes estratégicos, según Cuadro No. 24.

Primera Línea Estratégica: I Ética y transparencia, la mayor puntuación la tiene el grupo "Competencia", con un promedio de 1,71/2 puntos; en segundo lugar se encuentra el grupo de "Proveedores" el mismo que obtuvo un promedio de 1,67/2 puntos; y en tercer lugar se ubica "Personas que integran la empresa" con un promedio de 1,62/2 puntos, entre los más importante; finalmente el grupo que tiene el menor promedio esta "Generaciones futuras" con 1,21/2 puntos.

Segunda Línea Estratégica: II Calidad de vida, la mayor puntuación la tiene el grupo de los "Accionistas e inversionistas" con un promedio 1,82/2 puntos; seguido por el grupo de las "Personas que integran la empresa" con 1,80/2 puntos; "Distribuidores, clientes y consumidores" con 1,75/2; y finalmente se ubica el grupo "Gobierno" con 0,90/2 puntos.

Tercera Línea Estratégica: III Generación y distribución de la riqueza, la mayor puntuación la tiene el grupo de los "Accionistas e inversionistas" con un promedio 1,70/2 puntos; seguido por el grupo de "Gobierno" con 1,64/2 puntos; "Competencia" con 1,69/2; y finalmente se ubica el grupo "Comunidad-Sociedad" con 0,83/2 puntos.

CUADRO No. 24

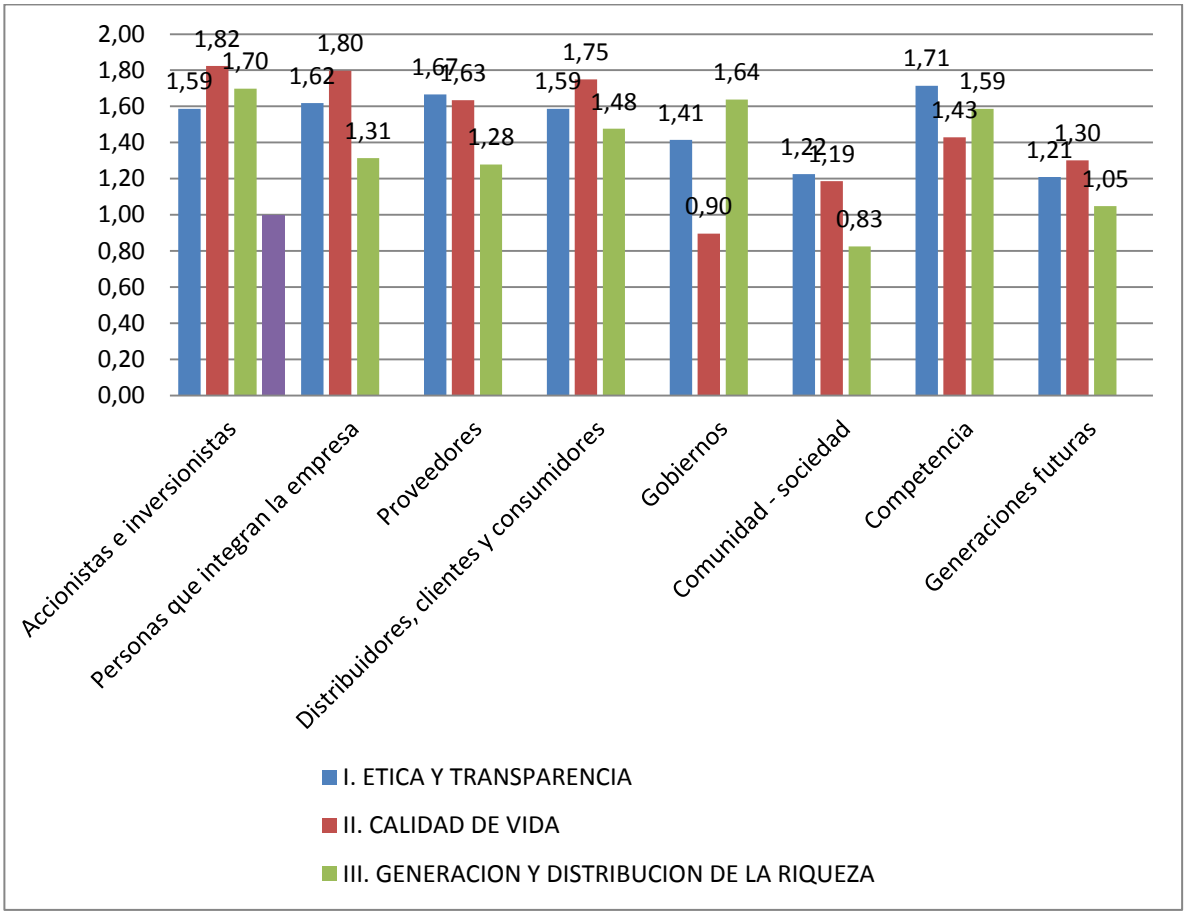
RESUMEN DATOS ENCUESTA

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA
Accionistas e inversionistas	**1,59**	**1,82**	**1,70**
Personas que integran la empresa	**1,62**	**1,80**	**1,31**
Proveedores	**1,67**	**1,63**	**1,28**
Distribuidores, clientes y consumidores	**1,59**	**1,75**	**1,48**
Gobierno	**1,41**	**0,90**	**1,64**
Comunidad - sociedad	**1,22**	**1,19**	**0,83**
Competencia	**1,71**	**1,43**	**1,59**
Generaciones futuras	**1,21**	**1,30**	**1,05**

Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación
Elaborado por: Francisco Núñez

GRÁFICO No. 12

RESUMEN DATOS ENCUESTA



Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación
Elaborado por: Francisco Núñez

6.2.DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

A continuación se realiza un análisis de las principales causas y efectos detectados en los ocho stakeholders bajo los tres ejes estratégicos: Ética y transparencia, Calidad de vida y Generación y Distribución de la riqueza, en función a los resultados obtenidos del Índice de Sostenibilidad, identificando en este análisis el ambiente al que pertenece dicha observación, ya sea este interno o externo, e incluyendo una propuesta acciones de mejora bajo un criterio personal o legal.

6.2.1. Ética y Transparencia

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS**	1.-	No se facilita información de la empresa de manera equitativa para todos los accionistas e inversionistas	Inestabilidad de la empresa por un mal uso de la información Posibles estafas y movimientos empresariales dolosos	X		1. Elaborar un Código de Conducta en el que se incluyan políticas de privacidad y celo de información. 2. Inscribir el código 3. Socializar el código de conducta. 4. Evaluar el conocimiento de los artículos al interior de la compañía.	(C) En el caso de implementar políticas de privacidad y celo de información o de equidad y transparencia de información los accionistas e inversionistas se sentirán más seguros de su inversión (acciones). (L) Dentro de los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE definen en segundo principio, literal A inciso 3, de los derechos de los accionistas e inversionistas obtener información relevante y sustantiva sobre la sociedad de forma puntual y periódica (L) El artículo Nro. 66 de la Constitución de la República del Ecuador en el inciso Nro. 25 menciona respecto los derechos de libertad el "(...) recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características"

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA**	2.-	No existe una participación concreta por parte de las personas que integran la empresa dentro de la planificación estratégica	Existe un desconocimiento de información por parte de los trabajadores como de los puestos jerárquicos altos, no existe un intercambio de información que enriquecería la Planificación Estratégica de la Empresa	X		1. Elaborar un Plan de Participación que sostenga reuniones periódicas entre mandos directivos y representantes de los trabajadores. 2. Ejecutar las reuniones según cronograma. 3. Redactar un Acta de Reunión con las definiciones alcanzadas en las reuniones. 4. Socializar e implementar los objetivos alcanzados.	(C) La inclusión de los trabajadores en la toma de decisiones de la empresa generaran un sentimiento de fraternidad con la misma entre trabajadores y la compañía (L) El Artículo Nro. 33 de la Constitución de la República del Ecuador menciona que "(…) El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado"

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**PROVEEDORES**	3.-	No existe una apropiada selección de proveedores, incluso en la mayoría de casos las empresas no cuentan con un Código de Conducta Empresarial ni Valores Empresariales definidos	Al momento de seleccionar proveedores las empresas no cuentan con un compromiso de RSE Entre la empresa y los proveedores se desconocen los valores de cada uno de ellos		X	1. Elaborar un Código de Conducta y Valores en el que se incluyan políticas de selección de proveedores. 2. Inscribir el código 3. Socializar el código de conducta y Valores. 4. Evaluar el conocimiento y cumplimiento de los artículos al interior de la compañía.	(C) Una vez elaborado el Código de Conducta y Valores Empresariales para la selección de proveedores, las empresas deben socializarlo hacia la empresa y hacia los proveedores (L) El Artículo Nro. 288 de la Constitución de la República del Ecuador menciona "Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social.", el mismo criterio puede ser utilizado para la empresa privada en base al código antes citado (L) Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el Art. 17.- Obligaciones del Proveedor "Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable"

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES**	4.-	No se incorpora a los distribuidores, clientes y consumidores en el Balance Social (Informe de RSE), en la mayoría de casos las empresas no realizan un Balance Social	No existe un compromiso hacía los actores externos por parte de la empresa, lo que genera un desconocimiento del producto por parte de los consumidores, distribuidores y clientes		X	1. Las empresas se deben capacitar para una correcta elaboración de un Balance Social (se puede utilizar la metodología GRI). 2. Levantamiento de información de los indicadores que incluya distribuidores, clientes y consumidores 3. Elaboración del Balance Social de manera anual. 4. Presentación y socialización del Balance Social de la empresa.	(L) La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el Art. 17 dispone que "Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable" (C) Las empresas para mejorar la gestión de RSE deberán por lo menos realizar una vez al año un Balance Social el mismo que debe incluir a los diferentes grupos de interés y en lo posible socializarlo

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**GOBIERNO**	5.-	No existe participación por parte de los colaboradores de la empresa con los programa de Gobierno, principalmente por desconocimiento de los mismos	Desinterés por parte de las empresas y colaboradores	X	X	1. Realizar un monitoreo permanente de las decisiones del Gobierno que puedan afectar al Subsector. 2. Establecer prioridades de los temas a tratar. 3. Realizar un acercamiento con entidades del Estado para alcanzar acuerdos.	(L) La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 1 menciona que "La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución." (L) La Ordenanza Metropolitana Nro. 333 en su Art. 5 define que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad será el órgano rector de responsabilidad social, por lo que es necesaria una interacción con el gobierno (C) Según lo establecido en la Constitución, las empresas deberían procurar un acercamiento con el Gobierno para generar beneficios mutuos

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**COMUNIDAD-SOCIEDAD**	6.-	No existe participación por parte de los colaboradores de manera cívica en programas de desarrollo y acción social	Desinterés por el mejoramiento de la ciudad		X	1. Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado para tener participación en programas de desarrollo ya acción social. 2. Generar contacto las diferentes entidades de Estado de interés. 3. Ejecutar acciones para el beneficio común, el desarrollo y la acción social	(L) La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 1 menciona que "La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución." (C) Las empresas deberá trabajar en conjunto con los colaboradores para generar una conciencia social en conjunto generando planes de acción y actividades de integración entre la empresa y la comunidad

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**COMUNIDAD-SOCIEDAD**	7.-	El Balance Social no es presentado este grupo, en muchos casos las empresas no cuentan con el mismo, el stakeholder comunidad-sociedad se ve desvinculado de la empresa	La empresa desconoce las necesidades y expectativas de la comunidad-sociedad, mientras la comunidad desconoce la gestión de las empresas lo que puede generar mal entendido entre ambos stakeholders		X	1. Las empresas se deben capacitar para una correcta elaboración de un Balance Social (se puede utilizar la metodología GRI). 2. Levantamiento de información de los indicadores que incluyan comunidad-sociedad 3. Elaboración del Balance Social de manera anual. 4. Presentación y socialización del Balance Social de la empresa a todos los Stakeholders.	(L) La Ordenanza Metropolitana Nro. 333 En su Art. 6 crea el Banco de Datos de Responsabilidad Social, el mismo que dentro de sus objetivos tienen el "Registrar y difundir los informes de Responsabilidad Social" (C) Con la ayuda del Banco de Datos de Responsabilidad Social, las empresas podrán difundir sus Balances Sociales aminorando costos para la empresa y beneficiaría a todos los Grupos de Interés este despliegue de información.

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**COMPETENCIA**	8.-	Las PYMES de este subsector no tienen participación en cámaras y asociaciones, basado principalmente en el desconocimiento de los mismos	Las empresas no generan un GANAR-GANAR con su competencia, desperdiciando los beneficios del trabajo en equipo		x	1. Obtener información de los diferentes gremios en los cuales la empresa puede participar. 2. Generar un contacto con los representantes de los gremios y conocer al detalle los beneficios. 3. Analizar los beneficios, y de ser beneficiosos para la empresa, unirse a algún gremio.	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. (L) Constitución de la República del Ecuador Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**COMPETENCIA**	8.-	Las PYMES de este subsector no tienen participación en cámaras y asociaciones, basado principalmente en el desconocimiento de los mismos	Las empresas no generan un GANAR-GANAR con su competencia, desperdiciando los beneficios del trabajo en equipo		x	1. Obtener información de los diferentes gremios en los cuales la empresa puede participar. 2. Generar un contacto con los representantes de los gremios y conocer al detalle los beneficios. 3. Analizar los beneficios, y de ser beneficiosos para la empresa, unirse a algún gremio.	(C) Con el objeto de sacar mayor provecho de las leyes en son del beneficio común las empresas deberían procurar formar parte de asociaciones, cámaras y demás organizaciones de orden común para beneficio propio y promover la sana competencia y apoyarse en la satisfacción de las necesidades conjuntas

		Nro.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	**GENERACIONES FUTURAS**	9.-	En el Balance Social no se incluye un diagnóstico del impacto ambiental que la empresa genera. En muchos caso ni siquiera existe un Balance Social	Se desconoce lo impactos ambientales que la empresa genera de igual manera se desconoce la gestión que la empresa realiza a favor del medio ambiente, de existir alguno		x	1. Las empresas se deben capacitar para una correcta elaboración de un Balance Social (se puede utilizar la metodología GRI). 2. Levantamiento de información de los indicadores que incluyan el diagnóstico del impacto ambientas que la empresa genera. 3. Elaboración del Balance Social de manera anual. 4. Presentación y socialización del Balance Social de la empresa a todos los Stakeholders.	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 14 "Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados." (C) Según lo definido en la Constitución es de interés público la preservación del medio ambiente por lo que la incorporación de este particular en el Balance Social es de gran importancia y no debería excluirse bajo ninguna circunstancia

Fuente: Respuestas de la Encuesta Aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

6.2.2. Calidad de vida

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS**	1.-	No existe un pleno conocimiento del impacto que las empresas generan en la calidad de vida de las personas que integran sus grupos relacionados	Las empresas al no tener conocimiento del impacto que generan a sus grupos relacionados no tienen bases para mejorar la situaciones negativas por lo que la misma se mantiene y pueden empeorar.		X	1. Elaborar un Plan de Acción de medición de la satisfacción de los Stakeholders hacía la organización. 2. Establecer indicadores de cumplimiento 3. Realizar encuestas de satisfacción de los diferentes grupos relacionados a fin de conocer el estado actual del impacto que la empresa genera 4. A fin de levantar información respecto a los grupos relacionados se sugiere generar un buzón de quejas y sugerencias. 5. Generación de datos que brinden posibles acciones a ejecutar para mejorar la gestión de la empresa	(L) El Art. 204 de la Constitución de la República del Ecuador manda que "La Función de Transparencia y Control Social promoverá e impulsará el control de las entidades y organismos del sector público, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que presten servicios o desarrollen actividades de interés público, para que los realicen con responsabilidad, transparencia y equidad; fomentará e incentivará la participación ciudadana; protegerá el ejercicio y cumplimiento de los derechos; y prevendrá y combatirá la corrupción. (C) Realizar un diagnóstico de las prácticas de Responsabilidad Social que la empresa posee hacia la calidad de vida de los diferentes grupos relacionados, de esta manera poder actuar respecto las debilidades presentadas

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS**	2.-	Las empresas no cuentan con una estrategia de vinculación entre accionista e inversionistas y los grupos relacionados	Al no existir una estrategia de vinculación entre los grupos de interés no existe un plan de acción para corregir cualquier impacto generado por parte de la empresa	X		1. Elaborar un Código de Conducta y Gobierno Corporativo que incluya definiciones de vinculación entre accionistas e inversionistas y los grupos relacionados. 2. Inscribir el código 3. Socializar el código de conducta. 4. Evaluar el conocimiento de los artículos al interior de la compañía.	(C) La elaboración de un Código de Conducta y Gobierno Corporativo generará una guía para la vinculación entre accionistas e inversionistas y los grupos relacionados

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS**	3.-	No se cuenta con un levantamiento de información de los impactos generados por la empresa es por esto que resulta difícil evaluarlos	Al no evaluar el impacto en la calidad de vida de los grupos relacionados es inalcanzable conseguir resultados reales respecto el impacto generado	X		1. Elaborar un Código de Conducta y Gobierno Corporativo que incluya levantamiento de información periódica sobre los impactos ambientales generados por la empresa 2. Inscribir el código 3. Socializar el código de conducta. 4. Evaluar el conocimiento de los artículos al interior de la compañía. 5. Evaluar las mejorar generadas una vez incluido el Código en la organización	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 14 "Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados." (C) La elaboración de un Código de Conducta y Gobierno Corporativo generará una guía para conocer los pasos a seguir en cuanto a solucionar los posibles impactos negativos.

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA**	4.-	Las empresas carecen de interés por conocer el ambiente laboral de sus colaboradores, generando desconocimiento lo cual limita las posibles mejoras en este ámbito	La no evaluación del ambiente laboral produce un desconocimiento de la satisfacción de los colaboradores lo que limita las mejoras y puede generar descontento con la empresa y menor rendimiento	X		1. Elaborar un Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional así como también un Reglamento de Estándares de Cliente Interno 2. Generar un plan de acción que mida la satisfacción del cliente interno, el mismo que debe ser medio por lo mínimo de manera anual para conocer las posibles mejoras y mantener a los colaboradores contentos 3. Medir los estándares de atención al cliente según el Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional, Reglamento de Estándares de Cliente Interno 4. Generar mejorar en las áreas deficientes de gestión avisadas en las encuestas (Plan de acción)	(L) El Art. 83 en el literal 7 expone como deber y responsabilidad de los ecuatorianos el "Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir." (C) Es importante para el empleador desarrollar planes de acción que midan la satisfacción de los colaboradores de manera periódica, así como también es necesario la creación del Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**PROVEEDORES**	5.-	Las empresas se limitan a conocer sobre sus prácticas "puertas adentro", sin tomar en cuenta la relación que tienen con los proveedores	Al no conocer las prácticas laborales de los proveedores se pueden generar tratos inadecuados por parte de los empleados al momento de las negociaciones	X	X	1. Elaborar un Reglamento Interno de Trabajo el mismo que determine los Principios y Valores institucionales, incluyendo el trato con proveedores 2. Socializar el reglamento a toda la institución poniendo especial énfasis en áreas que traten con proveedores 3. Medir el cumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo 4. Tomar acciones correctivas en el caso que exista incumplimiento al Reglamento	(C) Las empresas al crear el Reglamento Interno de Trabajo y se socialice con todos los grupos relacionados de la organización este facilitará el cumplimiento de los principios y valores institucionales por los cuales se regirá.

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES**	6.-	No se cuenta con un canal definido de comunicación entre la empresa, sus clientes, consumidores y distribuidores, por lo que no existe información para generar una mejora en los productos ofertados	Si bien los clientes, consumidores y distribuidores tienen conocimiento del producto no existe un mayor detalle del mismo, sin embargo es necesario mejorar la comunicación del producto ofertado		X	1. Generar un Plan de Comunicación a fin de definir canales de información por parte de la empresa con sus clientes, distribuidores y consumidores a fin de que se lleven mayor provecho del producto ofertado, es necesario explotar al máximo lo ofertado para mejorar la percepción frente al producto, se debe realizar un correcto etiquetado del producto. 2. Socializar el Plan de Comunicación 3. Medir el cumplimiento al Plan. 4. Mejorar periódicamente el Plan de Comunicación	(L) El GRI posee el indicador PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios requerida por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. (C) Se debe etiquetar de manera correcta el producto con especificaciones técnicas y se deben incluir números de contacto para conocer la opción del consumidor, distribuidor y clientes.

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**GOBIERNO**	7.-	No existe participación por parte de las empresas en programas públicos para la elaboración de políticas locales de mejorar para el bien común	Al no existir participación de las empresas con el gobierno para la elaboración de políticas públicas de mejoras del bien común genera una brecha de responsabilidad social que no cubre todas las necesidades de este particular		X	1. Realizar un monitoreo permanente de las decisiones del Gobierno que puedan afectar al Subsector. 2. Establecer prioridades de los temas a tratar. 3. Realizar un acercamiento con entidades del Estado para alcanzar acuerdos.	(L) La Ordenanza Metropolitana Nro. 333 en su Art. 5 define que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad será el órgano rector de responsabilidad social, por lo que es necesaria una interacción con el gobierno (C) Se debe realizar acercamiento de las empresas con el gobierno, debido a que por desconocimiento y rechazo de las políticas públicas se están perdiendo oportunidades de beneficio común

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**COMUNIDAD- SOCIEDAD**	8.-	Al igual que con el gobierno, las empresas carecen de un acercamiento con Organizaciones no Gubernamentales para colaborar en proyectos de bien común	Si las empresas no tienen relación con Organizaciones no Gubernamentales estás generan una brecha de responsabilidad social no cubierta, desperdiciando una posible mejora en la percepción de la empresa frente a la comunidad-sociedad		X	1. Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado para tener participación en programas de desarrollo y acción social. 2. Generar contacto las diferentes entidades de Estado de interés. 3. Ejecutar acciones para el beneficio común, el desarrollo y la acción social	(C) Las empresas deben realizar un acercamiento con Organizaciones No Gubernamentales a fin de conocer posibles actividades conjuntas de beneficio mutuo y que generen oportunidades de beneficio común

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**COMPETENCIA**	9.-	Las empresa no mantienen una relación cercana con su competencia inhabilitando su participación conjunta en acciones a favor de la comunidad	Al no contar con una cercana participación con la competencia es imposible conocer las problemáticas comunes así como las necesidades por lo que se pueden generar prácticas inadecuadas		X	1. Obtener información de los diferentes gremios en los cuales la empresa puede participar. 2. Generar un contacto con los representantes de los gremios y conocer a detalle los beneficios. 3. Analizar los beneficios, y de ser beneficiosos para la empresa, unirse a algún gremio a fin de obtener un GANAR- GANAR	(C) Impulsar un acercamiento con la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha así como también con la Cámara de Industrias y Producción para conocer los beneficios que estas pueden brindar al gremio

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
CALIDAD DE VIDA	**GENERACIONES FUTURAS**	10.-	No existe participación por parte de las empresas en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente	Si las empresas no participan en programas comunitarios de mejorar del medio ambiente se está dejando de lado una importante arista de la RSE		X	1. Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado y entidades del gremio, para tener participación en programas de manejo de desechos y planes de disminución de impactos ambientales 2. Generar contacto las diferentes entidades de Estado de interés y empresas del Subsector. 3. Ejecutar acciones para el control en el manejo de desechos y reducción del impacto ambiental	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 14 "Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados." (C) Generar planes de acción para la mejora de los impactos ambientales producidos por la empresa

Fuente: Respuestas de la Encuesta Aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

6.2.3. Generación y Distribución de la Riqueza

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**LOS ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS**	1.-	Existe un desinterés por parte de las empresas por realizar una diferente distribución de las utilidades/beneficios de las no normadas por la ley	Carencia de un incentivo económico hacía los diferentes niveles de la organización	X		1. Generar un Plan de incentivos y metas para los empleados 2. Medir el cumplimiento de las metas establecidas para los empleados y generar incentivos para mejorar la gestión de la empresa desde los puestos operativos hasta los cargos directivos 3. Evaluar periódicamente el Plan de incentivos y metas. 4. Generar un compromiso de los empleados hacía la empresa.	(L) El Código del Trabajo en el Art. 97 dispone "Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas." (C) A parte de las obligaciones de Ley, las empresas no generan otro incentivo económico a los colaboradores, es importante que las empresas creen un Plan de Incentivos por metas

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA**	4.-	Las PYMES no cuentan con sistemas de control y seguimiento respecto las necesidades de sus colaboradores	No conocer las necesidades de los colaboradores de la empresa por lo cual no pueden tomar acciones acertadas para la mejora de la satisfacción de las personas que integran la empresa	X		1. Crear un modelo de control y seguimiento a las satisfacción de los colaboradores según el presupuesto de la empresa, no es necesario la implementación de un sistema de gran escala si la empresa en de pequeñas dimensiones. 2. Una vez generado el modelo de control realizar periódicamente revisiones al mismo. 3. Tomar acciones según los indicadores.	(L) El Art. 276 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador define "Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable (C) Las empresas deberán desarrollar un Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**PROVEEDORES**	5.-	No existe una base del impacto en empleo que generan las empresas en su entorno por su actividad económica	Al no tener conocimiento del impacto laboral que la empresa tiene sobre el área de actividad, esta desconoce en su totalidad el área de impacto que puede generar		X	1. Elaborar un Reglamento Interno de Trabajo el mismo que determine los Principios y Valores institucionales, incluyendo el trato con proveedores 2. Socializar el reglamento a toda la institución poniendo especial énfasis en áreas que traten con proveedores 3. Medir el cumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo 4. Tomar acciones correctivas en el caso que exista incumplimiento al Reglamento	(L) La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en su Art. 17 "Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable." (C) En base a la obligación que tienen los proveedores según la ley de entregar información transparente a las empresas que utilizan sus productos o servicios, las empresas deberían gestionar un diagnóstico del impacto que estas tienen a todo su entorno.

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES**	6.-	Las empresas no tienen una relación de programas y/o eventos con sus distribuidores	El dejar de lado un correcto o mejor trato con los distribuidores puede generar malestar por parte de la empresa y el distribuidor generados por malentendidos		X	1. Generar un Plan de Comunicación a fin de definir canales de información por parte de la empresa con sus clientes, distribuidores y consumidores a fin de que se lleven mayor provecho del producto ofertado, es necesario explotar al máximo lo ofertado para mejorar la percepción frente al producto, se debe realizar un correcto etiquetado del producto. 2. Socializar el Plan de Comunicación 3. Medir el cumplimiento al Plan. 4. Mejorar periódicamente el Plan de Comunicación	(L) La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en su Art. 17 "Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable." (C) Al igual que la obligación que los proveedores tienen frente a la empresa, la empresa como proveedor también tiene obligaciones hacia sus distribuidores, clientes y consumidores por lo que es necesario construir una buena relación entre estos posiblemente a través de eventos y programas.

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**GOBIERNO**	7.-	Por parte de las empresas existe un rechazo hacia las políticas de gobierno destinadas tributar de las empresas	Al existir rechazo por parte de las empresas por las políticas tributarias no existe una visión de beneficio por las mismas hacía afuera		X	1. Realizar un monitoreo permanente de las decisiones del Gobierno que puedan afectar al Subsector. 2. Establecer prioridades de los temas a tratar. 3. Realizar un acercamiento con entidades del Estado para alcanzar acuerdos. 4. Involucrarse en actividades del gobierno que generan un beneficio para las empresas.	(L) La Ley de Régimen Tributario Interno expone las directrices para el pago de tributos por parte de las empresas (C) Las empresa deberán emprender en capacitaciones del Sistema Tributario que rige en el país para conocer la manera más apropiada de responder a sus obligaciones y logren entender el beneficio de estos para los diferentes Grupos de Interés

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**COMUNIDAD- SOCIEDAD**	8.-	Existe desconocimiento del impacto social y cultural que las empresas generan a su alrededor	Puede producir un impacto negativo a la visión que los grupos de interés tienen frente a la empresa, principalmente despreocupación		X	1. Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado para tener participación en programas de desarrollo y acción social. 2. Generar contacto las diferentes entidades de Estado de interés. 3. Ejecutar acciones para el beneficio común, el desarrollo y la acción social	(C) Las empresas deben generar planes de acción en la cual se relacionen con el gobierno y las instituciones de Estado que logren brindar cuentas del provecho que el dinero recaudado genera para el bien común

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**COMPETENCIA**	9.-	Las PYMES se han dedicado a ganar mercado, generando un rechazo hacia la competencia en términos de opinión. No existe ningún método por el cual las empresas conozcan cómo se ven frente a su competencia	Esto produce un desconocimiento de la competencia generando posibles abusos por parte de las empresas al mercado		X	1. Obtener información de los diferentes gremios en los cuales la empresa puede participar. 2. Generar un contacto con los representantes de los gremios y conocer a detalle los beneficios. 3. Analizar los beneficios, y de ser beneficiosos para la empresa, unirse a algún gremio.	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 335.- El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. (C) Crear acercamiento por parte de las empresas con su competencia a fin de generar o incluirse en cámara o asociaciones del ramo para mejorar su gestión conjunta

		NO	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIONES	
					INTERNO	**EXTERNO**	**PROPUESTA**	**CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)**
GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	**GENERACIONES FUTURAS**	10.-	No contar con información respecto al impacto ambiental generado por las empresas a su entorno	Posibles prácticas de las empresas que generan impacto negativo al medio ambiente, sin que tengas alguna acción correctiva debido al desconocimiento		X	1. Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado y entidades del gremio, para tener participación en programas de manejo de desechos y planes de disminución de impactos ambientales 2. Generar contacto las diferentes entidades de Estado de interés y empresas del Subsector. 3. Ejecutar acciones para el control en el manejo de desechos y reducción del impacto ambiental	(L) Constitución de la República del Ecuador Art. 14 "Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados." (C) Crear un Fondo Ambiental que sirva para brindar mejorar a los impactos generados por la empresa am medio ambiente.

Fuente: Respuestas de la Encuesta Aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

6.3. DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En el cuadro No. 30 se visualizan los resultados obtenidos de la investigación según el índice de congruencia, diferenciado por cada línea estratégica y sus grupos de interés, a partir del resultado del índice, se puede calificar cada línea estratégica entre bajo, mínimo y sólido. El resultado para el Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., en las tres líneas estratégicas es mínimo.

Línea Estratégica I: Ética y transparencia, el resultado obtenido es del 74,90 por ciento, lo cual indica que se ha realizado una gestión mínima y no muy sostenible en el largo plazo para sus stakeholders, sin embargo, las brecha para alcanzar una calificación sólida en el 0,10 puntos porcentuales, por lo que las empresas de este subsector deberán mejorar y tomar en cuenta las medidas necesarias para que se exprese que su gestión está siendo ética y que contiene valores. La poca breca que se encuentra entre mínimo y sólido debe ser un motivante para las empresas para que en una próxima ocasión el subsector se encuentre en esta línea estratégica en el campo de sólido. Entre las principales mejoras que se deben incorporar es la creación de una Declaración de Principios y Valores, un Código de Conducta, un Balance Social y Políticas de Gobierno Corporativo, que incorpore a todos sus grupos de interés.

Línea Estratégica II: Calidad de vida, esta línea estratégica al igual que la anterior obtuvo una calificación muy cercana al campo sólido, sin embargo por 0,52 puntos

porcentuales se encuentra en el campo de mínimo, obteniendo un resultado global de 74,48 por ciento. La gestión por esta línea estratégica no es mala, sin embargo tiene que mejorar a fin de que se demuestre que el servicio de las empresas de este subsector cuenta con ética y valores. Puntualmente no existe riesgo y se puede indicar que el subsector tiene buenas iniciativas vigentes, sin embargo al momento no son suficientes, por lo que se debe tomar mayor atención a los Stakeholders que se encuentran con una puntuación baja, según el análisis realizado previamente. Se mantienen las mismas recomendaciones realizadas para la primera línea estratégica.

Línea Estratégica III: Generación y distribución de riqueza, el resultado obtenido para este subsector es del 68,05 por ciento, siendo esta la línea estratégica más descuidada, esto indica que las empresas del subsector han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, existiendo áreas de riesgo importantes en relación a la generación y distribución de la riqueza entre sus stakeholders, en otras palabras, las empresas deben tomar medidas para trabajar en este indicador a fin de que se puedan identificar claramente las áreas de riesgo. A fin de alcanzar una mejor calificación, las empresas deberán realizar un estudio más completo respecto las necesidades de los diferentes Stakeholder, tomando especial énfasis en el proceso relacionado con la generación y distribución de la riqueza, entre las recomendaciones se deberá generar un plan de incentivos, restructurar el manual de clasificación de puestos y orientar nuevos beneficios económicos para los empleados como prestamos, anticipo de sueldos, entre otros.

TABLA No. 5
RESULTADOS ÍNDICE DE CONGRUENCIA

LINEAS ESTRATÉGICAS / STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MAXIMO PUNTOS	PORCENTAJE
a) Accionistas e inversionistas	9,33	12,76	10,19	32,29	38,00	84,96%
b) Personas que integran la empresa	12,95	14,38	9,19	36,52	46,00	79,40%
c) Proveedores	10,00	9,81	8,95	28,76	38,00	75,69%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,52	14,00	11,81	35,33	44,00	80,30%
e) Gobiernos	9,90	4,48	8,19	22,57	34,00	66,39%
f) Comunidad - sociedad	8,57	4,10	4,95	17,62	36,00	48,94%
g) Competencia	8,57	7,14	9,52	25,24	32,00	78,87%
h) Generaciones futuras	6,05	7,81	5,24	19,10	32,00	59,67%
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por	74,90	74,48	68,05	217,43		
MAXIMO PUNTOS	100,00	100,00	100,00		300,00	
PORCENTAJE	74,90%	74,48%	68,05%			

INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)						
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150		
Mínimo De 41% a 75%	X	X	X	De 151 a 220 217,43		
Sólido De 76% a 100%				De 221 a 300		

Fuente: Cuestionario UNIAPAC
Elaborado por: Francisco Núñez

6.5. PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE

Una vez obtenidas las conclusiones del estudio, se determina una Propuesta de Políticas Generales y Específicas de Responsabilidad Social Empresarial para el

Subsector CIIU C28: Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p., en base a los diferentes Stakeholders, como se detalla a continuación:

Políticas Generales

a) Es vital para las empresas diagnosticar su emprendimiento en el ámbito de Responsabilidad Social Empresarial, para lo cual es necesario que una vez al años se realice un Balance Social o por lo menos un Informe de Responsabilidad Social Empresarial.
b) Una vez implementado la generación de un Balance o Informe Social es necesario realizar una comparación de los realizados en años anteriores con el objeto de conocer las mejores prácticas implementadas en el nuevo año y evaluar cuales se deben eliminar y cuales mantener.
c) Es responsabilidad y mandatorio que las empresas tengan un Código de Conducta, una Declaración de Principios y Valores, Reglamento Interno de Trabajo y un Grupo de Políticas de Gobierno Corporativo, debidamente documentados y publicados para conocimiento de todos sus stakeholders.
d) Realizar Focus Group o Work Shops que promuevan la comunicación entre los stakeholders y de esta manera levantar sus necesidades y requerimientos para de esta manera no descuidarlos.

e) Por la parte financiera, el Art. 97 del Código del Trabajo, establece que el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas por lo que las empresas deben publicar de manera clara y transparente la distribución de sus utilidades anuales a los stakeholders relacionados.

f) Las empresas deben en la medida de lo posible documentar todos los procesos institucionales a fin de estandarizar su gestión y de esta forma controlar su estricto cumplimiento, especialmente en los temas relacionados a la Responsabilidad Social de la Empresa.

g) Por la parte jurídica las empresas deben estar bien asesoradas para mantenerse actualizadas respecto a la normativa legal, patronal y tributaria vigente.

Políticas relacionadas con los Accionistas e Inversionistas.

a) Elaborar un Código de Conducta en el que se incluyan políticas de privacidad y celo de información, el mismo que deberá ser de conocimiento de todos los stakeholder relacionados previa una socialización. Una vez que este se encuentre en conocimiento general, el conocimiento de este deberá ser evaluado al interior de la empresa.

b) Elaborar un Plan de Acción de medición de la satisfacción de los Stakeholders hacía la organización principalmente de los Accionista e Inversionistas a fin de conocer su conformidad con la empresa.

c) Es obligación y responsabilidad de la empresa facilitar todo tipo de información financiera a los Accionista e Inversionistas a fin de que estos tengan conocimiento de la situación financiera actual de la empresa.
d) Al igual que la información financiera, este grupo de interés deberá realizar un seguimiento de todo Balance o Informe Social realizado por la empresa a fin de asegurar el cumplimiento de los valores y principios de la misma.
e) Establecer indicadores de cumplimiento que estén en conocimiento de los Accionistas e Inversionistas para que estos puedan brindarle el respectivo seguimiento.
f) Realizar encuestas de satisfacción de los diferentes grupos relacionados a fin de conocer el estado actual del impacto que la empresa genera, el mismo que deberá ser de fácil acceso.
g) Elaborar un Código de Conducta y Gobierno Corporativo que incluya definiciones de vinculación entre accionistas e inversionistas y los grupos relacionados.
h) Generar un Plan de incentivos y metas para los empleados con el objeto de mejorar la gestión comercial y de satisfacción de los empleados.

Políticas relacionadas con las Personas que integran la empresa.

a) Elaborar un Plan de Participación que sostenga reuniones periódicas entre mandos directivos y representantes de los trabajadores, las mismas que deberán

ser documentadas y posteriormente socializadas a fin de que se pueda brindar un seguimiento a las definiciones alcanzadas.

b) Al momento de elaborar o reestructurar el Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, y las Políticas de Gobierno Corporativo, se debe contar con la presencia de uno o varios representantes de los trabajadores con el objeto de que estos sean en la medida de lo posible inclusivos.
c) Elaborar un Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional así como también un Reglamento de Estándares de Cliente Interno
d) Establecer métodos o indicadores que permitan medir el cumplimiento de objetivos y metas planteados a los trabajadores en la planificación estratégica, pudiendo tomar acciones y retroalimentación para que este stakeholder mejore su gestión
e) Generar un plan de acción que mida la satisfacción del cliente interno, el mismo que debe ser medio por lo mínimo de manera anual para conocer las posibles mejoras y mantener a los colaboradores contentos
f) Las empresas deben cumplir a pie de la letra la normativa legal relacionada con los trabajadores.
g) En la medida de lo posible las empresas organizarán o apoyarán la realización de eventos que promuevan las iniciativas de sus trabajadores, el trabajo en equipo, y la integración de la vida familiar con la laboral.
h) A fin de mantener y mejorar el talento humano de la empresa, es responsabilidad de esta gestionar un plan de capacitación para sus trabajadores.

Políticas relacionadas con los Proveedores.

a) Elaborar un Código de Conducta y Valores en el que se incluyan políticas de selección de proveedores.
b) Elaborar un Reglamento Interno de Trabajo el mismo que determine los Principios y Valores institucionales, incluyendo el trato con proveedores.
c) Mantener contacto directo con los Proveedores de la empresa para conocer su gestión a detalle y observar el cumplimiento a códigos de la empresa.

Políticas relacionadas con los Distribuidores, clientes y consumidores.

a) Generar un Plan de Comunicación a fin de definir canales de información por parte de la empresa con sus clientes, distribuidores y consumidores a fin de que se lleven mayor provecho del producto ofertado, es necesario explotar al máximo lo ofertado para mejorar la percepción frente al producto, se debe realizar un correcto etiquetado del producto.
b) Las empresas deben comunicar sobre las especificaciones de uso de sus productos, los insumos que los componen y las normas de seguridad y salubridad que estos cumplen.

c) Las empresas deben formalizar y compartir sus Políticas de Atención al cliente, en la que se incluyan los protocolos de atención y las mediciones de la percepción de los clientes, consumidores y distribuidores.
d) Se deben realizar auditorías del servicio brindado a los distribuidores, clientes y consumidores, la misma que debe estar basada en estándares previamente levantados.
e) Gestionar un modelo de comunicación directa entre la empresa y sus distribuidores, clientes y consumidores, es una opción la creación de un buzón de quejas y sugerencias.

Políticas relacionadas con el Gobierno.

a) Realizar un monitoreo permanente de las decisiones del Gobierno que puedan afectar al Subsector.
b) Realizar un acercamiento con las diferentes entidades del Estado para alcanzar acuerdos que beneficien a las empresas y al gobierno. A su vez los acercamientos deberán exponer las preocupaciones del subsector en miras al futuro.
c) Involucrarse en actividades del gobierno que generan un beneficio para las empresas, tener contacto directo con cámaras de comercio, industrias entre otras.

d) Las empresas deberán mantenerse informadas permanentemente respecto nuevas políticas de RSE establecidas por el gobierno.
e) Por el ámbito financiero, las empresas deberán conocer y cumplir con rigor la normativa tributaria vigente.

Políticas relacionadas con Comunidad - Sociedad.

a) Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado para tener participación en programas de desarrollo y acción social.
b) Elaborar un Código de Conducta y Gobierno Corporativo que incluya definiciones de vinculación con la Comunidad – Sociedad.
c) Las empresas deben incentivar programas de comunicación con su medio relacionado a fin de conocer las posibles incomodidades generadas a la Comunidad – Sociedad por su funcionamiento alrededor de esta.
d) Las empresas deberán participar en iniciativas como mingas para mejorar el ornado del sector, la higiene, entre otros.

Políticas relacionadas con la Competencia.

a) Obtener información de los diferentes gremios en los cuales la empresa puede participar, una vez que se tenga conocimiento de estos incluirse en el que brinde mayor beneficios a la empresa.
b) Mantener un contacto directo con la competencia para llegar a acuerdos de servicios en los cuales el pilar fundamental sea la RSE, y de esta manera brindar productos y servicios de mayor calidad y de menor impacto para los diferentes Stakeholders.

Políticas relacionadas con las Generaciones futuras.

a) Realizar un Plan de Participación conjunta con entidades del Estado y entidades del gremio, para tener participación en programas que mejoren la gestión socialmente responsable de las empresas.
b) Informarse respecto planes de manejo de desechos y reducción de impacto ambiental y aplicarlos a todo nivel en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Argandoña-Isca, A. R. (2011). *http://www.iese.edu/.* Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de http://www.iese.edu/: http://www.iese.edu/en/multimedia/catedralacaixa_vol11_Final_tcm5-72287.pdf

Arosemena, G. (16 de Marzo de 2008). La responsabilidad social de las empresas: Moda o Filosofía. *Expreso*, pág. 2.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (s.f.). *http://www.andi.com.co*. Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de http://www.andi.com.co: http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/dequesetrata.aspx?mnu_id=46

Banco Central del Ecuador. (Septiembre de 2012). *http://www.bce.fin.ec.* Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de http://www.bce.fin.ec: http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt63/come76.pdf

Buenas Tareas. (05 de 2010). *http://www.buenastareas.com/*. Recuperado el 11 de 11 de 2013, de http://www.buenastareas.com/: http://www.buenastareas.com/ensayos/Datos-Primarios-y-Secundarios/285885.html

Cámara de Industrias de Guayaquil. (Marzo de 2009). *http://www.industrias.ec.* Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de http://www.industrias.ec: http://www.industrias.ec/archivos/documentos/__sector_industrial_web.pdf

Comisión Europea. (2001). LIBRO VERDE - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. *LIBRO VERDE - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.*, *1*, pág. 1. Bruselas.

del Olmo Díaz, C. (2009). *Calidad y excelencia en la gestión de las Pymes españolas.* Madrid, España: Fundación EOI.

EFMQ. (2012). *http://www.efqm.es/.* Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de http://www.efqm.es/: http://www.efqm.es/

Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks* (Vol. 1). Oxford, Inglaterra: Capstone Publishing Ltd.

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa: una nueva cultura empresarial* (Vol. 1). Alicante: Editorial Club Universitario.

Freeman, J. S. (1996). *Administración* (Sexta ed., Vol. 1). México D.F., México: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Gobal Reporting Initiative. (s.f.). *www.globalreporting.org*. Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de www.globalreporting.org: https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/Memorias-de-Sostenibilidad.aspx

Gonzáles, T. (2009). *La responsabilidad social de la empresa, un buen negocio* (1 ed., Vol. 1). Argentina: El Cid Editor.

Guillermo Arboleva, A. L. (2001). *La Administración Que Deja Ver el Fondo: Manual de Adminitración para Organizaciones Sociales.* Buenos Aires, Argentina: EDICIONES GRANICA, S.A.

http://www.oecd.org. (s.f.). Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de http://www.oecd.org: http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/

Instituto Ethos. (2008). *rse.camacoes.com.sv*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de rse.camacoes.com.sv: http://rse.camacoes.com.sv/pages/viewfull.asp?CodArt=108

Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresaria.* Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Naciones Unidas. (26 de Julio de 2000). *www.unglobalcompact.org.* Recuperado el 27 de Septiembre de 2013, de www.unglobalcompact.or: http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/Los_Diez_Principios.html

Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU).* Informe Estadistico, Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, New York.

Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica* (Segunda ed., Vol. 1). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.

OIT. (2006). Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa. *SEGUNDO PUNTO DEL ORDEN DEL DIA* (pág. 5). Ginebra: Subcomisión de Empresas Multinacionales.

Olaya, A. R. (29 de Mayo de 2013). *http://redunirse.org.* Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de http://redunirse.org: http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf

Olivera Martínez de Castro, L. E. (22 de Julio de 2012). *www.aciprensa.com.* Recuperado el 23 de Septiembre de 2013, de www.aciprensa.com: http://www.aciprensa.com/empresa/articulo35.htm

Organización Internacional de Estandarización. (2010). *www.iso.or.* Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de www.iso.or: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

Organización Mundial de Salud. (2013). *http://www.who.int/*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2013, de http://www.who.int/: http://www.who.int/topics/millennium_development_goals/es/

Plazas, F. (2011). *Investigación de Mercados: Un enfoque gerencial* (Vol. 1). Bogota, Colombia: Ediciones de la U.

Presidencia de la República del Ecuador. (15 de Agosto de 2013). Decreto Ejecutivo Nro. 74. Quito, Pichincha, Ecuador.

Pujol, M. B. (2003). Nota Tecnica de Prevención Nro. 644. *Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación, 1(1), 1*, 8. Madrid, España.

Real Academia Española. (2013). *rea.es/*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de rea.es/: buscon.rae.es/drae/srv/search?val=filantrop%EDas

Richardson, A. H. (2004). *The Triple Bottom Line: Does is all add up?* (2012 ed., Vol. 1). (n/a, Trad.) Londres, Gran Bretaña: Earthscan.

Salamon, L. (2010). *Rethinking Corporate Social Engagement: Lesson from Latin America* (Vol. 1). Sterling, Virginia, Estados Unidos de América: Kumarian Press.

Salgado, A. C. (06 de Enero de 2012). Ocho tendencias de la RSE para el 2012. *EKOS, 1*(1), 2.

Satorras, R. (2008). *Responsabilidad social corporativa: la nueva "conciencia" de las empresas y entidades* (Vol. 1). Barcelona, España: JMB.

UNIAPAC. (29 de Agosto de 2009). Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona - Guía para una gestión empresarial integral. *Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona - Guía para una gestión empresarial integral*, 50. Montevideo, Uruguay: UNIAPAC INTERNACIONAL © 2008.

Urcelay, J. (2006). *La Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las Pymes* (Vol. 1). Madrid, España: Fundación EOI.

ANEXOS

ANEXO No. 1

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
INFORMACIÓN GENERAL
Nombre o razón social de la empresa _____
RUC / Cédula No. _____
Dirección: Calle principal _____No. _____
Intersección_____ Barrio _____
Nombre del Gerente General / Entrevistado _____
Teléfonos empresa _____Celular_____
Correo electrónico: Empresa _____Código CIIU_____

ANEXO No. 2

	I ETICA Y TRANSPARENCIA - Vigencia de Valores	NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
	a) Los Los accionistas e inversionistas			
1	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores; del código de conducta y de las políticas de gobierno corporativo?			
2	¿Están comprometidos con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
3	¿Se informa adecuadamente a los Los accionistas e inversionistas sobre la realidad económico-financiera de la empresa, patrimonio de la empresa inversiones efectuadas, rentabilidad de las inversiones, beneficios obtenidos, distribución de los beneficios y provisión de reservas?			
4	¿Se evita facilitar información privilegiada que beneficie a unos Los accionistas e inversionistas con menoscabo de los intereses de otros, incluso de la propia empresa?			
5	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
6	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a los accionistas e inversionistas?			
	PARCIAL PUNTOS			
	b) Personas que integran la empresa			
7	¿Todo el personal conoce, comprende y comparte la misión y visión de la empresa?			
8	¿La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa?			
9	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores y del código de conducta?			
10	¿Están comprometidos, el personal, con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
11	¿Conocen y aplican el código de conducta de la organización?			
12	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
13	¿Apoyan, desde su rol, la realización del plan de la empresa?			
14	¿Aplican un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores?			
	PARCIAL PUNTOS			
	c) Proveedores			
15	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con los proveedores?			

16	¿Cuenta con programas de difusión de valores y principios para los proveedores, en donde se incluyan los acuerdos comerciales en particular la fecha de pago?			
17	¿Los valores y la conducta empresarial, son tomados en cuenta a la hora de seleccionar un proveedor?			
18	¿Los proveedores, conocen y respetan la declaración de principios y valores y el código de conducta de la organización?			
19	¿Respetan la propiedad intelectual de sus proveedores?			
20	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a sus proveedores?			
	PARCIAL PUNTOS			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
21	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
22	¿Comunica los principios y valores a través de sus productos y/o servicios a distribuidores clientes y consumidores?			
23	¿Los productos y/o servicios que ofrece a este grupo son congruentes con sus principios y valores?			
24	¿Proporciona de manera transparente la información necesaria sobre sus productos y/o servicios?			
25	¿Aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
26	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	PARCIAL PUNTOS			
	e) Gobierno			
27	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
28	¿Se acatan leyes, reglamentos, códigos y/o normas a las que está sujeta la empresa?			
29	¿Aun considerando que las obligaciones que impone el Estado son excesivas, considera que cumplirlas es un deber moral de la empresa?			
30	¿Existe una política clara y aplicada de no participación en actos de corrupción?			
31	¿Participan colaboradores de su empresa en los programas de gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ?			
32	¿Colabora con las autoridades en todo aquello que es de su competencia, para mejorar a la sociedad a la que sirve?			
33	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	PARCIAL PUNTOS			
	f) Comunidad – sociedad			
34	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
35	¿Incluye en su gestión empresarial el desarrollo de la familia de sus colaboradores y la comunidad?			
36	¿Se aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
37	¿Se analiza el impacto social de las decisiones?			

38	¿Participan miembros de su empresa en programas cívicos para el desarrollo y de acción social, en el DMQ?			
39	¿Existe un Balance Social (Informe de RSE)?			
40	¿Se difunde el Balance Social (Informe de RSE) a estos grupos de interés?			
	PARCIAL PUNTOS			
	g) Competencia			
41	¿Se incluye a este grupo en el código de conducta?			
42	¿Respetan las marcas y productos registrados?			
43	¿Cuenta con una política clara y aplicada de rechazo a prácticas de robo, contrabando y piratería?			
44	¿Evitan cualquier otro tipo de comportamiento desleal, como desacreditar al competidor o a sus productos?			
45	¿Participan en cámaras y/o asociaciones del ramo, enfocado a una mejor satisfacción de sus clientes?			
	PARCIAL PUNTOS			
	h) Generaciones futuras			
46	¿Incluyen una visión de mundo sostenible para este grupo en sus principios y código de conducta?			
47	¿Cuentan con programas de formación, internos y externos, para el cuidado del medio ambiente?			
48	¿Conocen las leyes y reglamentos ambientales que le corresponden?			
49	¿Tienen un programa de reducción de impacto ambiental negativo operando?			
50	¿Incluyen, en su Balance Social (Informe de RSE), un diagnóstico del impacto ambiental de la empresa?			

	II CALIDAD DE VIDA - Necesidades Humanas	NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a los Los accionistas e inversionistas?			
2	¿Los accionistas e inversionistas se encuentran sensibilizados acerca del impacto de la empresa en la calidad de vida de las personas que integran sus grupos relacionados?			
3	¿Cuenta con una estrategia de vinculación entre los Los accionistas e inversionistas y los grupos relacionados de la empresa?			
4	¿Ha establecido un diálogo con Los accionistas e inversionistas para involucrarnos y comprometerlos en el proceso de RSE?			
5	¿Los accionistas e inversionistas apoyan que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores?			
6	¿Evalúa el impacto en la calidad de vida de sus grupos relacionados y se informa a los accionistas e inversionistas?			
7	¿Se considera al accionista como un agente de transformación en la empresa y se encuentra íntimamente vinculado con el proceso de desarrollo de la misma?			
	PARCIAL PUNTOS			
	b) Personas que integran la empresa			
8	¿Existen programas/eventos, que permiten a su organización estar al tanto y cumplir con la legislación laboral y los cambios que en ésta se presenten?			
9	¿Los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal están documentados, son transparentes y se rigen bajo una política de no discriminación (de ninguna clase ni tipo) y son aplicados consistentemente?			
10	¿Cuenta la empresa con criterios establecidos y conocidos para desvincular al personal, que tienen como objetivo considerar también el bien particular de la persona?			
11	¿Cuenta con mecanismos que permitan incentivar la participación y la productividad de los colaboradores?			
12	¿Promueve el respeto a la integridad de las personas y su desarrollo integral, dentro y fuera del trabajo?			
13	¿Cuenta con programas de apoyo a la maternidad/paternidad y la infancia de los colaboradores?			
14	¿Cuenta con esquemas que promuevan la participación de sus empleados en la gestión de la empresa, y reconoce las iniciativas de los colaboradores?			

15	¿Realiza evaluaciones de ambiente laboral y establece acciones de mejora con base en los resultados?			
	PARCIAL PUNTOS			
	c) Proveedores			
16	¿Cuenta con mecanismos, transparentes y legales que le permita conocer las prácticas laborales de sus proveedores?			
17	¿Existen medidas previstas para el caso en que los proveedores den atenciones o regalos a sus colaboradores?			
18	¿Cuenta con reglas precisas y documentadas para el trato respetuoso con sus proveedores?			
19	¿Ha establecido y documentado mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores?			
20	¿Documenta debidamente y con transparencia los procesos de selección, contratación y evaluación de proveedores?			
21	¿Rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores con malas prácticas laborales o ambientales?			
	PARCIAL PUNTOS			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
22	¿Informan de manera clara y precisa el contenido de sus productos y servicios?			
23	¿Utiliza insumos que cumplen las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y/o servicios?			
24	¿Se facilita la información necesaria sobre seguridad y salubridad de los productos y sobre instrucciones de uso adecuado?			
25	¿Cuenta con reglas precisas para el trato respetuoso con sus clientes, consumidores y distribuidores?			
26	¿Ha documentado y establecido políticas para hacer efectivas las garantías y quejas?			
27	¿Los clientes siempre reciben los bienes / servicios comprometidos?			
28	¿Cuenta con mecanismos permanentes para la evaluación de la satisfacción de sus clientes, consumidores y distribuidores?			
29	¿Cuenta con una política de atención a clientes?			
	PARCIAL PUNTOS			
	e) Gobierno			
30	¿Existen programas/eventos, que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de la participación político/social como parte del desarrollo integral de las personas y las comunidades?			
31	¿Tiene programas de comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social?			
32	¿Ha participado en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común?			

33	¿Participa en proyectos de desarrollo local?			
34	¿Evalúa su participación político/social?			
	PARCIAL PUNTOS			
	f) Comunidad – sociedad			
35	¿Incentiva la participación social y gremial de todos sus grupos involucrados?			
36	¿Participa en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común?			
37	¿Ha tenido acercamientos con Organizaciones no Gubernamentales para colaborar en proyectos comunes?			
38	¿Cuenta con mecanismos de evaluación que mida el impacto de su participación social y gremial?			
39	¿Existe un informe específico de las causas sociales y gremiales apoyadas por la empresa?			
	PARCIAL PUNTOS			
	g) Competencia			
40	¿Cuenta con mecanismos de acercamiento sanos con sus competidores y las autoridades para evitar prácticas monopólicas?			
41	¿Ha establecido mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector?			
42	¿Ha generado y documentado algún mecanismo para compartir mejores prácticas entre competidores?			
43	¿Ha implementado junto con su competencia acciones a favor de su comunidad?			
44	¿Sus competidores cuentan con la confianza de acercarse a dialogar con su empresa?			
	PARCIAL PUNTOS			
	h) Generaciones futuras			
45	¿Cuenta con mecanismos documentados de aseguramiento del cuidado del medio ambiente?			
46	¿Cuenta con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad?			
47	¿Ha establecido procedimientos para el manejo adecuado de residuos y/o desperdicios provenientes de su operación?			
48	¿Participa en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente?			
49	¿Incorpora en sus políticas y prácticas el reconocimiento del impacto negativo de sus operaciones en las generaciones futuras?			
50	¿Incorpora en el Informe de RSE de la empresa el tema del impacto ambiental y el progreso logrado?			

	III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA - Satisfacción de las necesidades materiales	NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación equilibrada de participación de la riqueza que beneficien a todos los grupos relacionados?			
2	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren la formación/concientización de los accionistas e inversionistas?			
3	¿Cuentan con programas de Inducción a los objetivos económicos, sociales y ambientales?			
4	¿Retribuyen a los inversionistas según lo acordado?			
5	¿Realizan varias reuniones, durante el año, para informar a los inversionistas de los resultados?			
6	¿Han propuesto ante sus Los accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores?			
	PARCIAL PUNTOS			
	b) Personas que integran la empresa			
7	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y psicológicas de sus colaboradores?			
8	¿Existen programas y/o eventos en la empresa, que involucren la formación de los colaboradores?			
9	¿Cuentan con un sistema de sueldos y seguridad social legal, transparente y conocido por los colaboradores; que reconozca equitativamente las aportaciones y que incluya mecanismos de participación en los beneficios?			
10	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respeten la dignidad de la persona?			
11	¿Cuentan con un sistema de beneficios al personal no obligatorios que la empresa ofrece y que son aplicados con justicia y equidad para todos y no discriminatorio?			
12	¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-laboral para sus colaboradores?			
13	¿Existe algún tablero de control y seguimiento (tipo Balanced Scorecard) con indicadores sobre el avance en la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores?			
	PARCIAL PUNTOS			
	c) Proveedores			
14	¿Cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus proveedores?			

15	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus proveedores?			
16	¿Han establecido un programa o mecanismo para impulsar y/o incrementar la participación de proveedores locales?			
17	¿Se desarrollan acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo?			
18	¿Retribuyen a los proveedores según lo acordado en tiempo y forma?			
19	¿Existen mecanismos que le permitan conocer como lo evalúan sus proveedores?			
20	¿Han realizado un censo del impacto en empleo que se genera alrededor de su actividad?			
	PARCIAL PUNTOS			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
21	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación justa y equilibrada con sus Distribuidores, que tengan impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales?			
22	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus Distribuidores?			
23	¿Aplican una política de precios justos?			
24	¿Implementan planes de venta transparente y veraz para sus productos y servicios?			
25	¿Existen políticas que evitan / prohíben / impiden el uso de pagos indebidos o beneficios implícitos para concretar ventas?			
26	¿Existen programas de capacitación al personal en general, para que sea capaz de brindar un óptimo servicio al cliente?			
27	¿Realizan sistemáticamente estudios de mercado para tomar en cuenta las necesidades de diferentes sectores para diseñar y diversificar sus productos y servicios?			
28	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan sus Distribuidores Clientes y Consumidores?			
	PARCIAL PUNTOS			
	e) Gobiernos			
29	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de ser contribuyentes cumplidos?			
30	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a su organización estar al tanto y cumplir con los cambios en la legislación fiscal que le compete?			
31	¿Aplican y documentan una política de no evasión fiscal?			
32	¿Se evita la compra de voluntades con la finalidad de conseguir ventajas, servicios, contratos, autorizaciones, permisos, etc.?			

33	¿Cuentan con informes específicos del cumplimiento con las leyes vigentes?			
	PARCIAL PUNTOS			
	f) Comunidad - sociedad			
34	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y sociales de la(s) comunidad(es) en la(s) que está(n) asentados?			
35	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de la comunidad?			
36	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respete y mejore el entorno social y cultural de la comunidad?			
37	¿Pone la empresa al servicio de la comunidad bienes propios?			
38	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan en la comunidad?			
39	¿Han realizado un censo del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad?			
	PARCIAL PUNTOS			
	g) Competencia			
40	¿Cuentan con mecanismos documentados, de negociación transparente, legal y equilibrada que permitan la competitividad en su sector?			
41	¿La promoción de sus productos o servicios, se basa fundamentalmente en una honesta difusión de sus características y condiciones?			
42	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren el desarrollo de una legal y sana competencia?			
43	¿Aplican una política de competencia justa?			
44	¿Rechazan los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector?			
45	¿Existen mecanismos que le permitan conocer como lo evalúa su competencia?			
	PARCIAL PUNTOS			
	h) Generaciones Futuras			
46	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren la concientización acerca de la conservación del medio ambiente?			
47	¿Diseñan procesos, productos y servicios amables con el medio ambiente?			
48	¿Cuentan con un programa de inversión para reciclaje?			
49	¿Cuentan con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad?			
50	¿Cuentan con informes específicos del impacto ambiental de su actividad?			

ANEXO No. 3

DENOMINACION	TIPO CIA	CIUDAD	BARRIO	SEGMENTO
ROCKWELL AUTOMATION ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CHAUPICRUZ	MEDIANA
HIDROSISTEMAS ECUADOR CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CHAUPICRUZ	PEQUEÑA
MASTERSOLUTION S.A.	ANÓNIMA	QUITO	JIPIJAPA	PEQUEÑA
FUNDICIONES DEL ECUADOR FUNDIEC S.A.	ANÓNIMA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	CALDERON	PEQUEÑA
VALVULAS DEL PACIFICO PACIFVALVS S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN	PEQUEÑA
ESTAMPADOS METALICOS NICOLALDE & NICOLALDE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA LUZ	MEDIANA
METALICAS NACIONAL METANAL C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA MAGDALENA	PEQUEÑA
ECUADOR SUR ELEVATOR ECUASURE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	BATAN	PEQUEÑA
ANTILLESCORP S.A.	ANÓNIMA	CUMBAYÁ	URB. VALLE 2 Y 3	PEQUEÑA
AMGWHITE BOARD CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	SAN CAMILO	PEQUEÑA
HIDRIA PERLES ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO	COTOCOLLAO	MEDIANA
ELECTROVALLE S.A.	ANÓNIMA	TUMBACO	CENTRO	PEQUEÑA
INGENIERIA DE REFRIGERACION INFRI CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN	MEDIANA
TERMO INGENIERIA TERMING CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CHAUPICRUZ	PEQUEÑA
CORA REFRIGERACION CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	CALDERON	PEQUEÑA
AGUA Y AUTOMATISMO INDUSTRIAL NAGANT CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CONJUNTO RONDA DE BELLAVISTA	PEQUEÑA
SISBAL SISTEMAS Y BALANZAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO	INAQUITO	PEQUEÑA

PESAJE TECNICO TECNIPESO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CHAUPRICRUZ	PEQUEÑA
CORPORACION INDUSTRIAL Y COMERCIAL ECUTRESS S.A.	ANÓNIMA	QUITO		MEDIANA
AGRICOLAS SUN - CHEM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO		PEQUEÑA
FABRIMACONSA FABRICACION E IMPORTACION DE MAQUINARIA PARA LA CONSTRUCCION S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN ALTO	PEQUEÑA
NOV DOWNHOLE DEL ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	EL BATAN	MEDIANA
EAGLETRADE S.A.	ANÓNIMA	QUITO	MARISCAL SUCRE	MEDIANA
MATERIALES DE CONSTRUCCION MADECONBVB CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	GRANDA CENTENO	MEDIANA
COMERCIAL DE EQUIPAMIENTO HOTELERO CODEHOTEL S.A.	ANÓNIMA	QUITO		MEDIANA
RESUMIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO	EL INCA	MEDIANA
GERCASA S.A.	ANÓNIMA	QUITO	LA CRISTIANIA	PEQUEÑA