

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA**  
**GESTION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE) EN LAS PYME's**  
**DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
**SUBSECTOR C 24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

**DISERTACION DE GRADO PREVIA LA OBTENCION DEL TITULO**  
**DE INGENIERIA COMERCIAL**

**MAURICIO ANDRES MORA CAPILLA**

**DIRECTOR: PABLO LÓPEZ**

**QUITO, OCTUBRE 2013**

## **Nombre del Director e Informantes**

**Director:** Pablo López

**Informante 1:** Genoveva Zamora

**Informante 2:** Ximena Villamar

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a mi familia en especial a mis padres quienes me han dado todo su cariño y apoyo, ellos me dieron el ejemplo para querer ser cada día mejor además de enseñarme a luchar para conseguir mis objetivos.

## **Agradecimientos**

Agradezco a todas las personas que formaron parte de esta etapa de mi vida. A los profesores que me supieron formar como profesional y como persona, a mi director e informantes de tesis que con paciencia y esmero me han ayudado a concluir con esta etapa y finalmente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por brindarme una formación integral, por preocuparse de además de formar profesionales forma personas de bien comprometidos con la sociedad y con la patria.

## Índice

CAPITULO I.....	3
ANTECEDENTES .....	3
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1.  FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.2.    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
1.2.1.  Objetivo General.....	5
1.2.2.  Objetivos Específicos .....	5
1.3.    JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
1.3.1.  Teórica.....	6
1.3.2.  Práctica .....	9
CAPITULO II.....	11
FUNDAMENTOS DE LA RSE.....	11
2.1.  CONCEPTOS BÁSICOS.....	11
2.1.1.  Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible .....	12
2.1.2  Responsabilidad de la empresa ante la sociedad .....	14
2.2.  LA RSE UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS.....	18
2.2.1.  Grupo de interés .....	21
2.2.2.  La creación de valor en las empresas y los beneficios .....	25
2.3.  HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE.....	29
2.3.1.  Normativa Internacional.....	29
2.3.2.  Memorias de Sostenibilidad .....	42
CAPÍTULO III .....	48
TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	48
3.1.  MANUFACTURAS EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS .....	48

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES, LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.....	52
3.2.1. Reseña Histórica.....	53
3.3. SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	56
3.4. APORTES A LA ECONOMÍA DE PARTE DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	63
3.4.1. Aporte al PIB.....	63
3.4.2. Generación de valor agregado.....	66
3.4.3. Exportaciones.....	68
3.4.4. Importaciones.....	71
3.4.5. Consumo.....	73
3.4.6. Empleo.....	75
3.5. INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	77
3.5.1. Índice de Liquidez Corriente.....	77
3.5.2. Prueba Ácida.....	78
3.5.3. Índice de Endeudamiento del Activo.....	78
3.5.4. Índice de Endeudamiento del Patrimonio.....	78
3.5.5. Apalancamiento Financiero.....	79
3.5.6. Rotación del Activo Fijo.....	79
3.5.7. Rentabilidad Neta del Activo.....	80
3.5.8. Rentabilidad Operacional del Patrimonio.....	80
3.5.9. Rentabilidad Financiera.....	81
3.6. PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO RSE EN LAS PYME'S.....	83
CAPITULO IV.....	96
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	96

4.1. METODOLOGÍA APLICADA.....	96
4.1.1. Técnicas de recolección de información .....	96
4.1.2. Población y Muestra .....	97
4.1.3. Trabajo de campo .....	100
4.1.4. Tabulación de datos .....	101
4.1.5. Metodología UNIAPAC para las PYMES .....	101
CAPITULO V .....	104
RESULTADOS DE LA INVESIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU C 24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	104
5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	104
5.1.1. Ética y transparencia.....	104
5.1.2. Calidad de vida .....	106
5.1.3. Generación y distribución de la riqueza .....	109
5.2. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	111
5.3. ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	113
5.4. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL .....	115
CAPITULO VI.....	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.....	120
6.1. CONCLUSIONES .....	120
6.1.1. De la Validación de la Información.....	120
6.1.2. Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los grupos de interés .....	121
6.1.3. Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas .....	123
6.1.4. Propuesta de políticas de RSE.....	124
6.2. RECOMENDACIONES.....	125
6.2.1. De la Validación de Información.....	125
6.2.2. Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los grupos de interés .....	125

6.2.3. Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas .....	127
6.2.4. Propuesta de políticas de RSE .....	128
BIBLIOGRAFÍA .....	139
ANEXOS .....	133

## **Resumen Ejecutivo**

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, y las relaciones con los grupos de interés de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito correspondiente al subsector: CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

En el contexto del mundo globalizado, es importante que las PYME's se enfoquen en una gestión basada en los principios de la RSE, sea esta del tamaño que sea, para asegurar el sostenimiento social y ambiental del medio en el cual se desenvuelven.

Al recomendar la realización del diagnóstico de sostenibilidad se busca contribuir a la identificación de los elementos de gestión, ética y transparencia, calidad de vida y satisfacción de las necesidades materiales; factores que pueden afectar las relaciones con los grupos de interés o stakeholders; la responsabilidad como empresa es asegurar que este impacto sea positivo.

Para la elaboración del diagnóstico se utilizó la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad, del protocolo RSE, para 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.

El documento presenta los resultados del diagnóstico de RSE para las PYME's del CIU C24 Fabricación de Metales Comunes, las mismas que han adoptado ciertas normativas para alcanzar estos índices de sostenibilidad.

## **Introducción**

El presente trabajo analizará la situación actual de la sostenibilidad en la gestión social de las Pequeñas y Medianas Empresas del Distrito Metropolitano de Quito que se dedican a la fabricación de metales comunes.

Consta de 6 capítulos que abarcan diferentes enfoques para dar una idea completa de la situación actual de estas PYME's.

En el Capítulo 1 se tratará sobre el planteamiento del problema, la justificación de la investigación y los objetivos que pretenden alcanzarse. En el Capítulo 2 se hablará acerca de la Responsabilidad Social de las Empresas desde un contexto mundial hasta llegar al contexto local. El Capítulo 3 versará sobre la trayectoria del subsector de fabricación de metales comunes, haciendo una reseña histórica hasta sus actuales aportes a la economía nacional. En el Capítulo 4 se tratará sobre los aspectos metodológicos de la investigación. El Capítulo 5 hablará sobre los resultados que se presentan de acuerdo a líneas estratégicas y por último en el Capítulo 6 se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones a las que se han arribado en esta investigación.

## **CAPITULO 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 donde ha crecido de manera significativa la fabricación de productos, a veces producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente. La percepción de que los recursos naturales son limitados y que no pueden seguir consumiéndose al ritmo actual; y de igual manera, la explotación laboral o las malas condiciones laborales sin respetar los derechos humanos han generado una sensibilidad general hacia la preocupación de la responsabilidad empresarial con la sociedad. Este estudio realiza un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs correspondiente al subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes de las prácticas de RSE como filosofía de gestión. Al recomendar la realización del diagnóstico de sostenibilidad se busca contribuir a la identificación de los elementos de gestión, ética y transparencia, calidad de vida y satisfacción de las necesidades materiales; factores que pueden afectar las relaciones con los grupos de interés o stakeholders; la responsabilidad como empresa es asegurar que este impacto sea positivo.

Por otro lado, al realizar este estudio y gestionar un comportamiento socialmente responsable, las empresas están mejorando sus niveles de eficiencia, competitividad y reputación, pues esta gestión conlleva consigo aspectos como disminución de desperdicios, ahorro de costos de energía y recursos, una mejor imagen corporativa, inclusive en muchos gobiernos existen incentivos tributarios para aquellas empresas con iniciativas de este tipo.

El estudio ofrece una oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas pequeñas y medianas del Distrito Metropolitano de Quito sobre la importancia de gestionar de manera responsable, alcanzando una ventaja competitiva para el sector manufacturero y su positiva incidencia en el desarrollo del país.<sup>1</sup>

## **1.2. FORMULACIÓN 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?

---

<sup>1</sup> Tomado del Proyecto de Investigación “Diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de RSE, y las relaciones con los grupos de interés de las PYMEs del DMQ correspondiente al subsector: CIU C24: Fabricación de Metales Comunes.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

Reconocer las características de la industria manufacturera y del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes 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 CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, para orientar la gestión de RSE.

Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector CIU C24: Fabricación de Metales Comunes, 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.

Determinar el índice de sostenibilidad global de las PYMEs del subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes, 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 ha acentuado en las últimas décadas. Esto sucede en respuesta a una serie de factores, como lo son una sociedad más informada, el avance tecnológico, la globalización, movimientos activistas preocupados por el bienestar de la sociedad en su conjunto; todos estos aspectos exigen un comportamiento ético, valores llevados a la práctica a través de la manera que se producen o como se realizan los negocios.

Existe hoy en día la necesidad de procurar una visión de desarrollo sostenible, a través de las actividades cotidianas y lógicas económicas, ambientales y sociales coherentemente alineadas, asegurando así el bienestar de futuras generaciones. Por estas razones, 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, una ventaja a nivel de costos y de reputación entre sus competidores.

Se considera a la RSE como un modelo de gestión o marco de referencia para las empresas independientemente de su tamaño, que incorpora 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. Adicionalmente, forma parte de la estrategia fundamental de toda organización, a través de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles.

La RSC es el compromiso voluntario de 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 certificación ISO 26000, que establece líneas en materia de Responsabilidad Social. Esta Norma tiene como objetivo apoyar a las organizaciones a implementar estrategias, acciones y prácticas de Responsabilidad Social para satisfacer las expectativas con sus stakeholders.

En la Constitución de la República del Ecuador, en el Artículo 14 y 15, se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y equilibrado, y se promueve el uso en el sector público y privado, de tecnologías limpias y energía alternativa; garantizando así la sostenibilidad mediante el interés

público de preservar el ambiente, los ecosistemas, la biodiversidad, y prevenir daños ambientales. Además en el Artículo 71, se menciona—que el Estado promoverá incentivos para aquellas personas naturales o jurídicas que protejan y respeten a la naturaleza y ecosistema.<sup>2</sup>

Por otro lado, es importante mencionar que según el Capítulo 9, en el Artículo 83, se define como un deber y responsabilidad de los ecuatorianos, el respetar los derechos de la naturaleza, procurando un uso racional de recursos y manteniendo un ambiente sano.<sup>3</sup>

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito publicó, el 14 de marzo del 2011 en el Registro Oficial, la Ordenanza Municipal, N° 333, que tiene como objetivo incentivar a las empresas públicas y privadas, que desarrollan actividades en la capital ecuatoriana, a incorporar de manera integral la Responsabilidad Social en su modelo de gestión.<sup>4</sup> La intención de esta iniciativa pionera, 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 del DMQ.

---

<sup>2</sup> *Constitución de la República del Ecuador. Artículo 14, 15 y 71*

<sup>3</sup> *Constitución de la República del Ecuador. Artículo 83*

<sup>4</sup> *Conquito, Comunicación y Relaciones Públicas, Verónica Moncayo, Lourdes Silva*

### 1.4.2. Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- i. **Impactos científicos:** concienciar, motivar e involucrar a las PYMEs sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.
- ii. **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.
- iii. **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: social, económico—y ambiental 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.

- iv. **Relación con otros proyectos:** Este proyecto 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”, se encuentran estrechamente relacionados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos ahora propuestos.

## CAPITULO II

### FUNDAMENTOS DE LA RSE

#### 2.1. CONCEPTOS BÁSICOS

“Las primeras menciones respecto de la RSE surgen con la publicación del libro de Border Social Responsibilities of the Businessman de 1953, aunque se han encontrado referencias al tema en 1923 (Bernays). Posteriormente hay un proceso de sistematización del concepto (Frederick, 1985 y Carroll, 1999).

Evidentemente, la preocupación social de la empresa es milenaria, y donde existió una actividad empresarial, desde su más lejano origen, se podrían encontrar ejemplos de RSE. Pero la consolidación de estas prácticas en el ámbito empresarial empezó a formarse a partir de los años sesenta, caracterizados por tres olas concretas (Elkington, 2004):

Primera ola (1960-1980): Se empieza a exigir una reducción del impacto medioambiental y una limitación de la demanda de recursos naturales. Surge la legislación ambiental. La empresa reacciona a la defensiva, y en el mejor de los casos, cumpliendo con la ley.

Segunda ola (1980-1990): Creciente reconocimiento de que es necesario crear nuevos sistemas de producción, nuevas tecnologías y nuevos productos para

garantizar el desarrollo sostenible. Se pone en evidencia que el sector empresarial ha de ser la principal fuerza motriz de este cambio. Algunas empresas empiezan a liderar el proceso hacia la sostenibilidad.

Tercera ola (1990-2000): Se identifica 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 una importancia creciente. Las empresas se centran en creación de nuevos mercados y en generar valor.

La RSE surge entre la segunda y la tercera fase, y a pesar de sufrir todavía una definición ambigua y difusa, en poco tiempo ha sido capaz de integrar todos los aspectos sensibles entre la empresa y la sociedad (medioambiente, derechos humanos, seguridad, condición laboral, impacto en la comunidad, etc.) en un solo concepto.”<sup>5</sup>

### **2.1.1. Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible**

Al pasar de los años se evidencia como ha ido tomando fuerza la corriente de la responsabilidad social y del desarrollo sostenible. Cada vez mas son los esfuerzos de los estados y de las empresas que van encaminados a proponer modelos de desarrollo más sustentables. Se puede ver ahora como se desarrollan

---

<sup>5</sup> Elkington, John (2004). *The Tripple Bottom Line: Does it all add up?* Editado por Adrian Henriques y Julie Richardson. Earthscan. Cap. 1 “Enter the Tripple Bottom Line” pg. 7,8.  
[http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII\\_Edic\\_47.pdf](http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII_Edic_47.pdf)

foros a nivel mundial para discutir los problemas relacionados a la responsabilidad social, a la sostenibilidad medio ambiental, a los derechos de las personas, a los derechos de los trabajadores, a la discriminación, etc. Se ve cómo año a año se firman tratados de cooperación y compromisos para trabajar en conjunto para conseguir soluciones a estos problemas que afectan a todos.

Para muestra de estos esfuerzos, en la Cumbre de la Tierra en Río de 1992 realizada por la ONU, se incluyó el concepto de “Desarrollo Sostenible” como una visión holística mandataria para la humanidad. Aquí se plasmaron algunos acuerdos como: La declaración de Río, El programa 21, La convención marco sobre el cambio climático, El convenio sobre diversidad biológica y la declaración sobre la ordenación, conservación y desarrollo sostenible de los bosques.

También se puede ver que dentro de la firma de la declaración del milenio de la ONU celebrada en la sede de las Naciones Unidas en New York en el mes de Septiembre del año 2000 se incluyeron puntos relacionados con el desarrollo social, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo sostenible.

Así también la Unión Europea ha impulsado bastante la RSE ya que la consideran como indispensable para el modelo de desarrollo que pretenden lograr para la región.

Es así que en la Cumbre Europea de Lisboa del año 2000, en su Conclusión 39, dice literalmente: “El Consejo Europeo hace un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible”.

En la Agenda Social Europea adoptada en la Cumbre de Niza en diciembre de 2000, se incluye también una referencia cuando dice, en el punto d) del apartado II: “apoyar las iniciativas relativas a la responsabilidad social de las empresas y a la gestión del cambio, por medio de una Comunicación de la Comisión”

El Libro Verde de julio del 2001 es uno de los esfuerzos más concretos que ha tenido la Unión Europea dentro del campo de la RSE y que ha servido como ejemplo para el resto de regiones. Este lo trataremos más fondo más adelante dentro de este análisis.

### **2.1.2 Responsabilidad de la empresa ante la sociedad**

El principal objetivo que tenían las empresas hasta mediados del siglo XIX era la creación de valor económico para los accionistas por lo que todos los recursos y acciones de la misma estaban direccionados a cumplir únicamente con este

objetivo, dejando de lado cualquier actividad que pudiera mermar el resultado económico final de la compañía, gracias a esto todos los proyectos para brindar un mejor ambiente laboral, planes para reducción de la contaminación, proyectos para desarrollo de las comunidades donde la actividad de la empresa tiene influencia, planes para desarrollo de los proveedores, participación ó auspicios en campañas de interés social entre otros, quedaban descartados.

A mediados del siglo XIX se empieza a desarrollar el concepto de la RSC que tiene como principal idea que la obligación de las empresas no es únicamente con sus accionistas sino que deben ser gestionadas de manera responsable, procurando mejorar la calidad de vida y bienestar social. Este nuevo concepto generó un sinnúmero de posiciones en contra, por parte de la mayoría de las empresas que no compartían la idea de que parte de sus recursos tengan que ser empleados en estas actividades que para ellos no generarían un incremento en los ingresos de las mismas.

Adam Smith (1776) proclamó explícitamente que la búsqueda del interés individual por parte de todos los agentes que intervienen en el sistema económico contribuye al interés público gracias a la acción de la denominada “Mano Invisible” del mercado. La filosofía de *laissez faire* o no intervención en los mercados fue la predominante en el siglo XIX, entendiendo que la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades personales en un mercado de libre funcionamiento tenían como consecuencia el progreso de la comunidad y el bienestar social. Ya en el siglo pasado, Levit (1958) criticó la nueva corriente de responsabilidad social manifestando que el bienestar social es responsabilidad de los gobiernos, pero no de las empresas. No obstante, sería Milton Friedman,

Nobel en Economía y miembro de la conocida Escuela de Economía de Chicago, quien negara de forma rotunda la necesidad de que las empresas asumieran las obligaciones o responsabilidades más allá de la simple generación de beneficio. No cabe duda que esta postura adolece de una importante carga ideológica. Así, Friedman (1962:133) argumentó que pocas tendencias podían socavar profundamente los cimientos de nuestra sociedad como la asunción por parte de los representantes de las empresas de una responsabilidad social que no fuese la de hacer tanto dinero como les fuera posible para los accionistas. Por lo tanto los directivos son considerados con fiduciarios encargados de gestionar unos recursos a favor de los propietarios y a la hora de actuar su conducta debe ser de acuerdo a las reglas del juego, es decir, dentro de una competencia abierta y libre sin engaño ni estafa (Friedman,1970).<sup>6</sup>

El concepto de la RSC pretendía que las empresas tomen conciencia de su papel en la sociedad y voluntariamente adopten acciones para la consecución de esta responsabilidad, pero debido a la negativa de la mayoría de las empresas los Estados a través de legislación fueron incorporando ciertos requisitos para que fueran cumplidos por las compañías.

Una manera más efectiva con la que se logró que el concepto de la RSC fuera incluido dentro de la gestión de las empresas, fue cuando evidenció que el manejo socialmente responsable de las empresas genera mayores ingresos para las compañías. De esta manera el manejo de la RSC paso de ser una obligación filantrópica a un instrumento que debe ser gestionado desde la dirección para la obtención de beneficios que generalmente se dan en el mediano y en el largo plazo.

---

<sup>6</sup> R FERNANDEZ GAGO, (2005), *Administración de la responsabilidad social corporativa*. España: Thmpson Editores Spain Paraninfo S.A. Pág. 5.

Las empresas y el mercado ya relacionan el manejo de la RSC con la consecución de beneficios económicos y como estrategia competitiva. Cuando las empresas tienen que competir con otras dentro del mismo mercado con productos similares, el que una de las empresas sea conocida como socialmente responsable puede ser un factor determinante en la toma de decisiones del consumidor. Esta estrategia competitiva está basada en la diferenciación.

Otra manera de que las empresas pueden obtener beneficios económicos por tener prácticas socialmente responsables es a través de su reputación, ésta se ve fortalecida por las acciones y gestión como son percibidas por la sociedad. Esta es uno de los intangibles más importantes que tienen las organizaciones y que pueden influir directamente en la decisión de compra de los consumidores. El tener una buena gestión apegada a los principios de la RSC va a hacer que la reputación de la empresa mejore traduciéndose en el mediano y largo plazo en beneficios económicos por la decisión de compra efectiva de los clientes. Actualmente, son cada vez más las empresas que han cambiado su estrategia de marketing y ahora se enfoca en muchos casos a la difusión de las actividades de la empresa relacionadas al cumplimiento en el plano social y medio ambiental muchas de ellas dejando inclusive de promocionar su producto como es el caso de las últimas campañas publicitarias de Coca Cola en Ecuador. Si hoy en día uno entra a la página electrónica de una empresa grande de nuestro país será raro no encontrar la sección de RSC. Cada vez más son las empresas que realizan su informe de RSC anual. Se espera que esta corriente que ya está siendo utilizada por las grandes empresas de nuestro país, también sean adoptadas por pequeñas y medianas empresas.

Un problema que pueden tener las empresas hoy en día es el de financiamiento y aquí entra otro beneficio económico que pueden tener las empresas socialmente responsables ya que son estas, las empresas que llevan una contabilidad fiable y cuentas transparentes las que más fácil puedan adquirir prestamos de las instituciones bancarias o también abrir su capital y buscar el financiamiento cotizando en la bolsa de valores, que gracias a programas de incentivo de la Bolsa de Valores de Quito y Guayaquil ya no es un recurso al que solo las grandes empresas puedan acudir. Si bien es cierto que no son muchas las medianas y pequeñas empresas que optan por esta manera de financiamiento por el poco desarrollo del mercado bursátil en el país es importante que estas opciones ya se estén dando.

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

La RSE es una nueva forma de gestión de las empresas puesto que de esta manera se busca obtener beneficios desde algunas perspectivas tales como: en lo económico, social y ambiental generando así un bienestar no solo en el aspecto interno trabajadores, directivos, accionistas sino más bien con miras al ámbito externo como es la sociedad en sí.

La gestión empresarial son el conjunto de acciones implícitas que se llevan a cabo para el manejo de procesos en cada una de las áreas de trabajo, con el objetivo de obtener rentabilidad, crecimiento productivo y competitivo, al referirse a la RSE se dice que mediante esta se busca incorporar líneas de actuación socialmente responsables,

tomando en cuenta los derechos laborales y humanos así como también el respeto al ambiente y responsabilidad social; es importante lograr un equilibrio de la naturaleza con la empresa puesto que estas están inmersas en la sociedad y por ende son responsables sociales de lo que sucede en ella.

Son evidentes los cambios que ha sufrido la sociedad ya sea por imposiciones por parte de los poderes de Estado o por cambios fortuitos que se han presentado los que han obligado a que las personas ya no solamente se limiten a escuchar sino más bien a reclamar y exigir; ya no se conforman con lo que se ofrece en el mercado por el contrario tienen la posibilidad de elegir, esto por efecto de la libre competencia que existe; al momento de inclinarse por un producto y/o servicio toman en cuenta además de los atributos básicos como son precio cantidad y calidad qué tipo de empresa es la que está ofertando dicho producto, es aquí donde se toma en consideración la memoria del consumidor o usuario; queda en la mente de las personas símbolos como reciclar reusar o publicidades que tiene como bandera valores como solidaridad, apoyo, respaldo o ayuda.

Es por este motivo que las empresas han puesto su atención en brindarle un valor agregado a uno de los activos más importantes que posee que es la imagen de allí que se genera la necesidad de integrar esta nueva gestión empresarial RSE.

El cambio de gestión empresarial indistintamente de la connotación que esta posea ya sea social o ambiental tiene efectos en un mediano y largo plazo puesto que son

consecuentes las acciones que se tomen en una empresa con la sociedad ya que en el caso del aspecto ambiental es la conservación y respeto por el ambiente y en caso social se habla de practicar valores de solidaridad y apoyo para con otras entidades que en la mayoría de casos tienen relación directa con personas de escasos recursos.

El fin de las organizaciones es un fin social; esto es, proporcionar a la sociedad unos bienes o servicios que demanda (necesidades) a través de determinadas actividades cooperativas (capital económico, humano...), fundado todo ello en la promoción o, al menos, en el respeto a los derechos humanos. Vemos que el fin de las empresas no es solamente obtener beneficios. La empresa queda legitimada socialmente solo si cumple esas premisas: proporcionar los bienes demandados, desarrollar el capital social de la empresa, obtener un lucro y respetar o promover los derechos humanos. Lo contrario deslegitima a la empresa o, lo que es lo mismo, la des-moraliza.<sup>7</sup>

Es importante hacer hincapié en que si bien es cierto que es importante este tipo de gestión, también es cierto que la persona o personas encargadas de esta función no deben perder de vista la misión y visión de la empresa, es decir ser cautelosos al momento de diseñar o iniciar con una nueva gestión empresarial. La persona encargada debe estar lo suficientemente capacitada para llevar a cabo esta responsabilidad ya que frente a un desconcierto de si va a ser efectiva o no dicha gestión la mejor herramienta para combatir esta duda es el conocimiento.

Una vez tomada la decisión de practicar esta nueva forma de gestión empresarial es importante definir claramente en qué consiste, cuál es la manera correcta de practicar y

---

<sup>7</sup> F. NAVARRO GARCÍA, (2012), *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. España: ESIC. p. 53

por sobre todo que herramienta útil se va a utilizar medirla y evaluarla, ya que en base a los resultados que se obtengan se procederá a tomar decisiones correctivas o se crearán nuevas estrategias.

### **2.2.1. Grupo de interés**

Edward Freeman fue quien conceptualizó a los grupos de interés en el año 1984 como cualquier grupo o individuo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la organización.

Este tipo de implementación de gestión empresarial como ya se ha mencionado anteriormente no solo tiene una afectación directa con la empresa y sus empleados por el contrario desencadena una serie de efectos positivos o negativos con los agentes externos a ella conocidos también como stakeholders, de ahí que si bien la empresa cuente con documentos que certifiquen el tipo de gestión con el que operan, el compromiso ético que maneje con la sociedad será el determinante del éxito o fracaso. Los grupos de interés serán por lo tanto una amplia gama de actores en las relaciones comerciales como los accionistas, compradores, proveedores, ONG's, el Gobierno, sindicatos, etc. A continuación se mencionan algunos grupos:

#### **Accionistas**

Los beneficios que se obtienen al manejar una gestión empresarial bajo la óptica del RSE se deslindan hacia varios componentes de la empresa; los accionistas son aquellas personas que realizan o realizaron inversiones en bienes o capital para el funcionamiento de la empresa razón por la cual son quienes están pendientes de los resultados económicos que esta obtenga, puesto que al constituirse como accionistas así como adquieren obligaciones también adquieren derechos económicos y políticos, en lo referente al aspecto económico los accionistas reciben dividendos de acuerdo a su participación es decir es proporcional mientras mayores sean los beneficios mayor será el valor de dividendos que perciban, no obstante es importante mencionar también que al reflejar estabilidad económica y financiera se está asegurando que el manejo de sus acciones está siendo llevado de una manera correcta.

### **Empleados**

Dentro de las directrices para aplicar una gestión empresarial de RSE se hace mención a en el caso de los empleados involucrarlos directamente con esta gestión, se debe tomar en cuenta que es el talento humano el motor de una empresa por lo que son ellos los que en primera instancia deben comprender el objetivo principal al que se pretende llegar con esta nueva gestión. Hablar el mismo idioma ayuda a que como se dice “se pongan la camiseta de la empresa” si todos reman para el mismo lado lo más probable es que alcancen su objetivo en la medida que este planificado.

## **Proveedores**

Los cambios que se realicen en una empresa deben ser notificados siempre y cuando estos generen beneficios o perjuicios múltiples a los diferentes agentes que tiene relación directa o indirecta con la empresa, en este caso se trata de los proveedores ya que por ejemplo por hacer mención; en el instante que estos otorgan crédito de pago a sus clientes estos realizan análisis previos de la situación económica financiera de una empresa pero en la actualidad esto ya no es suficiente, es importante que la empresa cuente con proyectos sociales, ambientales u otros. Si la empresa maneja una gestión de responsabilidad social no solo que le permite obtener beneficios internos sino que le permite brindar una buena imagen al resto de personas y organizaciones que se involucren con la misma como es el caso de los proveedores ya mencionado anteriormente.

## **Clientes**

Los clientes o consumidores son los que tienen una necesidad que desean satisfacer misma que los lleva consumir o utilizar un producto o servicio,

Si bien es cierto que la gestión de responsabilidad social funciona como una estrategia de mejoramiento para la empresa también es cierto que hay que poner en la práctica, no es suficiente dar a conocer al medio empresarial que la empresa ha adoptado esta innovadora forma de administración ya que lo

importante en este caso sería difundir el mensaje a los consumidores creando una conciencia que promueva el uso de productos o servicios con seguridad ambiental o responsabilidad social.

## **Comunidad**

Las comunidades son los agentes beneficiados de esta forma de administración de las empresas ya que existen casos que son relegados y muchas veces olvidados por parte del gobierno, es aquí donde actúa de manera práctica la responsabilidad social. El primer paso a seguir es identificar los problemas más agravantes presentes en la sociedad para posterior a esto realizar un análisis de la situación y buscar la manera efectiva de ayuda de tal modo que se puedan detectar a futuro señales de mejora. Existen algunas formas de practicar responsabilidad social ya sea con donaciones económicas o materiales. Se puede donar una cierta cantidad de dinero a instituciones que necesiten realizar inversiones en su infraestructura para ampliar su capacidad de atención o dotar de bienes materiales como máquinas insumos medicamentos entre otros a las organizaciones que sean escasos de este tipo de recursos. Estos ejemplos son válidos siempre y cuando se lo realice de manera continua o en su defecto se tomen medidas internas que ayuden a la conservación de los recursos naturales.

## **Competidores**

Es claro que manejar una gestión empresarial de responsabilidad social le otorga una ventaja competitiva a las organizaciones que la practican. Generalmente los competidores se están fijando en cuáles son las tendencias del momento en todos los aspectos, esto es necesario ya que de lo contrario estarían retrasando su accionar en el mercado, es por esto que si por ejemplo existen dos empresas que representan una fuerte competencia una opción practica es inclinarse por esta nueva gestión empresarial.

### **2.2.2. La creación de valor en las empresas y los beneficios**

#### **Creación de valor en las empresas.**

Desde los inicios de funcionamiento de una empresa el objetivo principal debería ser la creación de valor, es decir, obtener resultados cualitativos y cuantitativos de la inversión realizada para esto se debe tener en claro algunos cuestionamientos básicos como son: ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Para qué lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?, ¿Para quién lo hacemos? y ¿A dónde vamos?. La valoración de una empresa se debe realizar en base a resultados cualitativos y cuantitativos que sigan lineamientos correspondientes a la razón de ser de la misma, para lo cual se requiere de pruebas fehacientes como son los estados financieros en el caso de resultados

cuantitativos y en el caso de los cualitativos se puede verificar de acuerdo al ambiente laboral o en el nivel de rotación de trabajadores, entre otros.

En primer lugar, la creación de valor solo cabe contemplarle dentro de una estrategia seleccionada, lo que implica que su análisis sólo puede ser entendido si las empresas adoptan estrategias concretas a largo plazo que traten de conducir al objetivo de creación de val. En segundo lugar, la condición para crear valor es que las estrategias que sigamos generen una rentabilidad que rebase el coste de financiación o rentabilidad media exigida por los inversores para colocar sus recursos en la empresa. Cuando esta circunstancia se da y existen ventajas estratégicas competitivas que permiten la existencia del diferencial a lo largo del período estratégico, estaremos creando valor de forma sostenida. Esto es crear valor económico o riqueza para las empresas.<sup>8</sup>

Ahora bien como se sabe y como se demostrado en el ámbito empresarial hasta hace poco las empresas se enfocaban únicamente en generar valor económico pero debido a los cambios que se han venido suscitando se ha comprobado que esto ya no es suficiente puesto que actualmente existen direccionamientos relacionados a generar valor a través de la ayuda al bienestar social y del medio ambiente.

Entonces si se pone atención en estos aspectos se puede decir que la RSE genera valor en los que en muchas empresas no se considera activos y que son los intangibles como la imagen y reputación, si se pone especial atención

---

<sup>8</sup> A ROJO RAMÍREZ, (2007). *Valoración de empresas y gestión basada en valores*. Madrid: Paraninfo. p. 7

en dar valor a este tipo de activos se podrá observar en un mediano y largo plazo resultados económicos para la misma, es decir estos dos aspectos van de la mano para un mejoramiento continuo de la empresa.

Sin embargo se debe tener en claro el concepto de Responsabilidad Social para no caer en erróneas prácticas como sucede en algunos casos como: marketing con causa, donaciones específicas, estrategias cuya función es únicamente mejorar la imagen de la empresa, más bien se trata de llevar esto como un estilo de vida dentro de empresa es decir ser conscientes de lo que se hace y por qué se lo hace.

Trabajar con RSE es una muestra clara de que la empresa se desempeña en sus labores practicando valores éticos y morales lo que significa que es transparente en su accionar. Todos estos atributos son válidos a la hora de someter a una evaluación a una empresa y sacar como conclusión que tiene un valor agregado.

### **Beneficios de la responsabilidad social en la empresa**

Se detallan a continuación algunos beneficios de la responsabilidad social a nivel externo e interno:

*A nivel externo:*

- Posicionamiento y diferenciación de marca
- Incremento de notoriedad
- Captación de nuevos clientes
- Fidelización de clientes
- Mejora de imagen de la marca
- Mejora de imagen corporativa
- Mejora de 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 trabajadores
- Mejora del clima laboral, redundando en la mejora de productividad y calidad

- Mejora de comunicación interna
- Fomento de una determinada cultura cooperativa
- Realización de ensayos para el desarrollo de innovadoras estrategias comerciales
- Obtención de desgravaciones fiscales
- Proporcionar valor añadido a los accionistas<sup>9</sup>

## **2.3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE**

### **2.3.1. Normativa Internacional**

#### **2.3.1.1. ISO 26000**

Esta norma es el fruto de un trabajo de casi diez años que culminó el 1 de noviembre de 2010 con la publicación de la ISO 26000, bajo el título “Guía de responsabilidad social”, y que está llamada a tener una gran relevancia en el mundo de la responsabilidad social.

La ISO 26000 brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y sobre cómo pueden ponerlos en práctica las organizaciones. Se dirige a todo tipo de organizaciones, privadas, públicas y no gubernamentales, sea cual sea su tamaño, sector o ubicación geográfica. La idea es que cualquier organización que quiera incorporar criterios de responsabilidad social en sus actividades cotidianas pueda contar con un estándar universalmente consensuado para tal propósito.

---

<sup>9</sup> R FERNÁNDEZ, (2009), *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Club Universitario. p. 89

Si bien antes de la publicación de la ISO 26000 ya existía una amplia gama de códigos de responsabilidad social, la mayor parte se enfocaban hacia un determinado tipo de organización y/o sector. El valor añadido de la ISO 26000 es, pues, que por primera vez se logra establecer un consenso global en torno a: 1) qué principios, materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social deberían ser tenidos en cuenta por cualquier organización; y, 2) qué debería hacer la organización para poner en práctica la RS. En este sentido, la ISO 26000 logra sintetizar una gran diversidad de criterios en una sola norma internacional, coherente y al alcance de todos.<sup>10</sup>

### **2.3.1.2. Los siete principios de la responsabilidad social**

A continuación se mencionan los siete principios básicos que una empresa debe tener en cuenta para contribuir al desarrollo sostenible en la sociedad, es preciso mencionar que todos tiene la misma importancia.

- **Rendición de cuentas**

Es importante justificar o rendir cuentas de las actividades que se realizan, es decir, hacerse responsables de los impactos tanto positivos como negativos que se generan con la aplicación de la ISO 26000, esto no quiere decir que con dicha aplicación se generen

---

<sup>10</sup> A ARGANDOÑA, R ISEA, (2011), *ISO 26000 una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. IESE. p 8.

impactos negativos lo que sucede es que cuando recién se emprende con este tipo de gestión pueden suceder desconciertos por la falta de experiencia o tal vez por escaso conocimiento acerca del tema.

Este aspecto sirve para detectar en qué se falló y poder pulir este tipo de aspectos para que no vuelvan a suceder.

- **Transparencia**

La transparencia es una cualidad que en la actualidad está siendo valorada por todas las personas que tiene relación directa e indirecta con la empresa, es decir que no se debe ocultar ningún tipo de información como una forma de garantizar que las actividades que se están realizando están bajo las normativas legales.

- **Comportamiento ético**

Este principio hace referencia a que la responsabilidad social que se maneje dentro de una empresa no solo debería direccionar su aplicación hacia beneficios propios sino que por el contrario hacer conciencia de la importancia que esta trae consigo para el medio ambiente y la sociedad y con esto generar a futuro un desarrollo sostenible.

- **Respeto a los intereses de las partes interesadas**

Es claro que dentro de la práctica de la responsabilidad social actúan los shareholders y stakeholders es decir existe todo un entorno que se vería afectado por las decisiones y acciones que realice una empresa es aquí donde nace la importancia por las partes interesadas.

- **Respeto al principio de legalidad**

La ISO 26000 no tiene carácter de obligatoriedad de aplicación en las empresas pero esto no quiere decir que las empresas que opten por practicar la responsabilidad social no deban regirse bajo normativas vigentes en los países de aplicación, lo que quiere decir que la empresa debe tomar las medidas necesarias para cumplir con las leyes que demanda la ISO 26000.

- **Respeto a la normativa internacional de comportamiento**

La normativa internacional en cuanto al manejo de la RSE es mucho más completa que la que se manejan internamente en los distintos países por lo que se aconseja que las empresas en la medida de lo posible se manejen respetando tanto las leyes nacionales como internacionales.

- **Respeto a los derechos humanos**

Los derechos humanos son reconocidos en todos los países del mundo indistintamente de la nacionalidad o cultura que las personas tengan por lo que se debe garantizar el respeto por los derechos humanos; caso de faltar a esto la empresa debe tomar acciones inmediatas para anteponer y proteger esta práctica.

### **2.3.1.3. Estructura de la ISO 26000**

La norma ISO 26000 se relaciona con la Responsabilidad Social Empresarial y tiene 7 aspectos o temas fundamentales que son:

- i. gobernanza de la organización,
- ii. derechos humanos,
- iii. prácticas laborales,
- iv. medio ambiente,
- v. prácticas operativas justas,
- vi. asuntos de los consumidores, y,
- vii. participación comunitaria y su desarrollo.

**Cuadro N° 1:****Estructura de la ISO 26000**

Capítulo I	Objeto y campo de aplicación
Capítulo II	Términos y definiciones
Capítulo III	Comprender la responsabilidad social
Capítulo IV	Principios de la responsabilidad social
Capítulo V	Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas
Capítulo VI	Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social
Capítulo VII	Orientación sobre la integración de responsabilidad social en toda la organización.

**Fuente:** A ARGANDOÑA, R ISEA, (2011), ISO 26000 una guía para la responsabilidad social de las organizaciones

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### 2.3.1.4. ISO 26000 en Ecuador

Jimmy Andrade director ejecutivo del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (Cemdes) (2012), manifiesta que “uno de los detalles más importantes es su aplicabilidad para todo tipo de organización sean grandes o pequeñas, tanto en el sector público como en el privado, lo cual encierra a empresas, instituciones, ONG’s, entre otras”. Revista Vistazo

### **2.3.1.5. Beneficios de la ISO 26000**

Según Fabrice Hansé, director del Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad social (CERES), (2012), “una de las principales ventajas de la norma es su condición internacional, lo cual permite que las empresas que usen esta guía puedan compararse con otras de la región o del mundo y así mejorar su competitividad y desempeño responsable”. Revista Vistazo.

Oscar Espín, coordinador de Calidad, Evaluación y Acreditación de la ESPAE (2012), asegura que “con esta ISO también se pueden establecer mecanismos de mejora continua. Pero en definitiva, las empresas que opten por implementar este modelo pueden obtener muchos beneficios, los cuales se resumen en sostenibilidad del negocio”. Revista Vistazo

Asimismo, al ser responsable con el medio ambiente se logra reducir los costos de operación y además, con una política adecuada, se puede generar continuidad en la provisión de insumos proveniente de la naturaleza, (ESPÍN, 2012)

### **2.3.1.6. Pacto Mundial**

El Pacto Mundial es una herramienta de gestión y comunicación de la RS puesto que constituye un marco de referencia que es apoyado por los distintos directivos de las empresas cuyo objetivo es generar un desarrollo sostenible a nivel mundial.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de política estratégica para las empresas que se comprometen a alinear sus operaciones y estrategias con diez principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti- corrupción. De esta manera, las empresas, como motor principal de la globalización, puede ayudar a asegurar que los mercados, el comercio, la tecnología y la financiación anticipada de manera que las economías y las sociedades se benefician en todas partes.<sup>11</sup>

### **2.3.1.7. Principios del Pacto Mundial**

Los principios básicos del Pacto Mundial se enuncian a continuación:

---

<sup>11</sup> United Nations. Global Compact. (2013). <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>. Información general sobre el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

## Derechos Humanos

### Cuadro N° 2

#### Derechos Humanos

Principio 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos</li> </ul>
Principio 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurarse de que no son cómplices de abusos de los derechos humanos</li> </ul>

**Fuente:** United Nations. Global Compact. (2013).

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

## Trabajo

### Cuadro N° 3

#### Trabajo

Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva
Principio 4	La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio
Principio 5	La abolición efectiva del trabajo infantil
Principio 6	La eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación

**Fuente:** United Nations. Global Compact. (2013).

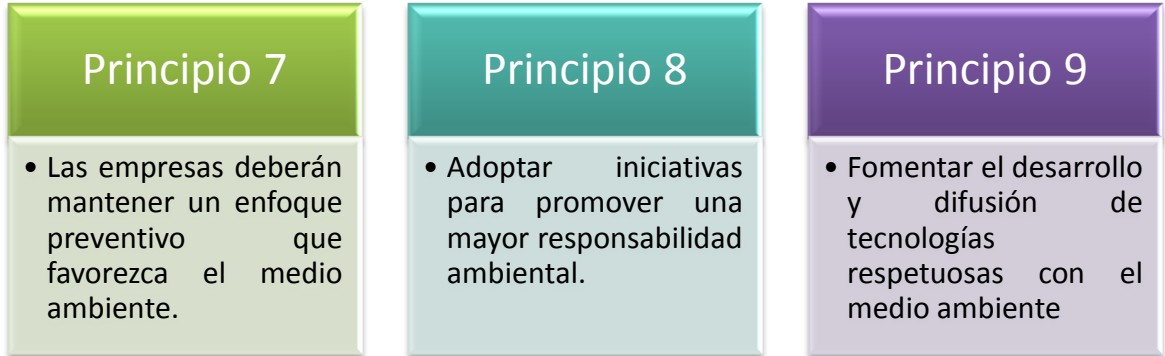
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**Medio Ambiente**

**Cuadro N° 4**

**Medio Ambiente**



**Fuente:** United Nations. Global Compact. (2013).

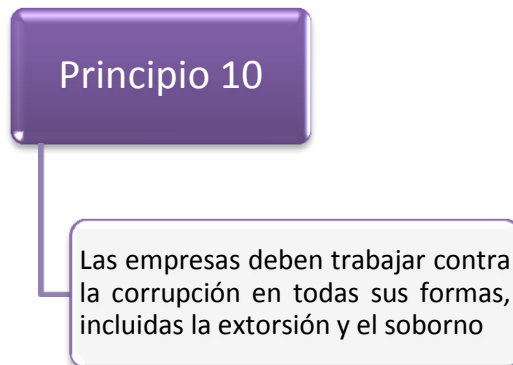
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**Lucha contra la corrupción.**

**Cuadro N° 5**

**Lucha Contra la Corrupción**



**Fuente:** United Nations. Global Compact. (2013).

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

### **2.3.1.8. Objetivos de Desarrollo del Milenio**

Los objetivos de Desarrollo del Milenio son una iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU) fijados en el año 2000 en Nueva York, en el marco de la Cumbre del Milenio, la misma que se enfocó en proponer soluciones mundiales para problemas como el hambre, la pobreza, la violencia, falta de acceso a la educación y salud, etc. Por ello los 189 países miembros firmaron este Convenio de Objetivos y se comprometieron a cumplirlos y a adaptar sus legislaciones con este propósito hasta el año 2015.

Son importantes pues estas metas que se fijan los países, propenden a un mejor desarrollo con el irrestricto respeto a los Derechos Humanos y que en definitiva buscan el mejoramiento de los niveles de calidad de vida de las poblaciones.

En cuanto a cumplimiento se sabe que hasta el 2012, en América Latina, según los indicadores propuestos han cumplido ya las metas Cuba, Honduras, Nicaragua, Venezuela, Ecuador y Perú. Los otros países que han cumplido sus metas son: Canadá, España, Irlanda, Luxemburgo, Alemania, Suiza, Suecia, Francia, Reino Unido, Finlandia, Turquía, Ucrania, Rusia, Malasia, Filipinas, Vietnam,

Hong Kong, Taiwán, Singapur, Corea del Sur, Japón, Emiratos Árabes, Qatar, Nueva Zelanda y Australia<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <http://www.pnud.org/ec/odm/index.htm>

## Cuadro N° 6

## Objetivos de Desarrollo del Milenio

	<b>Objetivo 1</b> •Erradicar las pobreza y los problemas alimentarios
	<b>Objetivo 2</b> •Lograr la educación básica universal
	<b>Objetivo 3</b> •Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de las mujeres
	<b>Objetivo 4</b> Reducir la mortalidad de la niñez
	<b>Objetivo 5</b> Mejorar la salud materna
	<b>Objetivo 6</b> Detener y empezar a reducir el VIH/SIDA, el paludismo y la tuberculosis
	<b>Objetivo 7</b> Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
	<b>Objetivo 8</b> Alianzas para el desarrollo

**Fuente:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <http://www.pnud.org.ec/odm/index.htm>

**Elaborado por:** Mauricio Mora

### **2.3.2. Memorias de Sostenibilidad**

La elaboración de un informe en el que se detallen los impactos sociales, ambientales y económicos es precisamente de lo que se trata Memorias de Sostenibilidad, es decir contar con una herramienta mediante la cual se pueda medir, difundir y rendir cuentas de las acciones que se realicen en una empresa.

Dicho informe deberá contener información veraz y razonable sobre el desarrollo sostenible que practique una empresa en el que se incluirán aspectos tanto positivos como negativos a fin de poder realizar una evaluación de la gestión y poder tomar medidas correctivas.

#### **2.3.2.1. Global Reporting Initiative (GRI)**

Es una organización sin fines de lucro que trabaja en pro de una economía global sustentable a través de brindar orientación para la emisión de informes de sustentabilidad. La herramienta que guía la elaboración de las Memorias de Responsabilidad Social Empresarial es el GRI G4.

### 2.3.2.1.1. GRI 4

El GRI 4, Global Reporting Initiative 4 por sus siglas en inglés, es simplemente la última versión del GRI realizada en el año 2006. Esta última versión fue publicada en mayo del presente año, al igual que su anterior versión esta también es certificable, aunque puede con requisitos menores: puede ser auditada externamente, o incluso puede reportarse el cumplimiento "en base a" la norma GRI. Su fuerte son los contenidos medioambientales y posee como ventaja una descripción detallada de los posibles indicadores para medir la RSE en la organización. Otra de sus virtudes es la posibilidad de comparar informes de RSE entre distintas empresas y entre diferentes años, ya que las compañías diseñan habitualmente sus propios informes destinados a sus grupos de interés, muchas veces poco comprensibles y con indicadores que no siempre son comparables, verificables o idóneos para medir determinados parámetros de interés.<sup>13</sup>

La nueva Guía G4 facilita la elaboración de informes de sostenibilidad haciéndolos más concisos ya que se centra en los asuntos realmente relevantes, y de este modo también contribuye a una mayor transparencia, compromiso y confianza con los grupos de interés, generando valor. Y por otro lado, hace posible que las

---

<sup>13</sup> Instituto de ética y calidad en el Agro. <http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>

memorias en sí mismas puedan contribuir a mejorar la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones<sup>14</sup>

Los informes elaborados en base al GRI sostienen 4 principios:

- **Materialidad.**

La información de la memoria debe contar con indicadores que demuestren el tipo

La información de la memoria debe contar con indicadores que demuestren el tipo de impacto que se ha generado en los ámbitos sociales, económicos y ambientales.

- **Participación de los grupos de interés.**

Como se ha venido mencionando en todo este proceso existen agentes directos e indirectos que se ven favorecidos o perjudicados de una cierta manera es por esto que es necesario indicar de qué manera ha sido percibido esto por dichos agentes.

---

<sup>14</sup> JHON SCADE (2013) [<http://www.compromisoempresarial.com/carrusel/2013/05/la-nueva-guia-g4-del-gri-se-presenta-con-grandes-novedades-para-las-memorias-de-sostenibilidad/#sthash.kO1A0BxL.dpuf>]

- **Contexto de sostenibilidad.**

Se debe identificar de qué manera se va a poner en práctica dicha gestión así como que establecer que es lo que se pretende lograr a futuro.

- **Exhaustividad**

Los indicadores que se pretenden deben ser completos de tal manera que no se requiera acudir a otros tipos de medidores para evaluar los impactos que se han generado.

Principios para garantizar la calidad y la presentación adecuada de la información divulgada.

- **Equilibrio.**

Mostrar información real es decir aspectos positivos y negativos los mismos que permitan sacar conclusiones coherentes.

- **Comparabilidad.**

La información debe ser simple en el sentido que se pueda comparar con distintas entidades o distintos periodos de tiempo.

- **Precisión**

La información que se presente debe contener información concreta es decir lo más relevante posible.

- **Periodicidad**

Es importante realizar informes cada un cierto periodo de tiempo con la finalidad de que se pueda evaluar y medir los resultados obtenidos.

- **Claridad**

Una de las características fundamentales de la información es que sea clara sin redundare en aspectos que puedan confundir el mensaje que se pretende hacer llegar al lector o persona encargada del tema.

- **Fiabilidad**

Manejar valores éticos es muy importante dentro de toda esta temática por lo todo lo que se realice debe ser fiable.

## **CAPÍTULO III**

### **TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

#### **3.1. MANUFACTURAS EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

##### **3.1.1. Definición de la Industria Manufacturera**

La industria se encarga de transformar materias primas en productos terminados o semielaborados a través de procesos o actividades de producción, dentro de esta se encuentra la industria manufacturera, la misma que en Ecuador se subdivide en varias cuentas de acuerdo a la actividad económica esto debido a que no todas tienen los mismos procesos de producción y tampoco generan los mismos impactos económicos y sociales, es decir con respecto a la aportación al producto interno bruto del país estos difieren uno del otro.

##### **¿Qué es Manufactura?**

Manufactura quiere decir hacer con las manos, pero en la actualidad se debe acoplar este concepto puesto que se entiende por manufactura supervisar de

manera manual los procesos que en la mayoría de los casos están siendo realizados por maquinarias especializadas.

La manufactura, como campo de estudio en el contexto moderno, puede definirse de dos maneras: tecnológica y económica. Tecnológicamente es la aplicación de procesos químicos y físicos que alteran la geometría, las propiedades, o el aspecto de un determinado material para elaborar partes o productos terminados; la manufactura incluye también el ensamblaje de partes múltiples para fabricar productos terminados. Los procesos para realizar la manufactura involucran una combinación de máquinas, herramientas, energía y trabajo manual. La manufactura se realiza casi siempre como una sucesión de operaciones. Cada una de ellas lleva al material cada vez más cerca del estado final deseado.

Económicamente, la manufactura es la transformación de materiales en artículos de mayor valor, a través de una o más operaciones o procesos de ensamble. El punto clave es que la manufactura agrega valor al material original, cambiando su forma o propiedades, o al combinarlo con otros materiales que han sido alterados en forma similar. El material original se vuelve más valioso mediante las operaciones de manufactura que se ejecutan sobre él.<sup>15</sup>

La industria manufacturera juega un papel muy importante dentro de la economía de un país ya que aporta al crecimiento económico del mismo, no obstante esta actividad desencadena otro tipo de actividad que es la comercial puesto que es la que se encarga de hacer llegar el producto final al

---

<sup>15</sup> M GROOVER. (1997). *Fundamentos de Manufactura Moderna: Materiales, Procesos y Sistemas*. México: Prentice Hall. p. 3.

consumidor. Es por esto que se analizará la industria manufacturera dentro los tres sectores económicos más importantes que son:

### Cuadro N° 7

#### Sectores Económicos



**Fuente:** Mauricio Mora

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### 3.1.2. Comportamiento de la Industria Manufacturera

Para hablar acerca del comportamiento que ha tenido la industria manufacturera en los últimos años se utilizarán declaraciones realizadas por la Ministra de Industrias Verónica Sión puesto que es la persona encargada de emitir información acerca del tema que se está tratando es así que:

Recordó que la producción manufacturera industrial, que se ubicó en el 6.8%, corresponde especialmente a los sectores de bebidas en un 21,9%, maquinarias y equipo en un 21,8%, camarón en un 16,9%, transporte 15.7%, manufacturas 9,3%, lácteos 7,3%, entre otros.

La aplicación de las políticas públicas ha permitido además que las exportaciones no tradicionales entre enero y octubre del 2012, crezcan en un 15%, equivalente a 589 millones de dólares, en relación a similar período del 2011, pasando de 3.999.505 a 4.589.249 millones de dólares en el 2012. En este segmento se destacan los sectores mineros, abacá, químicos y fármacos, elaborados del mar, vehículos, maderas terciadas y prensadas, otras manufacturas de metal y otros.

Luego de trazar esta panorámica del país productivo, la Ministra Sión dijo que los logros alcanzados responden al ordenamiento de la economía y a los lineamientos del Plan de Gobierno que buscan transformar el conocimiento en riqueza; aumentar la inversión en ciencia, tecnología e innovación; diversificar la matriz productiva; y consolidar la transformación productiva de los bienes priorizado.<sup>16</sup>

Como se menciona en algunos periódicos de la capital el sector manufacturero ha presentado un crecimiento notable en los últimos años esto debido a las distintas gestiones que ha realizado el gobierno con el afán de incentivar un crecimiento económico en todo el país.

---

<sup>16</sup> Ministerio de Industria y Productividad. (2013). <http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais/>. Sector manufacturero industrial aporta al crecimiento económico del país.

El sector manufacturero se ha destacado por los distintos cambios en lo referente a empleo, producción, exportación, importaciones, evolución de ventas y comercialización de los distintos productos que dentro de este sector económico se encuentran así como también del valor agregado que hoy por hoy en las empresas han puesto su atención ya sea para entregar un producto final al mercado nacional o al mercado internacional.

Cabe destacar que el crecimiento que ha tenido el sector de la manufactura ha sido fruto también de la “gestión planificada de los recursos que lleva adelante el Gobierno, para hacer inversiones a largo plazo y rentables para la economía del país”, afirma Patricio Rivera, Ministro de Finanzas (2012), en una entrevista realizada por el diario el Telégrafo.

### **3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES, LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

En esta división se incluyen las actividades de fundición y/o refinado de metales ferrosos y no ferrosos a partir de mineral y escorias de hierro, y arrabio, por medio de técnicas electrometalúrgicas y de otras técnicas metalúrgicas. Las unidades comprendidas en esta división también fabrican aleaciones y súper aleaciones de metales mediante la introducción de otros elementos químicos en los metales puros. El resultado de la fundición y refinado, normalmente en forma de lingotes, se utiliza en operaciones de enrollado, estirado y extrusión para fabricar láminas,

bandas, barras, varillas o alambre, y en forma fundida, para fabricar piezas fundidas y otros productos de metales comunes.<sup>17</sup>

### 3.2.1. Reseña Histórica

Para iniciar con una reseña histórica de la fabricación de metales en el Ecuador es necesario en primer lugar traer a tema de una reseña histórica de la minería puesto que estas actividades económicas van de la mano para su desarrollo, la fabricación de metales es la consecuencia de extraer la materia prima que son minerales a partir de esto se procede a realizar los distintos tipos de metales y productos provenientes de los mismos.

La actividad minera del país se remonta a la época pre colonial e inclusive pre incásica.



La primera explotación conocida se sitúa en los flujos de obsidiana de Mullumica en la Cordillera Real. Su producción tuvo un nivel de expansión considerable la actual costa ecuatoriana inclusive hacia el territorio colombino, en el período comprendido entre los 9000 años A.C. y los 1500 años D.C.



<sup>17</sup> Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU. (2005). [http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm\\_4rev3\\_1s.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev3_1s.pdf). Fabricación de Metales Comunes. p. 105

Las culturas precolombinas trabajaron el oro, la plata, el cobre y el platino como objetos, rituales y de intercambio comercial.



El oro fue extraído principalmente de los ríos y también a partir de socavones en roca. Algunos indicios de labores en los actuales sectores mineros del país han sido relacionados con la actividad de aquella época.

De igual manera, la plata fue extraída a través de socavones dentro de los principales prospectos conocidos hoy en día, tales como: Pilzhum, Malal y Sigchos.



Se desconocen las fuentes de cobre, el cual pudo haber sido traído por intercambio comercial.

Un caso notable constituye el trabajo del platino por parte de las culturas precolombinas, pues este metal fue descubierto por el mundo occidental apenas en el siglo XVII. Su fuente está en los placeres y lavaderos de los ríos de la provincia de Esmeraldas.



Tras la conquista española se produjo el auge de la minería del oro y de la plata. Se reubicaron sitios de explotación conocidos y se produjeron asentamientos humanos en sus alrededores. Se conoce que los españoles estuvieron en Nambija, en Zaruma y en el Río Santa Bárbara, en el siglo XVI.



A partir del siglo XVII, como consecuencia de la escasez de manos de obra indígena y por factores económicos, decayó la actividad hasta finales del siglo XIX.



En 1904 se constituyó la South American Development Company (SADCO), la que ejecutó la prospección, la exploración, el desarrollo y la producción de la mina de Portovelo, sobre una base bien organizada, hasta 1950. Su producción de oro fue de 3'500.000 onzas.<sup>18</sup>



Como conclusión se puede decir que la fabricación de metales es una actividad que se remonta desde hace varios años gracias a los recursos naturales que posee el país. En la actualidad la fabricación de metales constituye una actividad importante puesto que aporta un porcentaje representativo al Producto Interno Bruto, representa el 6% de las exportaciones industriales totales. Se exportan 237 millones de dólares, cayendo 1% en valor y 7% en volumen con respecto a 2007, dato obtenido de acuerdo a las estadísticas económicas emitidas por la Cámara de Industrias de Guayaquil en Marzo del 2009, este aspecto se detallara más adelante

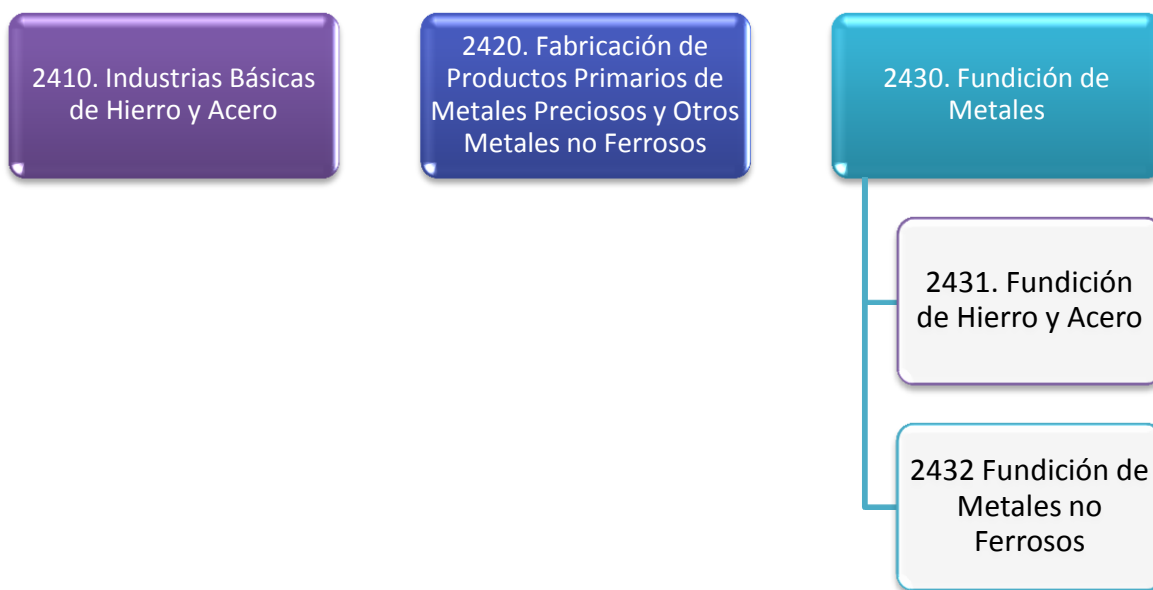
<sup>18</sup> Cámara de Minería del Ecuador. [http://www.cme.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11&Itemid=36&lang=es](http://www.cme.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=36&lang=es). Crónica Minera.

### 3.3. SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

De acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el subsector CIIU C24: Fabricación de Metales Comunes:

**Cuadro N° 8**

#### **Sub Actividades del Sub sector CIIU C24 Fabricación de Metales Comunes**



**Fuente:** CIIU 4 Naciones Unidas

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**2410 Industrias básicas de hierro y acero**

Esta clase comprende las operaciones de conversión por reducción de mineral de hierro en altos hornos y convertidores de oxígeno o de desperdicios y desechos de hierro en hornos de arco voltaico o por reducción directa de mineral de hierro sin fusión para obtener acero bruto que se funde y refina en un horno de colada y después se cuele y solidifica en un moldeador continuo para obtener productos semiacabados planos o largos que se utilizan, tras su recalentamiento, en operaciones de laminado, estirado y extrusión para fabricar productos acabados, como placas, láminas, bandas, barras, varillas, alambre, tubos, caños y perfiles huecos.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Explotación de altos hornos, convertidores de acero, talleres de laminado y de acabado
- Producción de arrabio y hierro especular en lingotes, bloques y otras formas primarias
- Producción de ferroaleaciones
- Producción de productos semiacabados de hierro por reducción directa de hierro y otros productos ferrosos esponjosos
- Producción de hierro de pureza excepcional por electrólisis o mediante otros procesos químicos
- Producción de hierro en granalla y hierro en polvo
- Producción de acero en lingotes y otras formas primarias

- Refundición de lingotes de chatarra de hierro o acero
- Fabricación de productos semiacabados de acero
- Fabricación de productos de acero laminados planos en caliente y en frío
- Fabricación de barras y varillas de acero laminadas en caliente
- Fabricación de secciones abiertas de acero laminadas en caliente
- Fabricación de barras y secciones sólidas de acero mediante estirado en frío, rectificación o torneado
- Fabricación de secciones abiertas mediante conformación progresiva en un laminador de rulos o mediante plegado en una prensa de productos laminados planos de acero
- Fabricación de alambre de acero mediante estirado o alargamiento en frío
- Fabricación de tablestacas de acero y secciones abiertas soldadas de acero
- Fabricación de materiales para vías de ferrocarril (carriles no ensamblados) de acero
- Fabricación de tubos, tuberías y perfiles huecos de acero sin costura, mediante laminación, extrusión o estirado en caliente o estirado o laminación en frío
- Fabricación de tubos y caños soldados mediante conformación en frío o en caliente y soldadura, entregados en ese estado o transformados ulteriormente mediante estirado o laminación en frío o mediante conformación en caliente, soldadura y reducción
- Fabricación de conexiones de tubo de acero, como:

- conexiones de brida planas y conexiones de brida con collares de acero de forja
- conexiones de soldadura a tope
- conexiones roscadas
- conexiones con soldadura machihembrada

#### **2420 Fabricación de productos primarios de metales preciosos y otros metales no ferrosos**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Producción de metales preciosos básicos:
  - Producción y refinación de metales preciosos sin labrar y labrados: oro, plata, platino, etcétera, a partir de minerales y residuos
- Producción de aleaciones de metales preciosos
- Producción de semiproductos de metales preciosos
- Producción de metales comunes enchapados de plata
- Producción de metales comunes o plata enchapados de oro
- Producción de oro, plata o metales comunes enchapados de platino y metales del grupo del platino
- Producción de aluminio a partir de alúmina
- Producción de aluminio a partir de la refinación electrolítica de desechos y chatarra de aluminio

- Producción de aleaciones de aluminio
- Semielaboración de aluminio
- Producción de plomo, zinc y estaño a partir de minerales
- Producción de plomo, zinc y estaño mediante la refinación electrolítica de desechos y chatarra de plomo, zinc y estaño
- Producción de aleaciones de plomo, zinc y estaño
- Semielaboración de plomo, zinc y estaño
- Producción de cobre a partir de minerales
- Producción de cobre mediante la refinación electrolítica de desechos y chatarra de cobre
- Producción de aleaciones de cobre
- Fabricación de alambre para fusible o lámina fusible
- Semielaboración de cobre
- Producción de cromo, manganeso, níquel, etcétera, a partir de minerales u óxidos
- Producción de cromo, manganeso, níquel, etcétera, mediante la refinación electrolítica o aluminotérmica de desechos y chatarra de cromo, manganeso, níquel, etcétera
- Producción de aleaciones de cromo, manganeso, níquel, etcétera
- Semielaboración de cromo, manganeso, níquel, etcétera

- Producción de matas de níquel
- Producción de metal de uranio a partir de peblenda u otros minerales
- Fundición y refinación de uranio

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de alambre de esos metales mediante trefilado
- Producción de óxido de aluminio (alúmina)
- Producción de papel de aluminio
- Fabricación de laminados con hojas de aluminio (estaño) como componente principal
- Fabricación de laminados con hojas de metales preciosos

### **2430 Fundición de Metales**

Este grupo comprende la fabricación de piezas y de productos semiacabados por un proceso de fundición.

### **2431 Fundición de Hierro y Acero**

Esta clase comprende la fundición de hierro y acero, es decir, las actividades de las funderías de hierro y acero.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Fundición de productos semiacabados de hierro
- Fundición de hierro gris
- Fundición de grafito esferoidal

- Fundición de productos de hierro maleable
- Fundición de productos semiacabados de acero
- Fundición de piezas de acero
- Fabricación de tubos, caños y perfiles huecos y de conexiones de tubos y caños de hierro
- Fabricación de tubos y caños de acero sin costura mediante fundición centrífuga
- Fabricación de conexiones de tubos y caños de acero

#### **2432 Fundición de Metales no Ferrosos**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fundición de productos semiacabados de aluminio, magnesio, titanio, zinc, etcétera
- Fundición de piezas de metal ligero
- Fundición de piezas de metal pesado
- Fundición de piezas de metales preciosos
- Fundición a presión de piezas de metales no ferrosos<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> NACIONES UNIDAS (2009) *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las actividades Económicas REV. 4*. New York p. 124-127.

### **3.4. APORTES A LA ECONOMÍA DE PARTE DEL SUBSECTOR CIIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

#### **3.4.1. Aporte al PIB**

El Producto Interno Bruto (PIB), es un índice que permite medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios finales puesto que este refleja en valores monetarios de dicha producción. Cada país maneja su propio PIB, ya que esta información es el producto de la gestión que las empresas realizan en sus distintas actividades dentro de un territorio que en este caso sería el país de origen. En el caso de Ecuador este indicador lo presenta el Banco Central del Ecuador de manera mensual y anual con fines económicos ya que permite evaluar cuál es la productividad y competitividad que las empresas tienen en distintos periodos.

Entonces el PIB mide la producción proveniente de los distintos sectores económicos por ende existen valores monetarios y porcentajes que indican cual ha sido su aporte, con esta información se puede identificar cuál es la actividad de mayor importancia y en qué actividad se debe poner atención para mejorar su desempeño.

Una forma de medir cuál ha sido el aporte a la economía de parte del subsector CIIU C24: Fabricación de metales comunes, es mediante una

evaluación de su aporte al PIB, de esta manera se puede dar diagnóstico de la forma como se ha desarrollado en los últimos años esta actividad económica.

A continuación se muestran dos cuadros, en el cuadro N° 9 se puede observar el valor en dólares de la aportación y en el cuadro N° 10 el porcentaje que representa esta actividad con respecto al PIB.

En el cuadro No. 9 se puede observar que ha existido un incremento en todos en los períodos de:

**2010-2011** existió un incremento de 29411 representado por 7.24%

**2011-2012** existió un incremento de 20572 representado por 4.72%

**2012-2013** existió un incremento de 45175 representado por 9.9%

Si se realiza un análisis de dicho comportamiento se puede decir que en los últimos cuatro años ha existido un incremento significativo en los distintos períodos por lo que se deduce que esta actividad si está generando un buen desarrollo en el transcurso del tiempo. Cabe destacar que en el periodo 2011 – 2012 si existió un incremento pero relativamente bajo con respecto a los otros períodos pero se recupera ya en el último periodo siendo esta una señal que esta actividad es productiva en el país.

**Cuadro N° 9****Producto Interno Bruto por Clase de Actividad Económica****Miles de dólares**

Ramas de actividad \ Años	2010	2011	2012	2013
CIU CN	(p)	(p)	(p)	(prev)
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	406.150	435.561	456.133	501.308
Otros elementos del PIB	3.306.745	3.331.682	3.585.984	3.635.184
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>67.812.330</b>	<b>77.831.607</b>	<b>84.682.266</b>	<b>90.326.377</b>

**Fuente:** Estadísticas Banco Central del Ecuador. <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955>.

Previsiones macroeconómicas 2013.

**Elaborador por:** Mauricio Mora

En el siguiente cuadro, No. 10, se reafirma lo expuesto anteriormente ya que como se puede observar no existe una variación del porcentaje que aporta la fabricación de metales comunes con respecto al PIB.

Es necesario destacar el hecho de que si bien por una parte este es un aspecto positivo ya que no demuestra un decrecimiento, es decir, se mantiene estable, por otra parte a la larga no es un aspecto que favorezca mucho a este sector ya que también significa que no existen inversiones en mayor medida que permitan que se desarrolle de mejor manera dentro de la economía del país.

**Cuadro N° 10****Producto Interno Bruto por Clase de Actividad Económica****Estructura porcentual (a precios de 2007)**

Ramas de actividad \ Años	2010	2011	2012	2013
CIU CN	(p)	(p)	(p)	(prev)
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	0,6	0,6	0,6	0,6
Otros elementos del PIB	4,4	4,6	4,8	4,8
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Estadísticas Banco Central del Ecuador. <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955>.

Previsiones macroeconómicas 2013.

**Elaborador por:** Mauricio Mora

**3.4.2. Generación de valor agregado**

Antes de mencionar cuál ha sido el valor agregado de la fabricación de metales comunes es necesario en primera instancia entender el concepto del mismo.

El valor agregado de un sector indica cuál es el aporte directo de éste al conjunto de la producción de un país. De ahí su relevancia para cuantificar el impacto económico de un sector específico. Se dice también que es igual, de manera aproximada, al valor de las ventas del

producto final menos los insumos aportados por otras industrias, tanto nacionales como extranjeras.<sup>20</sup>

En base a la información presentada se puede observar que el valor agregado bruto con respecto a la fabricación de metales comunes fue de 112.450, tomando en cuenta que la producción fue de 628.679, lo que demuestra que es un valor bastante aceptado ya que representa un 18% de la producción total.

### Cuadro N° 11

#### Valor Agregado Bruto del sector de la Fabricación de Metales Comunes (miles de dólares) año 2011

Industria	Producción	Consumo intermedio	Valor Agregado Bruto	Participación de la Industria en el PIB (%)
Fabricación de vidrio, productos refractarios y de cerámica	249.392	121.811	127.581	0,25%
Fabricación de cemento, artículos de hormigón y piedra	706.647	407.382	299.265	0,60%
Fabricación de productos derivados del metal, excepto maquinaria y equipo	895.007	650.545	244.462	0,49%
Fabricación de metales comunes	628.679	516.229	112.450	0,22%
Construcción	7.485.628	3.491.038	3.994.590	7,96%
<b>Total</b>	<b>9.965.353</b>	<b>5.187.005</b>	<b>4.778.348</b>	<b>9,52%</b>

**Fuente:** Estadísticas Banco Central del Ecuador.

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwkxxrbgomoeg54h.pdf>. Cuentas Nacionales.

**Elaborador por:** Banco Central de Ecuador

<sup>20</sup> MINISTERIO DE CULTURA. (2003). *Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. p.119

### 3.4.3. Exportaciones

Exportar es una actividad que se refiere a enviar productos o prestar servicios hacia el exterior esto con fines comerciales. En el caso específico del subsector CIU C24 se va a analizar cuál fue el valor monetario y volumen de exportación que se ha tenido el Ecuador.

En el Gráfico No 1 .se muestra de manera general la composición de las exportaciones de materiales de construcción según el volumen exportado, aquí se puede identificar las exportaciones de la fabricación de metales comunes puesto que esta es una industria anexa a la industria de la construcción.

A nivel desagregado, en promedio, entre 2003 y 2010, los productos más exportados –en volumen (toneladas)- fueron la madera y sus manufacturas, con 36% de participación dentro del total, la fabricación de metales comunes con 22%, el cemento y hormigón con un 13% y los productos refractarios y de cerámica con 12%.<sup>21</sup>

De acuerdo al Gráfico No 1 se puede observar que la exportación correspondiente a la cuenta fabricación de metales comunes fue del 22% en volumen en un período comprendido entre 2003 -2010, representando un porcentaje razonable para el total de exportaciones.

---

<sup>21</sup>

Ahora bien se analizarán las exportaciones según el monto para determinar cuál fue el nivel de exportaciones de la fabricación de metales comunes en dólares, esto es importante ya que se debe encontrar un equilibrio entre el volumen exportado frente al monto, es decir, que si el volumen aumenta el nivel de ingresos deberá ser superior ya que de lo contrario no se estaría realizando una buena negociación con el resto de países.

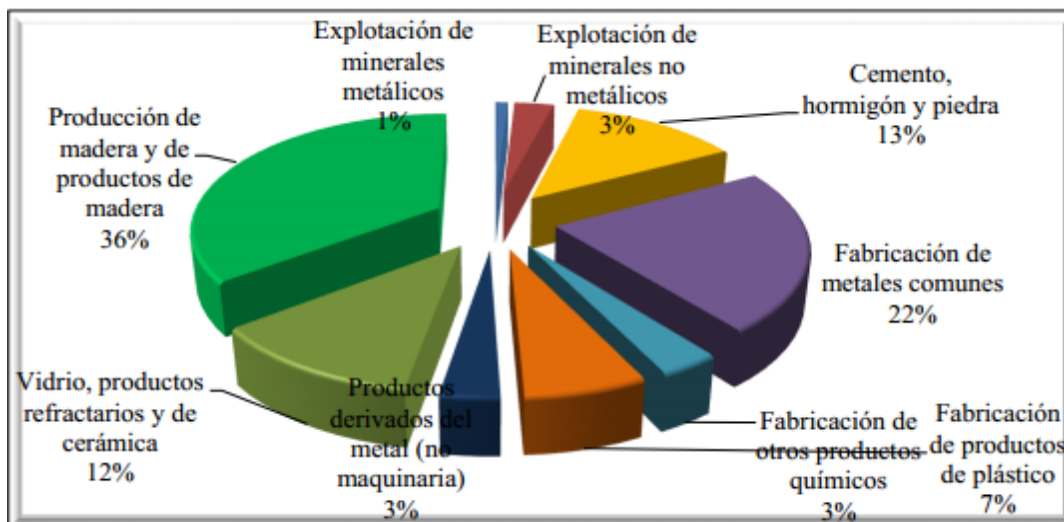
El análisis en valor de los productos más exportados cambia las jerarquías. Los productos de madera conservan el primer lugar con 34%, seguido de la fabricación de metales comunes con 23% y de productos refractarios y de cerámica con 10%. El cemento y el hormigón pasan a representar apenas 1%, mientras que los productos derivados del metal pasan a representar 9% y los productos de plástico 17%.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>

Gráfico N° 1:

**Composición de las Exportaciones de Materiales de Construcción Según el Volumen Exportado**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador. Base consolidada de exportaciones e importaciones 2003-2011.

<http://www.flacso.org.ec/porta/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwkkxxrbgomoeg54h.pdf>.

Exportaciones

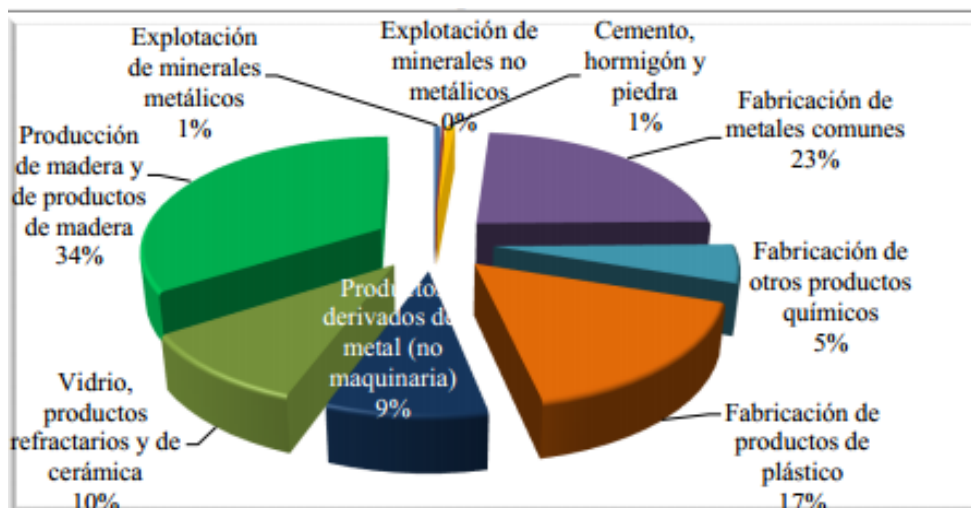
**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

Para el caso específico de la fabricación de metales comunes se obtuvo un diagnóstico positivo puesto que en volumen las exportaciones fueron del 22% mientras que en monto fue de 23% lo que quiere decir que los ingresos fueron superiores.

## Gráfico N° 2

## Composición de las Exportaciones de Materiales de Construcción Según el Monto

## Exportado año 2011



**Fuente:** Banco Central del Ecuador. Base consolidada de exportaciones e importaciones 2003-2011.

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwkxxrbgomoeg54h.pdf>.

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

#### 3.4.4. Importaciones.

Importaciones son los bienes y servicios que se traen del exterior hacia el país de origen con fines comerciales o de consumo interno. Para el presente estudio es importante revisar de qué manera han actuado las importaciones en los últimos años ya que de esta manera se puede realizar una comparación frente a las exportaciones.

De igual manera como se expuso en el caso de las exportaciones en el gráfico No. 2 se presenta información general de la composición de las importaciones de materiales de construcción según el monto importado esto debido a que la fabricación de metales comunes se encuentra dentro de este tipo de actividad.

Entre los sectores más importantes dentro de materiales importados se encuentran en primer lugar los productos metálicos (30%) y sus manufacturas (24%), seguidos por los plásticos (17%) y los productos químicos (15%). Los productos que más se importa son de hierro o acero, sustancias químicas diversas para la preparación de materiales y productos de vidrio y cerámica.<sup>23</sup>

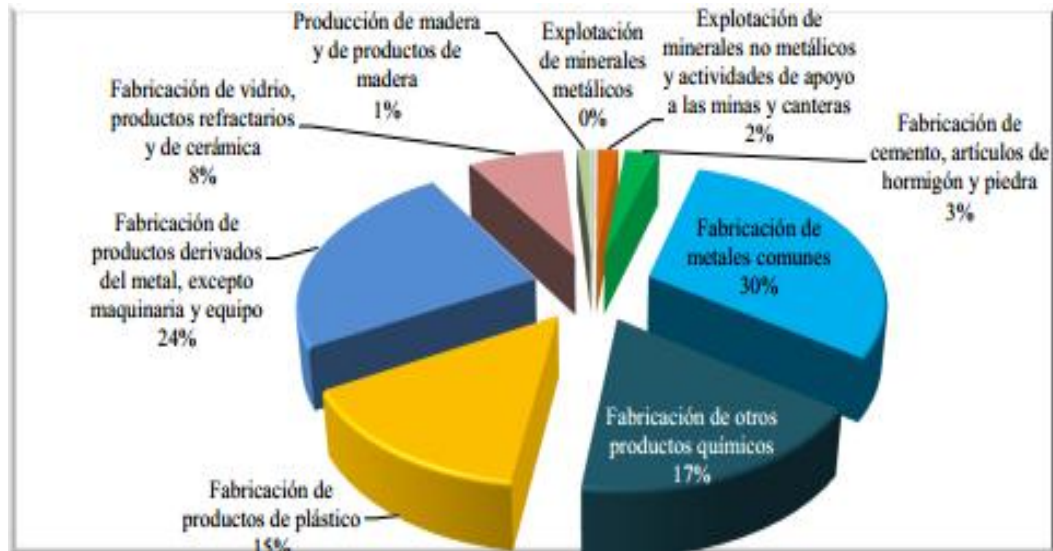
Como se puede observar en el Gráfico No.3 la fabricación de metales comunes representa el 30% de las importaciones esto puede ser por cuestiones de precio o calidad que tengan los productos de otros países o por que las empresa nacionales tengan convenios internacionales.

---

<sup>23</sup>

### Gráfico N° 3

#### Composición de las Importaciones de Materiales de Construcción Según el Monto Importado (promedio 2003-2010)



**Fuente:** Banco Central del Ecuador. Base consolidada de exportaciones e importaciones 2003-2011.  
<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwxxrbgomoeg54h.pdf>.

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

#### 3.4.5. Consumo

Para efecto del estudio que se está realizando se hace referencia al consumo intermedio ya que es la información que se utiliza a nivel general para comparar en qué medida este aporta al crecimiento económico, que se puede apreciar en el Cuadro No. 12.

El consumo intermedio está representado por el valor de los bienes y servicios utilizados por las unidades productivas para obtener otros

productos. Son bienes y servicios que tienen la característica de consumirse, transformarse o incorporarse en otros productos en un solo proceso productivo.<sup>24</sup>

Si se realiza una comparación del consumo intermedio que es 516.229 frente a la producción total que es de 628.679 se puede notar que la producción es superior al consumo intermedio por lo que se debe analizar cuáles son los factores influyentes para que se de esta situación, ya que a pesar de que la diferencia no sea muy elevada es un factor que al pasar el tiempo afectaría la economía.

### Cuadro N° 22

#### Consumo Intermedio del Sector de la Construcción y sus Industrias Auxiliares (miles de dólares)

Industria	Producción	Consumo intermedio	Valor Agregado Bruto	Participación de la Industria en el PIB (%)
Fabricación de vidrio, productos refractarios y de cerámica	249.392	121.811	127.581	0,25%
Fabricación de cemento, artículos de hormigón y piedra	706.647	407.382	299.265	0,60%
Fabricación de productos derivados del metal, excepto maquinaria y equipo	895.007	650.545	244.462	0,49%
Fabricación de metales comunes	628.679	516.229	112.450	0,22%
Construcción	7.485.628	3.491.038	3.994.590	7,96%
<b>Total</b>	<b>9.965.353</b>	<b>5.187.005</b>	<b>4.778.348</b>	<b>9,52%</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador.

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbbyuhwkxxrbgomoeg54h.pdf>. Cuentas Nacionales.

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

### 3.4.6. Empleo

Empleo es el trabajo que realiza una persona a cambio de una remuneración, en el caso de la fabricación de metales comunes es fundamental realizar el estudio en que se indique cuantas fuentes de trabajo genera esta actividad económica puesto que también es un referente que permite ubicar en un nivel de importancia para el desarrollo de un país.

Como se ha venido tratando en todos los temas económicos para realizar el estudio de la fabricación de metales comunes se ha tomado como referente la actividad de la construcción puesto que esta es una actividad conexas a la mencionada, información que se observa en el Cuadro No. 13

La construcción demanda de mano de obra calificada y no calificada. Necesita profesionales con experiencia y entrenamiento especializado (arquitectos e ingenieros para el diseño y monitoreo de la obra). También requiere de personal no necesariamente posee un conocimiento especializado para que ejecute las obras. Este sector y las industrias conexas ocupan aproximadamente a quinientos mil empleados anuales, los cuales representan 8.2% del total de ocupados (en promedio 2007-2010).<sup>25</sup>

Los salarios promedio dentro del sector de la construcción fluctúan entre los \$220 en la industria de productos de madera, los más bajos; hasta los

---

<sup>25</sup>

\$300 en promedio del resto de industrias. Los salarios más altos se registraron en la fabricación de productos metálicos.<sup>26</sup>

De acuerdo a las estadísticas mostradas en el Cuadro No 13 se puede decir que la fabricación de metales ocupó a 44.399 en promedio en el periodo 2007 – 2010, ubicándose así en segundo lugar después de la construcción lo que significa que en este sentido aporta en gran medida a la economía del país, tomando en cuenta que los salarios que perciben las personas que se laboran en esta actividad son altos.

**Cuadro N° 13**

**Empleo Generado por el Sector de la Construcción y sus Industrias Anexas**

SECTOR	2007	2008	2009	2010
Construcción (actividad)	401,763	404,202	420,838	396,618
Fabricación de productos metálicos	47,360	59,258	56,992	58,386
Fabricación de productos no metálicos	27,417	30,953	38,080	33,197
Productos de madera	10,109	16,064	9,778	13,328
<b>Total</b>	<b>486,649</b>	<b>510,477</b>	<b>525,688</b>	<b>501,529</b>
<b>Total ocupados</b>	<b>6,220,457</b>	<b>6,150,571</b>	<b>6,252,969</b>	<b>6,208,728</b>
<b>%Participación total de ocupados</b>	<b>7.8%</b>	<b>8.3%</b>	<b>8.4%</b>	<b>8.1%</b>

Fuente: INEC.

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwkxxrbgomoeg54h.pdf>. Encuesta Nacional de Empleo 2007-2010

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

<sup>26</sup>

### **3.5. INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR CIU C24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

Los indicadores financieros son medidas que permiten analizar el estado actual del subsector así como su comportamiento y desempeño. La información para la elaboración de estos indicadores es tomada de los estados financieros de las empresas que comprenden el Subsector CIU C24. Los resultados se muestran separados por cada sub actividad del subsector lo que permite comparar el desempeño y la situación de las empresas de cada sub actividad.

#### **3.5.1. Índice de Liquidez Corriente**

Mediante este índice se puede establecer la capacidad de pago que tiene la empresa a corto plazo comprometiendo sus activos corrientes.

El índice de liquidez corriente para la cuenta de fabricación de metales comunes de acuerdo a la estructura esquemática por clases es de: C 241: 1.89, C 242: 4.23 y C 243: 2.19 lo que quiere decir que por cada dólar de deuda a corto plazo la empresas cuentan con 1.89, 4.23 y 2.19 para pagar con los activos corrientes.

### **3.5.2. Prueba Ácida**

En base a este índice se puede decir que la cuenta C 241 depende de la venta de sus inventarios para poder cubrir con los pasivos a corto plazo ya que la prueba ácida es de 0.9587, mientras que para las cuentas C 242 y C 243 es de 3.65 y 1.33 respectivamente lo que significa que estas si pueden cubrir con sus deudas a corto plazo.

### **3.5.3. Índice de Endeudamiento del Activo**

De acuerdo al índice de endeudamiento del activo se puede decir que el 59.39%, 48.64% y 63.72% de las cuentas C 241, C 242 y C243 de los activos están siendo financiados por terceros, en este sentido es comprensible puesto que en la mayoría de las empresas se realizan prestamos ya sea para adquirir maquinaria o para mejorar su tecnología.

### **3.5.4. Índice de Endeudamiento del Patrimonio**

Este índice permite medir el grado de patrimonio para con los acreedores de la empresa, se debe considerar que los pasivos se puedan pagar con el patrimonio, ya que ambos se consideran una obligación para la empresa.

Por medio de este índice se puede conocer el porcentaje de deudas que en este caso representa el 2.02, 2.41 y 2.42 para las cuentas C 241, C 242 y C243 con relación al patrimonio.

### **3.5.5. Apalancamiento Financiero**

Mediante la interpretación de este índice se puede determinar si el endeudamiento con terceros beneficia o perjudica a la empresa. Se puede además verificar su incidencia frente a las utilidades obtenidas en un período.

Este índice nos indica los beneficios percibidos por la empresa antes de impuestos, en este caso es de 2.42, 3.16 y 2.95 para las cuentas C 241, C 242 y C 243 de fabricación de metales lo que quiere decir 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.

### **3.5.6. Rotación del Activo Fijo**

Mediante este índice se puede identificar la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en el activo fijo, para el caso de la Fabricación de Metales Comunes de sus actividades C 241, C 242 y C

243 es de 30.72, 245.95 y 7.70 lo que quiere decir que en este aspecto si se está realizando una buena gestión en cuanto al aprovechamiento de activos fijos.

### **3.5.7. Rentabilidad Neta del Activo**

Este índice nos permite determinar la capacidad del activo para generar utilidad, en este caso se obtuvo 16.18%, 5.51% y 17.15% es decir que la inversión que se realice en activos fijos generan los rendimientos antes mencionados en las cuentas C 241, C242 y C 243 para las empresas de Fabricación de Metales Comunes.

### **3.5.8. Rentabilidad Operacional del Patrimonio**


Como su nombre lo dice permite saber cuál es el rendimiento que los accionistas o inversionistas obtienen de su capital invertido, sin tomar en cuenta los gastos financieros, impuestos o participación de los trabajadores. Para este caso la rentabilidad operacional del patrimonio es de 47.89%, 32.64% y 54.17% para las cuentas en cuestión.

### **3.5.9. Rentabilidad Financiera**

Mediante la obtención de índice de rentabilidad financiera se puede indicar cuál es el rendimiento que los accionistas o inversionistas obtienen por mantener su capital en esta actividad económica, para el presente caso el índice de rentabilidad es de 4.71%, 22.82% y 63.02% para las cuentas C 241, C 242 y C243 que si está dentro de un rango aceptable, de acuerdo a los rangos establecidos en el Cuadro No. 14.

## Cuadro N° 14

## Índices Financieros Consolidados del Subsector Fabricación de Metales Comunes

 Indices Financieros Consolidados del Sector*: <b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.</b> TABLA 4 A Diciembre de 2010													
ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES	LIQUIDEZ CORRIENTE				PRUEBA ACIDA				ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO				Número de Compañías
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
C241	1,8908	13,4447	0,4500	2,2898	0,9587	5,7961	-1,5040	1,4936	0,5939	2,3642	-2,0794	1,1698	66
C242	4,2333	29,7868	0,6650	9,0014	3,6565	29,7900	-0,0303	9,1955	0,4864	2,2094	-1,4308	1,3124	20
C243	2,1909	3,4251	1,0355	1,1967	1,3327	2,8592	-0,9163	1,9887	0,6372	1,4078	-0,7798	1,2288	6
ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL				APALANCAMIENTO FINANCIERO				ROTACION DEL ACTIVO FIJO				Número de Compañías
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
C241	2,0219	8,1516	-0,9107	2,5067	2,4205	9,6117	-0,7597	2,4723	30,7231	320,4828	0,4830	67,4633	66
C242	2,4128	10,6623	-0,7308	4,1264	3,1661	11,6407	-0,1428	4,2852	245,9504	2436,3948	0,5391	769,6477	20
C243	2,4274	4,2689	-0,5481	2,6010	2,9502	4,8201	0,4782	2,2327	7,7052	12,8203	4,4076	4,4912	6
ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO				RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO				RENTABILIDAD FINANCIERA				Número de Compañías
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
C241	0,1618	3,6654	-1,0711	1,1358	0,4789	6,5990	-0,8887	1,5029	0,4271	4,6606	-0,9108	1,3972	66
C242	0,0551	1,4953	-1,0932	1,0325	0,3264	3,7563	-0,6190	1,4544	0,2282	2,6818	-0,6858	1,2755	20
C243	0,1715	1,4706	-0,5583	1,1279	0,5417	1,9771	-0,9585	1,4689	0,6302	2,4480	-0,5893	1,6046	6

Fuente: Superintendencia de Compañías. <http://www.supercias.gob.ec>.

Elaborado por: Mauricio Mora.

### **3.6. PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO RSE EN LAS PYME'S**

Se muestra una propuesta de políticas de responsabilidad social lo más práctico y dinámico posible con el afán de que sirva como una guía útil para las PYMEs, y que de esta manera sea tomada en cuenta para la aplicación o implementación en las funciones cotidianas de las empresas y poder fomentar un desarrollo sostenible.

Todo cambio causa escepticismo y temor para las personas individualmente más aún si se trata de un grupo en el que todos deben manejar el mismo idioma para alcanzar el objetivo empresarial, este es el caso específico de las pequeñas y medianas empresas en el que el primer paso a seguir es informar de la manera menos compleja a todos los trabajadores sin distinción de cargo que integrar esta nueva manera de gestión a la cotidianidad de las actividades de la empresa implica un aprendizaje continuo y dinámico en el que la comunicación entre clientes internos y externos se convierte en pieza fundamental para alcanzar el éxito en esta nueva práctica.

El estudio que se ha venido desarrollando tiene como objetivo principal contribuir a sector de las PYME's de tal manera que se vea beneficiada conjuntamente con la sociedad y su entorno.

## **Ejes e indicadores de RSE**

En el caso de las pequeñas y medianas empresas debido a sus características propias en cuanto a organización, políticas y administración, la aplicación de una nueva gestión de administración puede resultar un desafío que muchas veces no están dispuestos a afrontar por lo que la responsabilidad social en este caso se vuelve una habilidad que se va adquiriendo en el transcurso del tiempo y que se va a ir ajustando según las necesidades que se vayan presentando, es preciso aclarar que esto funciona de acuerdo a los principios éticos que se practiquen en los diferentes ámbitos de la empresa.

Para que esta práctica deje de ser una habilidad o como sucede en ocasiones que existen indicios o acciones que se realizan en la empresa propias de responsabilidad social pero que no están reconocidas como tal por falta de conocimiento acerca del tema a continuación se muestran pautas básicas para la implementación de prácticas y políticas de RSE en las PYME's.

Los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, creados por el Instituto Ethos (Brasi) y adaptados por la ADEC para el Paraguay, son un herramienta de valuación y aprendizaje de la gestión de empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de responsabilidad social empresarial

(RSE), a la planificación de estrategias y al monitoreo del desempeño general de la empresa. Se trata de un instrumento de uso esencialmente interno.<sup>27</sup>

Se toma en consideración la información de esta guía puesto que está diseñado para todas las personas que trabajan en pequeñas y medianas empresas.

## **EJE 1**

Ser responsables con lo que sucede en la sociedad implica trabajar bajo lineamientos éticos en la gestión de las empresas.

### **Cuadro N° 15**

#### **Indicadores – Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo**



#### **Valores, transparencia y gobierno corporativo**

---

- Compromisos éticos
- Cultura Organizacional
- Gobierno Corporativo
- Relaciones con la competencia
- Balance Social

<sup>27</sup> Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES. [http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

## EJE 2

Mantener negociaciones que atiendan las necesidades tanto de la empresa como de los proveedores de manera justa refleja confianza para los agentes relacionados a estos.

### Cuadro N° 16

#### Indicadores – Proveedores



#### Proveedores

---

- Criterios de selección y evaluación de proveedores
- Trabajo infantil en la cadena de proveedores
- Relaciones en las cadenas de proveedores

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**EJE 3**

El talento humano es el motor de la empresa por lo que si se cuenta con un personal comprometido esto se verá reflejado no solo con los clientes sino con toda la sociedad en sí, ubicando en lo más alto en nombre de la misma, es necesario mencionar que esto se logra con un buen trato a los trabajadores en todo los sentidos posibles nómbrese así en el sentido económico y laboral.

**Cuadro N° 17****Indicadores – Público Interno****Público Interno**

- 
- Salud, seguridad y condiciones laborales
  - Valoración de la diversidad
  - Compromiso con el desarrollo profesional
  - Gestión participativa
  - Relaciones con sindicatos
  - Política de remuneración y beneficios
  - Compromiso con el desarrollo infantil
  - Clima laboral
  - Compromiso con el futuro de los niños
  - Comportamiento en los despidos
  - Plan de retiro
  - Relaciones con colaboraciones tercerizados

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### **EJE 4**

Poner en práctica acciones que ayuden a preservar el medioambiente no solo que proporciona una buena imagen corporativa sino que también permite reducir costos.

#### **Cuadro N° 18**

##### **Indicadores – Medioambiente**



### **Indicadores**

### **Medioambiente**

---

- El medioambiente como compromiso empresarial
- Prácticas de cuidado del Medio Ambiente
- Impacto Medio Ambiental
- Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Minimización de residuos

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**EJE 5**

Cumplir con las expectativas del cliente le permite a una empresa mantener los que ya tiene y abarcar más mercado.

**Cuadro N° 19****Indicadores – Clientes / Consumidores****Indicadores****Clientes / Consumidores**

- Consideración de la opinión del cliente
- Proceso de reclamaciones
- Marketing y comunicación
- Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**EJE 6**

Preocuparse por todos los agentes relacionados para con la empresa como ya se ha mencionado no solo que le proporciona una buena imagen sino que también le da un plus a la empresa que en este caso se le podría decir como ventaja competitiva frente a la competencia.

## Cuadro N° 20

### Indicadores – Comunidades

#### Indicadores

#### Comunidad

---

- Política de Apoyo a la Comunidad
- Voluntariado y participación
- Financiamiento de Acciones sociales
- Relaciones con organizaciones locales

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### EJE 7

El bienestar de un país o nación se logra siempre y cuando se tomen en consideración el bien común en todas las actuaciones las empresas.

**Cuadro N° 21****Indicadores – Gobierno y Sociedad****Indicadores****Gobierno y Sociedad**

---

- Participación Política
- Contribución para Campañas Políticas
- Prácticas Anti corrupción
- Participación en proyectos sociales gubernamentales
- Construcción de la ciudadanía

**Fuente:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de Implementación para PYMES.

[http://www.empresa.org/doc/Libro\\_RSE.pdf](http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf). Ejes e indicadores de RSE.

**Elaborado por:** Mauricio Mora

Los ejes e indicadores de responsabilidad social son una herramienta de uso interno por lo que para el diseño del cuestionario que se va a aplicar a las PYMES pertenecientes al subsector C 24 Fabricación de Metales Comunes se basó en lo antes mencionado como una manera de validar el trabajo realizado.

Para la implementación de RSE en las PYMES a continuación se mencionan actividades básicas y útiles que se deben poner en práctica para un buen funcionamiento, cabe destacar que se ha tomado en cuenta los principales agentes

relacionados con la empresa que son: trabajadores, sociedad, mercado y medioambiente.

### **Actividades de RSE orientadas a los trabajadores.**

El personal de una empresa constituye uno de los elementos primordiales a la hora de la implementación o cambios en los que están involucrados directamente ya sea en sus funciones o en sus actuaciones para con la empresa por lo que en el siguiente listado se detalla algunas actividades importantes que se deben tomar en cuenta para poner en práctica la RSE.

- Mejora de las condiciones laborales (incluida la seguridad y salud laboral) y de la satisfacción en el trabajo
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Formación y desarrollo de la plantilla (incluida la planificación de la carrera profesional)
- Comunicación/información a los empleados y participación en las decisiones de la empresa
- Remuneración justa y responsable, apoyo económico para los trabajadores (por ejemplo: sistemas de pensiones, préstamos sin interés)<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> La Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES. [http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure\\_spanish.pdf](http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf). Actividades de RSE orientadas a los trabajadores.

### **Actividades de RSE orientadas a la Sociedad**

La sociedad es el grupo de interés que indica de manera más real si el objetivo principal se está cumpliendo, es decir, que no solo este plasmando en un documento interno sino que se vea reflejado a nivel general.

- Integración social y/o laboral a nivel local
- Mejoras de las infraestructuras locales
- Donaciones en metálico o en especie a instituciones sociales locales (por ejemplo, escuelas, hospitales, asociaciones medioambientales, organizaciones culturales, clubes deportivos o de ocio, etc.)
- Apoyo a la sociedad en un sentido amplio (poblaciones de países en desarrollo)<sup>29</sup>

### **Actividades de RSE orientadas al mercado**

El mercado para una empresa está constituido por los clientes, consumidores así como también los proveedores siendo los principales actores dentro de esta práctica y depende en gran medida que los planes o estrategias se cumplan pues son quienes deben tomar la iniciativa para crear un desarrollo sostenible.

---

<sup>29</sup> *Íbidem.*

- Actividades para mejorar la calidad o seguridad de los productos
- Suministro de servicios de carácter voluntario a los clientes
- Políticas de precio justo
- Publicidad ética
- Remuneración sin retrasos a proveedores o socios comerciales
- Contratación de socios locales
- Mejoras de las condiciones existentes en la cadena de suministros
- Apoyo a la creación de alianzas empresariales a nivel local/regional

### **Actividades de RSE orientadas al Medioambiente**

El tema central dentro de toda esta temática tiene que ver con el medioambiente y la sociedad por lo que a continuación se mencionan las actividades que ayudaran a preservar el medioambiente.

- Diseño de productos o procesos productivos respetuosos con el medioambiente
- Uso eficiente de los recursos
- Reducción de residuos y de la polución
- Realización de una “evaluación ecológica” de los proveedores respecto a sus estándares medioambientales

- Información a los socios comerciales, clientes o a la sociedad sobre temas medioambientales.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Íbidem

## CAPITULO IV

### ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### 4.1. METODOLOGÍA APLICADA

##### 4.1.1. Técnicas de recolección de información

###### 4.1.1.1. Datos primarios.

Se originan por el propósito específico del estudio y atienden el problema planteado; pueden ser de naturaleza cualitativos y cuantitativos. Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilarán utilizando un cuestionario, compuesto de 150 preguntas cerradas de alternativa múltiple con las siguientes opciones y ponderaciones:

- No – 0
- Parcialmente – 1
- Si – 2

El cuestionario que se aplicará 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)

#### **4.1.1.2. Datos secundarios.**

Son datos que ya fueron recopilados para fines distintos de otros problemas planteados, pueden ser de fuentes internas o externas. 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 2010 de la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la investigación.

### **4.1.2. Población y Muestra**

#### **4.1.2.1. Población**

Para objeto de este estudio se va a considerar como población al número de empresas registradas en la Superintendencia de Compañías en el Sector Manufacturero dentro del CIIU 4 Sector C24

Fabricación de Metales Comunes ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito. Esta población se caracteriza por ser finita y está conformada por 24 empresas. (Véase Anexo2)

### Cuadro No. 22

#### Ficha Técnica de la Población del CIU C24 Fabricación de Metales Comunes

INFORMACIÓN	DATOS
<b>Población</b>	24
<b>Rama Actividad</b>	C - Industria Manufacturera
<b>Rama de Subactividad</b>	C 24: Fabricación de Metales Comunes
<b>Cobertura Geográfica</b>	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
<b>Año</b>	2012

**Fuente:** Base de Datos Superintendencia De Compañías

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### 4.1.2.2.Muestra

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 proyectales, sobre la que se realizará tanto el análisis de carácter cuantitativo como el análisis cualitativo con un 95 % de nivel de confianza, y tomando en cuenta un margen de error del 10% lo que

da como resultado una muestra de 20 PYMEs, que serán sometidas a investigación.

**Fórmula:**

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

**Dónde:**

n = tamaño de la muestra

z = probabilidades de área para la distribución normal estándar

p= proporción

N = total de población

e = error

**Cuadro No. 22**

**Cálculo de la Muestra**

VARIABLES	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	24
Nivel de Confianza	Q	95%
Parámetro Crítico	Z	1,96
Proporción Aceptación	P	0,5
Error Máximo	e <sup>2</sup>	10%
Muestra	n	20

**Fuente:** Base de Datos Superintendencia De Compañías

**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### **Aplicación de la fórmula:**

$$n = \frac{24 * 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(24 - 1) * 0.10^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{23.0496}{(19.3629032)}$$

$$n = 20 \text{ encuestas}$$

#### **4.1.3. Trabajo de campo**

El trabajo de campo consistirá en aplicar el cuestionario al número de empresas determinado por el tamaño de la muestra. La aplicación del cuestionario se la realizará de manera personal ante el gerente de la empresa o algún miembro de la empresa designado por el gerente para cumplir con este fin. Previo a la aplicación del cuestionario se realizará un proceso de verificación de los datos vía telefónica a las empresas y se procederá a concertar las citas. A continuación se encuentra el detalle de las llamadas y visitas concretadas.

**Cuadro N° 23****Resumen de Llamadas y Visitas**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>No. Empresas</b>
No desea colaborar	2
No corresponde el teléfono/dirección	2
Citas obtenidas	20
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>24</b>

**Fuente:** Base de Datos Superintendencia De Compañías

**Elaborado por:** Mauricio Mora

**4.1.4. Tabulación de datos**

Los datos recopilados de la encuesta personal se tabulará y ordenará estadísticamente, se utilizará el sistema SPSS (*Statistical Análisis Software Predictive* y la hoja de cálculo Excel de Microsoft Office, que permitirá compilar adecuadamente los datos en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, para así interpretarlos y analizarlos adecuadamente, de modo que se llegue a un diagnóstico de la realidad en el subsector CIU C24 – Fabricación de Metales Comunes.

**4.1.5. Metodología UNIAPAC para las PYMES**

La metodología que se utilizará en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE,

para una gestión empresarial integral, de Uniapac<sup>31</sup> Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación concluyente descriptiva utiliza el método de la encuesta personal y como herramienta básica el cuestionario para recopilar la información requerida.

---

<sup>31</sup> Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

## Cuadro N° 24

## 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 (poner "X" en donde corresponda)		
					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 consumidores	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			
<b>TOTAL PUNTOS</b> Máximo 100 puntos por columna	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>300,00</b>	De 0 a 120	De 121 a 225	De 226 a 300
<b>INDICE DE CONGRUENCIA</b> (poner "X" en donde corresponda)							
<b>Bajo</b> De 0 a 40%					De 0 a 120		
<b>Mínimo</b> De 41 a 75%					De 121 a 225		
<b>Sólido</b> De 76% a 100%					De 226 a 300		

Fuente: Protocolo De Responsabilidad Social Uniapac

Elaborado por: Mauricio Mora

## CAPITULO V

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU C 24 FABRICACIÓN DE METALES COMUNES

#### 5.1.RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

##### 5.1.1. Ética y transparencia

Es necesario aprender a reconocer y tener cuidado de las necesidades trascendentales de las personas: el cuidado de su formación ética, desarrollar mecanismos de descubrimiento y poner en práctica principios y valores que estimulan nuestras empresas.<sup>32</sup>

Los datos de la investigación procesados, para el subsector CIU C 24 Fabricación de Metales Comunes, para la Línea Estratégica Ética y Transparencia, en primera instancia se analizan en función del puntaje obtenido en las respuestas de la investigación de campo, y expresan que el stakeholder “Accionistas e inversionistas” tienen 8,65/12 puntos; “Personas que integran la empresa” 12,70/16 puntos; “Proveedores” alcanza 8,45/12 puntos; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 9,65/12 puntos; “Gobierno” tiene 9,45/14 puntos; “Comunidad – Sociedad” con 7,30/14 puntos; “Competencia” tiene 7,90/10 puntos y finalmente “Generaciones futuras” con 7,35/10 puntos.

---

<sup>32</sup> UNIAPAC,(2009),**Declaración Mundial de la RSE**. <http://www.uniapacla.org/>

Cuando se relacionan los resultados obtenidos con el valor deseable para cada uno de los stakeholder investigados, se puede observar que la mayor brecha considerando la incidencia porcentual se presenta en “Comunidad – sociedad” con 47.86 por ciento y 6.70 puntos; “Gobierno” con 32.50 y 4.55 puntos ; “Proveedores” con 29.58 y 3.55 puntos; le sigue “Los accionistas e inversionistas” con 27.92 y 3.35 puntos de diferencia; “Generaciones futuras” con 26.50, que corresponden a 2.65 puntos de diferencia con el deseable; “Competencia” con 21.00 y 2.10 puntos; “Personas que integran la empresa” con 20.63 y 3.30 puntos y finalmente “Distribuidores, clientes y consumidores” con 19.58 por ciento y 2.35 puntos.

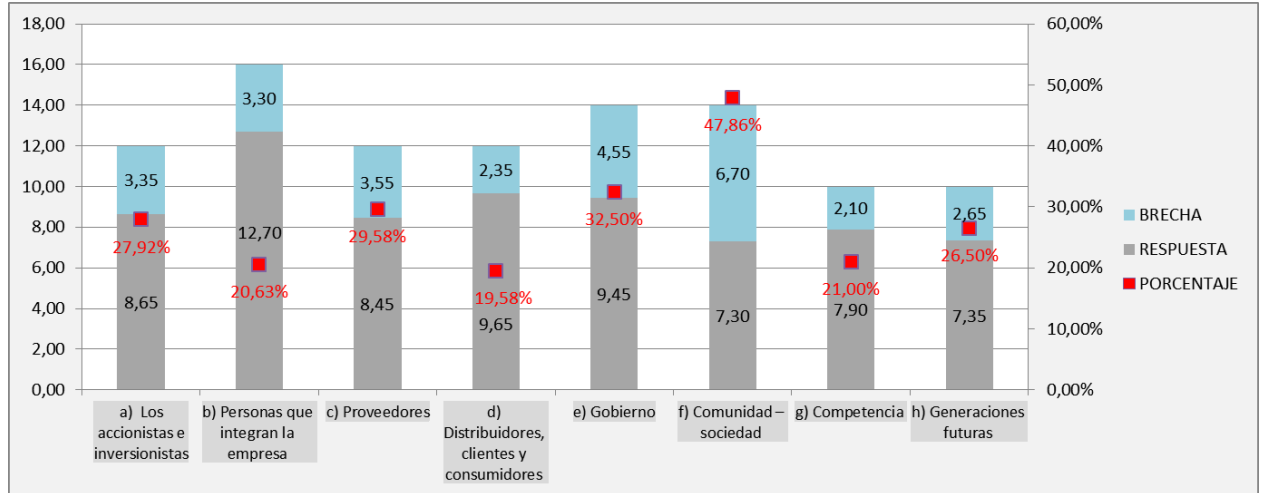
**Cuadro No. 25**  
**Resultados Línea Estratégica Ética y Transparencia**

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	8,65	12	3,35	27,92%
b) Personas que integran la empresa	12,70	16	3,30	20,63%
c) Proveedores	8,45	12	3,55	29,58%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,65	12	2,35	19,58%
e) Gobierno	9,45	14	4,55	32,50%
f) Comunidad – sociedad	7,30	14	6,70	47,86%
g) Competencia	7,90	10	2,10	21,00%
h) Generaciones futuras	7,35	10	2,65	26,50%

FUENTE: TRABAJO DE CAMPO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR: MAURICIO MORA

**Gráfico No. 4**  
**Resultados Línea Estratégica Ética y Transparencia**



**Fuente:** Trabajo de Proyecto de Investigación

**Elaborado por:** Mauricio Mora

### 5.1.2. Calidad de vida

Esta línea de acción apunta al cuidado de necesidades humanas que considera sentimientos, emociones, cultura, amor propio y el desarrollo personal. Por lo general encontramos mecanismos, servicios, programas y metodologías que apoyan el desarrollo (técnico) de personal, el factor humano de la empresa. Sin embargo estas nuevas prácticas son incompletas si éstas no enfocan el desarrollo de la persona en total. Tenemos que crear una cultura en la cual la persona es respetada y en la cual su desarrollo integral es promovido.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> UNIAPAC, (2009), **Declaración Mundial de la RSE**. <http://www.uniapacla.org/>

Los datos procesados de la investigación, para la Línea Calidad de vida, en primera instancia se analizan en función del puntaje obtenido en las respuestas de la investigación de campo, y expresan que el stakeholder “Accionistas e inversionistas” tiene 10,60/14 puntos; “Personas que integran la empresa” 13,35/16 puntos; “Proveedores” alcanza 8,60/12 puntos; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 14,05/16 puntos; le sigue “Gobierno” con 3,40/10 puntos; “Comunidad – Sociedad” con 4,25/10 puntos; “Competencia” tiene 5,80/10 puntos y finalmente “Generaciones futuras” con 8,75/12 puntos.

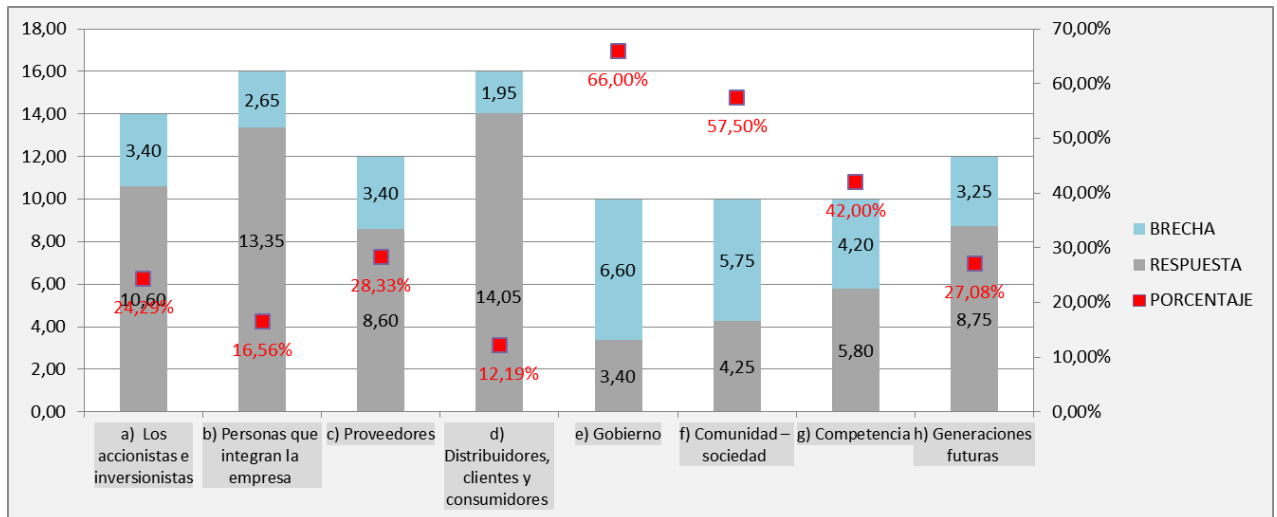
Cuando se relacionan los resultados obtenidos con el valor deseable para cada uno de los stakeholder investigados, se puede observar en el Cuadro No. 16 y Gráfico No. 4, que la mayor brecha considerando la incidencia porcentual se presenta en “Gobierno” con 66.00 por ciento y 6.60 puntos; después “Comunidad – sociedad” con 57.50 y 5.75 puntos; “Competencia” con 42.00 y 4.20 puntos; “Proveedores” con 28.33 y 3.40 puntos; le sigue “Generaciones futuras” con 27.08, que corresponden a 3.25 puntos de diferencia con el deseable; “Los accionistas e inversionistas” con 24.29 y 3.40 puntos de diferencia; “Personas que integran la empresa” con 16.56 y 2.65 puntos; y finalmente “Distribuidores, clientes y consumidores” con 12.19 por ciento y 1.95 puntos.

**Cuadro No. 26**  
**Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida**

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	10,60	14	3,40	24,29%
b) Personas que integran la empresa	13,35	16	2,65	16,56%
c) Proveedores	8,60	12	3,40	28,33%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	14,05	16	1,95	12,19%
e) Gobierno	3,40	10	6,60	66,00%
f) Comunidad – sociedad	4,25	10	5,75	57,50%
g) Competencia	5,80	10	4,20	42,00%
h) Generaciones futuras	8,75	12	3,25	27,08%

FUENTE: TRABAJO DE CAMPO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
ELABORADO POR: MAURICIO MORA

**Gráfico No. 5**  
**Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida**



**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

### 5.1.3. Generación y distribución de la riqueza

Nos referimos aquí a las necesidades materiales, la generación de riqueza y su distribución. La gran mayoría de los beneficios de las empresas es enfocada (concentrada) en la dimensión corporal. La salud, el alojamiento, la educación y la seguridad social deben ser tenidos en cuenta de un modo sistemático.<sup>34</sup>

Los datos procesados de la investigación, el subsector CIU C 24 Fabricación de Metales Comunes, para la Línea Generación y Distribución de la riqueza, en primera instancia se analizan en función del puntaje obtenido en las respuestas de la investigación de campo, y expresan que el stakeholder “Accionistas e inversionistas” tienen 8,85/12 puntos; “Personas que integran la empresa” 10,90/14 puntos; “Proveedores” alcanza 9,50/14 puntos; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 11,75/16 puntos; “Gobierno” tienen 7,45/10 puntos; “Comunidad – Sociedad” con 5,05/12 puntos; “Competencia” tiene 9,50/12 puntos y finalmente “Generaciones futuras” con 7,00/10 puntos.

Cuando se relacionan los resultados obtenidos con el valor deseable para cada uno de los stakeholder investigados, se puede observar en el Cuadro No. 17 y Gráfico No. 6, que la mayor brecha considerando la incidencia porcentual se presenta en “Comunidad – sociedad” con 57.92 por ciento y 6.95 puntos; después “Proveedores” con 32.14 y 4.50 puntos; “Generaciones futuras” con

---

<sup>34</sup> UNIAPAC,(2009),**Declaración Mundial de la RSE.** <http://www.uniapacla.org/>

30.00, que corresponden a 3.00 puntos de diferencia con el deseable; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 26.56 y 4.25 puntos; “Los accionistas e inversionistas” con 26.25 y 3.15 puntos de diferencia; “Gobierno” con 25.50 y 2.55 puntos; después “Personas que integran la empresa” con 22.14 y 3.10 puntos; y finalmente “Competencia” con 20.83 por ciento y 2.50 puntos.

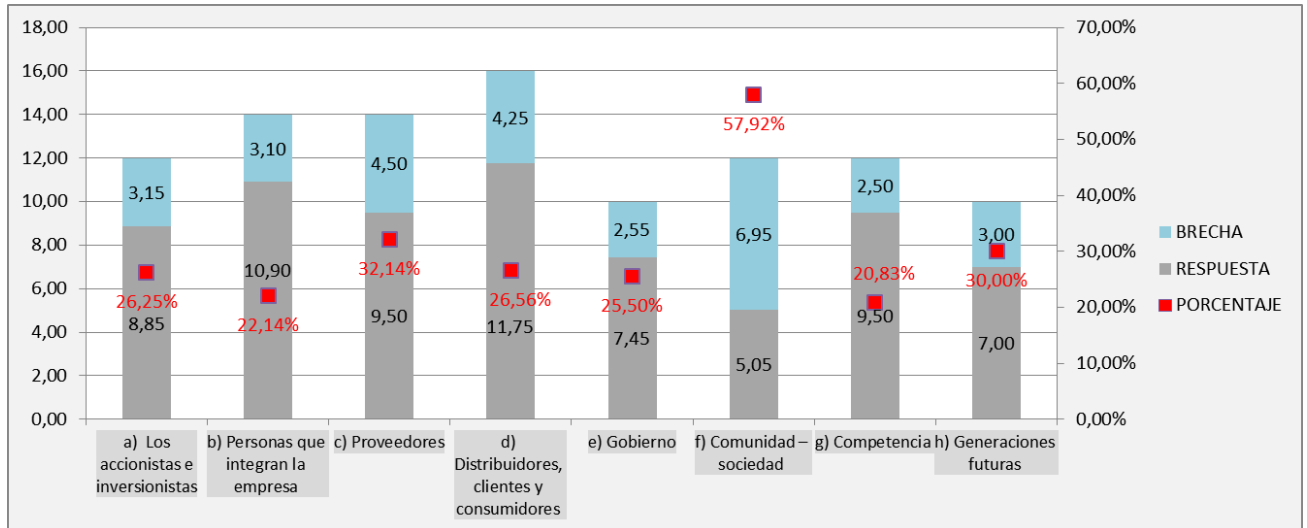
### Cuadro No. 27

#### Resultados Línea Estratégica Generación y Distribución de la Riqueza

STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	8,85	12	3,15	26,25%
b) Personas que integran la empresa	10,90	14	3,10	22,14%
c) Proveedores	9,50	14	4,50	32,14%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	11,75	16	4,25	26,56%
e) Gobierno	7,45	10	2,55	25,50%
f) Comunidad – sociedad	5,05	12	6,95	57,92%
g) Competencia	9,50	12	2,50	20,83%
h) Generaciones futuras	7,00	10	3,00	30,00%

FUENTE: TRABAJO DE CAMPO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR: MAURICIO MORA

**Gráfico No. 6****Resultados Línea Estratégica Generación y Distribución de la Riqueza**

**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

**Elaborado por:** Mauricio Mora

## 5.2. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

La semaforización toma de referencia la incidencia porcentual para cada stakeholder; los resultados ponen en evidencia que el stakeholder que se encuentran en el rango de riesgo respecto a los resultados obtenidos para el índice de sostenibilidad, es “Comunidad – sociedad” (46,11 por ciento). Después tenemos a “Gobierno” (59,71 por ciento), “Proveedores” (69,87 por ciento), “Generaciones futuras” (72,19 por ciento), “Competencia” (72,50 por ciento) y “Accionistas e inversionistas” (73,95 por ciento) en el rango de inestables. Y por ultimo tenemos a dos que se encuentran en la categoría de sólidos y son: “Personas que integran la empresa” (80,33 por ciento) y “Distribuidores, clientes y consumidores” con (80,57 por ciento).

**Cuadro No. 28**  
**Resultados Índice de Sostenibilidad**

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MÁXIMO PUNTOS	PORCENTAJE	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
							Riesgo 0 a 40%	Inestable 41 a 75%	Sólido 76 a 100%
a) Accionistas e inversionistas	8,65	10,60	8,85	28,10	38	73,95%		X	
b) Personas que integran la empresa	12,70	13,35	10,90	36,95	46	80,33%			X
c) Proveedores	8,45	8,60	9,50	26,55	38	69,87%		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,65	14,05	11,75	35,45	44	80,57%			X
e) Gobiernos	9,45	3,40	7,45	20,30	34	59,71%		X	
f) Comunidad - sociedad	7,30	4,25	5,05	16,60	36	46,11%	X		
g) Competencia	7,90	5,80	9,50	23,20	32	72,50%		X	
h) Generaciones futuras	7,35	8,75	7,00	23,10	32	72,19%		X	
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>71,45</b>	<b>68,80</b>	<b>70,00</b>	<b>210,25</b>			De 0 a 150 16,60	De 151 a 220 121,25	De 221 a 300 72,40

**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

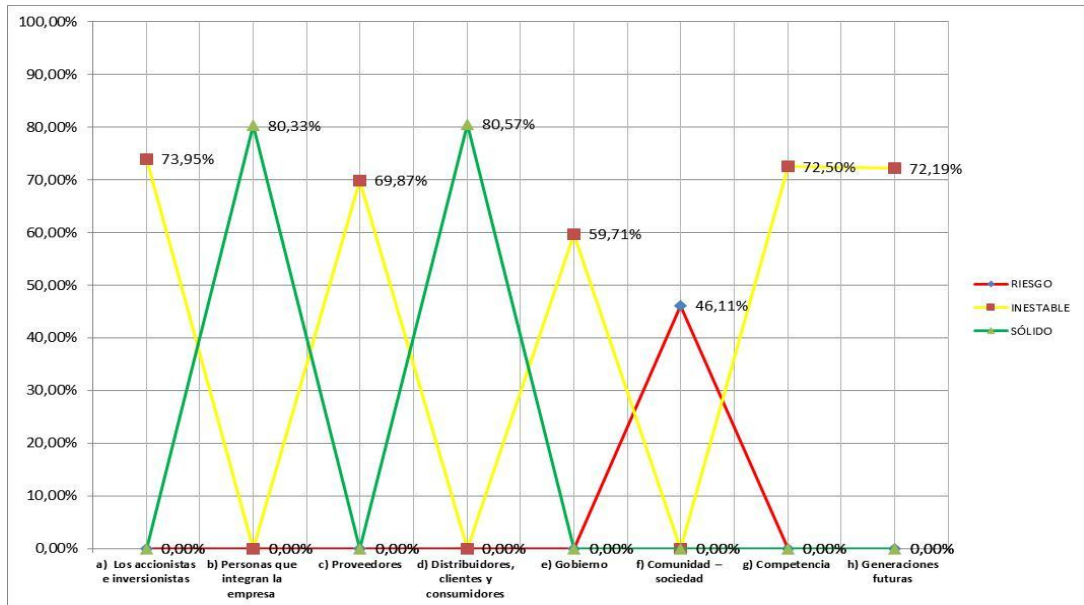
**Cuadro No. 29**  
**Índice de Sostenibilidad**

STAKEHOLDERS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD		
	RIESGO 0 a 20	INESTABLE 21 a 28	SÓLIDO 29 a 46
a) Los accionistas e inversionistas		73,95%	
b) Personas que integran la empresa			80,33%
c) Proveedores		69,87%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores			80,57%
e) Gobierno		59,71%	
f) Comunidad – sociedad	46,11%		
g) Competencia		72,50%	
h) Generaciones futuras		72,19%	
<b>TOTAL PUNTOS</b>	De 0 a 150 <b>16,60</b>	De 151 a 220 <b>121,25</b>	De 221 a 300 <b>72,40</b>

**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

Gráfico No. 7

## Índice de Sostenibilidad



**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

## 5.3. ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

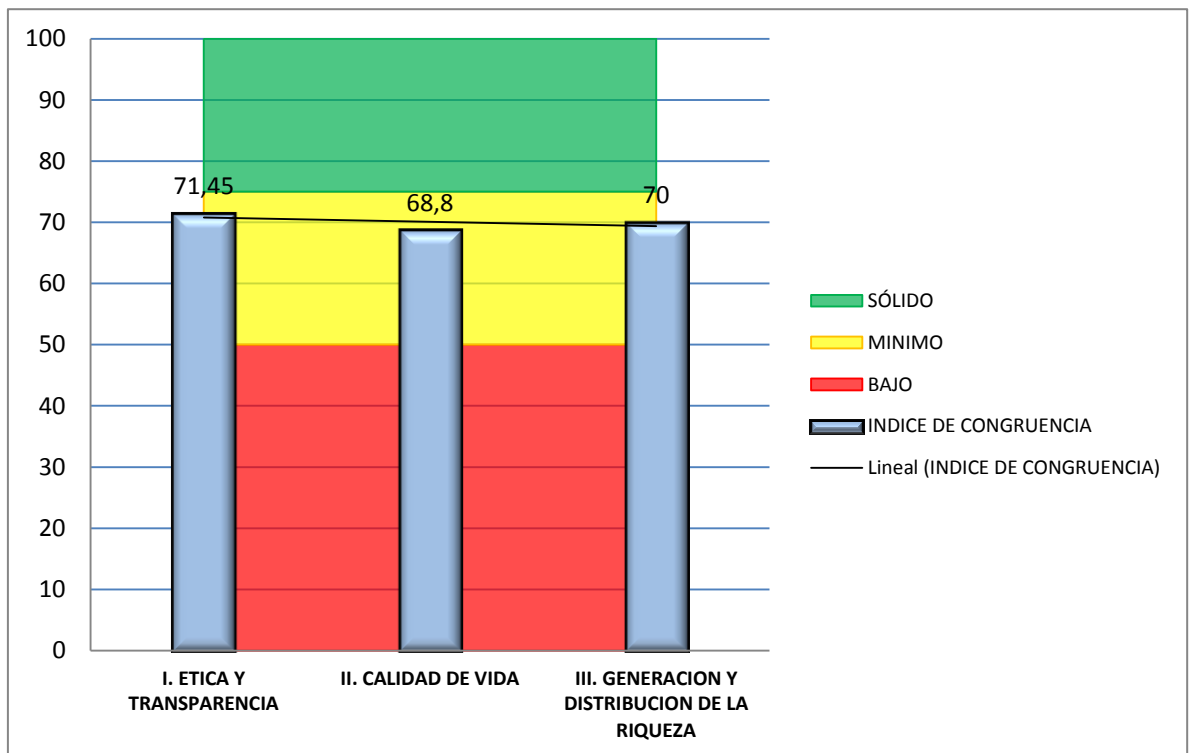
El índice de congruencia confirma que si bien los ejes estratégicos no se encuentran en la categoría baja, todos se ubican en la categoría “Mínimo” con los siguientes valores: II. Calidad de vida con 68.80 por ciento, III. Generación y distribución de la riqueza con 70.00 por ciento, y el valor mayor es para I. Ética y transparencia con 71.45 por ciento.

**Cuadro No. 30**  
**Resultados Índice de Congruencia**

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MÁXIMO PUNTOS	PORCENTAJE
	a) Accionistas e inversionistas	8,65	10,60	8,85	28,10	38
b) Personas que integran la empresa	12,70	13,35	10,90	36,95	46	80,33%
c) Proveedores	8,45	8,60	9,50	26,55	38	69,87%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,65	14,05	11,75	35,45	44	80,57%
e) Gobiernos	9,45	3,40	7,45	20,30	34	59,71%
f) Comunidad - sociedad	7,30	4,25	5,05	16,60	36	46,11%
g) Competencia	7,90	5,80	9,50	23,20	32	72,50%
h) Generaciones futuras	7,35	8,75	7,00	23,10	32	72,19%
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>71,45</b>	<b>68,80</b>	<b>70,00</b>	<b>210,25</b>		
<b>MAXIMO PUNTOS</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		<b>300</b>	
<b>PORCENTAJE</b>	<b>71,45%</b>	<b>68,80%</b>	<b>70,00%</b>			
<b>INDICE DE CONGRUENCIA</b>						
<b>Bajo</b> De 0 a 50				De 0 a 150 <b>0,00</b>		
<b>Mínimo</b> De 51 a 75	X	X	X	De 151 a 220 <b>210,25</b>		
<b>Sólido</b> De 76 a 100				De 221 a 300 <b>0,00</b>		

**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

**Gráfico No. 8**  
**Índice de Congruencia**



**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación  
**Elaborado por:** Mauricio Mora

#### 5.4. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

Los resultados obtenidos en la autoevaluación indican el grado de congruencia de la responsabilidad social en el subsector medido como la respuesta que el subsector da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona. Después de realizado el análisis de las líneas estratégicas de Ética y Transparencia, Calidad de Vida y Generación y Distribución de la Riqueza además de los índices de Sostenibilidad y de Congruencia podemos determinar que el grado de Sostenibilidad del subsector CIU C 24 Fabricación de Metales Comunes se ubica en el color amarillo.

**Cuadro No. 31****Grado de Solidez y Sostenibilidad de la Empresa**

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

**Fuente:** UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

**Elaborado por:** Mauricio Mora

Los resultados obtenidos en la autoevaluación indican el grado de congruencia de la responsabilidad social en el subsector medido como la respuesta que el subsector da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona. Después de realizado el análisis de las líneas estratégicas de Ética y Transparencia, Calidad de Vida y Generación y Distribución de la Riqueza además de los índices de Sostenibilidad y de Congruencia podemos determinar que el grado de Sostenibilidad del subsector CIU C 24 Fabricación de Metales.

Las empresas de este subsector, demuestran una gestión sólida y sostenible en el largo plazo con los stakeholders: “Distribuidores, clientes y consumidores” y “Personas que integran la empresa”. Con el resto de stakeholders, las empresas de este subsector han iniciado algunas acciones para contar con una gestión integralmente responsable, existiendo ciertas áreas con un nivel de riesgo importante.

El stakeholder que cuenta con los mejores resultados es el grupo de “Distribuidores, clientes y consumidores” que alcanza su mejor calificación en la línea estratégica Calidad de vida, seguido de Ética y Transparencia y finalmente Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que las empresas de este subsector se preocupan por las necesidades humanas de este stakeholder, poniendo un importante interés en brindar un buen trato y atención a sus clientes, principalmente movidos porque de ellos provienen sus ingresos.

El stakeholder que le sigue en resultados es el grupo de “Personas que integran la empresa”, que obtiene su mejor puntuación en la línea estratégica Calidad de vida, seguido de Ética y transparencia y finalmente Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que existe un importante compromiso por parte de las empresas para con sus empleados y se encuentran preocupados por generar buen un ambiente de trabajo donde sus empleados se puedan desenvolver de la mejor manera.

A continuación tenemos al grupo de “Los accionistas e inversionistas”, que obtiene su mejor puntuación en la línea estratégica Calidad de vida, seguida por Generación y distribución de la riqueza y finalmente Ética y transparencia, lo que permite concluir que existe un importante compromiso por parte de las empresas de este subsector para con sus accionistas manejando con transparencia la repartición de los ingresos de la compañía.

Después tenemos al grupo de “Competencia” manteniendo la mejor puntuación en la línea estratégica Generación y distribución de la riqueza, seguida por Ética y transparencia y finalmente Calidad de vida, con lo que se puede concluir que las empresa de este subsector este subsector no utilizan practicas desleales ni buscan monopolizar el mercado y mantienen una relación respetuosa entre ellas.

Les sigue el grupo de “Generaciones futuras”, con la mejor puntuación en la línea estratégica Calidad de vida, seguida por Ética y transparencia y Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que las empresas de este subsector están consientes de la conservación ambiental y están implementando practicas amigables con el medioambiente que tanto en el manejo de desechos como en la obtención de materiales para sus operaciones.

El siguiente stakeholder es “Proveedores”, que mantiene la mejor puntuación en la línea estratégica Generación y distribución de la riqueza, seguido por Calidad de vida y finalmente Ética y transparencia, lo que permite concluir que las empresas de este subsector están preocupadas de mantener una buena relación con sus proveedores que están ayudando a que estos se desarrollen y acompañen el crecimiento de las empresas.

A continuación tenemos a el stakeholder “Gobierno”, con una mejor puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguida por Generación y distribución de la riqueza y finalmente Calidad de vida, por lo que se pueda concluir que las empresas de

este subsector se están consientes de su compromiso fiscal y están dispuestas a acatar las normas impuestas por este stakeholder.

Y finalmente, el último stakeholder de este análisis con los más bajos resultados del subsector, es la “Comunidad-sociedad”, la cual mantiene la más alta puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguido por Calidad de vida y finalmente Generación y distribución de la riqueza, con lo que se puede concluir que las empresas del subsector no han puesto en este stakeholder la atención necesaria, actualmente se están realizando un cumplimiento mínimo y puede que se produzca un rechazo por parte de este stakeholder a la empresa. Las empresa de este subsector deben buscar la manera de integrarse mas a este grupo de interés y también hacer que este se involucre en la empresa, abriendo canales de comunicación y participación en las actividades de las empresas por parte de la comunidad y así mismo que la empresa fomente programas que le permitan estrechar los lazos con la comunidad donde están desempeñando su actividad.

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU C24: FABRICACIÓN DE METALES COMUNES**

#### **6.1.CONCLUSIONES**

##### **6.1.1. De la Validación de la Información**

La forma adecuada de realizar la validación de información es comparando si esta fue recopilada basándose en primera instancia en los parámetros establecidos en el tema de estudio, es decir que la información presentada sea veraz y confiable.

Hay que partir del hecho que la información presentada en el presente tema de investigación está basada en fuentes primarias y secundarias, es decir, libros, revistas, periódicos y demás fuentes válidas para el desarrollo, así como también el cuestionario aplicado a las PYMES del sub sector CIU C24 Fabricación de metales comunes a través de un trabajo de campo, es decir, que directamente con los propietarios o gerentes de las empresas. Los resultados mostrados son completamente fruto de un trabajo de investigación complementado con un trabajo práctico. De acuerdo a las

conclusiones que se presentan a continuación se demostrará la validación de la información presentada.

## **6.1.2. Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los grupos de interés**

### **6.1.2.1. Ética y transparencia**

En base a los resultados obtenidos con respecto a los grupos de interés de estudio, se puede decir que los puntajes alcanzados en su mayoría son aceptables ya que para llegar al puntaje ideal existe una brecha de 2.88 puntos, en este grupo se pueden mencionar a: los accionistas inversionistas, personas que integran la empresa, proveedores, distribuidores, clientes y consumidores, competencia y generaciones futuras, lo que quiere decir que son aquellas personas que si se manejan bajo lineamientos de ética y transparencia reflejando esto un aspecto positivo para todos los agentes directos e indirectos con respecto a las pequeñas y medianas empresas; no siendo este el caso de los grupos tales como: gobierno y comunidad – sociedad ya que en estos grupos se puede detectar que existe una diferencia de 4.55 y 6.70 respectivamente viéndose así una situación en la que no se practican valores de ética y transparencia ya que la diferencia se presenta para alcanzar el máximo puntaje si es representativa frente a los mencionados anteriormente. Esto quiere decir que hay que poner atención en estos dos grupos de interés haciendo prácticas o

programas en los que se haga conciencia de la situación actual y que se incentive a mejorar en lo que se está fallando.

#### **6.1.2.2. Calidad de vida**

Como conclusión general se puede observar que en los grupos que se debe poner mayor atención son en aquellos en los que su puntuación está valorada sobre 10 ya que la brecha existente para alcanzar un resultado más o menos razonable es de 5.52 puntos viéndose así que existen muchas falencias en los grupos tales como: Distribuidores, clientes y consumidores, gobierno y competencia ; se puede detectar el poco efecto que está teniendo la práctica de una responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas ya que si nos damos cuenta en los que se obtuvo menor puntuación son agentes externos de la empresa, es decir, que probablemente el mensaje no está siendo captado por dichos agentes o que en las empresas no se está realizando los esfuerzos necesarios para difundir la idea a todas las personas. Se puede vaticinar también que las empresas se están realizando este tipo de gestión con el afán de mejorar su imagen o con fines económicos más no con el propósito fundamental que es crear un desarrollo sostenible en el que las futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente sano.

### **6.1.2.3. Generación y distribución de la riqueza**

Como conclusión se puede decir que con respecto a la generación y distribución de riqueza existen falencias ya que en base a los resultados obtenidos se observa que existe un desequilibrio en lo referente a los agentes externos es así que se puede mencionar a: proveedores, distribuidores y comunidad ya que existe una brecha de 4.50, 4.25 y 6.95 respectivamente lo que refleja que en las pequeñas y medianas empresas todavía siguen poniendo atención en sus propios intereses y no en el bien común.

### **6.1.3. Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas**

Este índice sirve para establecer si las líneas estratégicas que se constituyeron que son: ética y transparencia, calidad de vida y distribución y generación de riqueza están congruentes de acuerdo a la investigación de campo realizada por lo que se concluye que si bien es cierto que en el Ecuador ya se habla de temas como responsabilidad social, desarrollo sostenible también es cierto que todavía este no tiene el efecto que se desea ya que como se puede evidenciar con respecto a las PYME's el índice de congruencia es mínimo en todas las líneas estratégicas sujetas de estudio, en conclusión y recopilando toda la información se puede decir que lo que hace falta es que todos conozcan de la importancia que esto implica para la sociedad y futuras generaciones, que se está realizando un

trabajo o que se pretende realizar un trabajo en beneficio de todos y no mirarlo desde el punto de vista personal ya sea refiriéndose a empresas, sociedad, gobierno entre otros.

#### **6.1.4. Propuesta de políticas de RSE**

Como consecuencia de la globalización y de los avances que se evidencia día a día, las empresas se ven en la necesidad de crear estrategias para mantenerse a la par con su competencia y sobrevivir ante los distintos cambios políticos y económicos, esta es una concepción que hasta hace poco se tomaba en cuenta pero en la actualidad se busca crear beneficios para la empresa sin dañar o afectar al medio y su entorno, este es un aspecto favorable en todos los sentidos puesto que de esta manera se asegura que las futuras generaciones puedan disfrutar de un medio ambiente sano. Es por esto que en la presente investigación se desarrollaron actividades basadas en los ejes e índices de la RSE direccionados a los grupos de interés, dichas actividades se constituye como una guía para todas las PYME's que tengan la iniciativa de implementar una gestión de RSE. Se concluye entonces que es fundamental que todas las empresas practiquen este tipo de gestión administrativa sin distinción de tamaño o capacidad de generación de utilidades puesto que cada una de ellas pertenece a distintos sectores económicos que ayudan al desarrollo económico del país y como tiene un cierto grado de afectación al ambiente.

## **6.2.RECOMENDACIONES**

### **6.2.1. De la Validación de Información**

Como recomendación general para la validación de información se establece que para realizar un tema de investigación desde un inicio se realice un diseño de estudio es decir lineamientos que permita un desarrollo adecuado de la información que se va a presentar y que los datos sujetos de estudio sirvan como una herramienta que permita identificar cuál es la situación que se está estudiando y en base a esto se puedan establecer soluciones o mejoras.

### **6.2.2. Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los grupos de interés**

#### **6.2.2.1.Ética y transparencia**

En base al estudio realizado se recomienda que se realicen programas internos en las PYMES a fin de que todos los grupos de interés conozcan del tema de responsabilidad social y comprendan la importancia que esta tiene para el ambiente y la sociedad, si bien es cierto que en la mayoría de los grupos de interés se obtuvieron una calificación aceptable también es cierto que esto no es suficiente para alcanzar un desarrollo sostenible; el objetivo del

incentivar y crear programas de capacitación internos en las pequeñas y medianas empresas es que una vez se practique esto de manera interna se pueda proyectar hacia los agentes externos y lograr un equilibrio en las funciones tanto de la empresa como de la sociedad.

#### **6.2.2.2. Calidad de vida**

De acuerdo al análisis y la conclusión obtenida en base al aspecto de Calidad de vida se recomienda a las empresas evaluar a conciencia la gestión empresarial que están practicando y verificar si los resultados obtenidos son coherentes con los propósitos iniciales. Se recomienda hacer un estudio meticuloso de las acciones y actividades que se esté realizando ya que se puede estar cayendo en una falsa intención de cambio y tener equivocaciones o un mal enfoque de lo que significa responsabilidad social. Todo tipo de acciones deben ser tomadas como un estilo de vida, es decir, deben estar proyectadas a largo plazo con el fin de poder obtener resultados benéficos para todas las partes involucradas. Crear conciencia en las personas más que un plan empresarial es la clave del éxito.

### **6.2.2.3. Generación y distribución de la riqueza**

Tomando en cuenta que la generación y distribución de riqueza se refiere a ser recíprocos con respecto a los beneficios obtenidos por las empresas para con los distintos agentes participantes de la actividad económica en la que se desenvuelve la empresa; hay que recordar que una actividad económica no solo es hacer llegar un producto al consumidor final sino que esta desencadena varias actividades anexas a esta por lo que la distribución de riqueza debe estar contemplada bajo este parámetro, es decir, un trato justo para con todos los grupos de interés de tal manera que se obtenga un equilibrio en este sentido. Es por esto que se recomienda a las PYMEs realizar mecanismos y documentos de negociación en los que se tome en cuenta un trato justo en todos los aspectos tomando en cuenta a los, distribuidores, clientes y consumidores, proveedores y comunidad especialmente, sin dejar de lado todos los grupos de interés relacionados en tema de estudio.

### **6.2.3. Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas**

Se recomienda que una vez tomada la decisión de implementar esta gestión RSE en las pequeñas y medianas empresas se realicen estudios previos a su implementación o también las conocidas pruebas iniciales de tal manera que se identifiquen los principales problemas o dificultades

presentes en las empresas con el objetivo que una vez ya se inicie con el plan o nueva gestión se tome en cuenta estos aspectos y no desperdiciar tiempo y recursos en temas que no sean de mucha importancia más bien poner toda la atención en lograr el éxito para la empresa.

#### **6.2.4. Propuesta de políticas de RSE**

La aplicación de políticas y prácticas de RSE si bien es cierto que en la actualidad es una opción muy loable que poseen las empresas es importante siempre proyectarse a futuro, es decir, que más adelante esta ya no va a ser un opción sino más bien una obligación que probablemente se vuelva costosa debido a la alta demanda que exista, hay que tomar en cuenta que para cualquier tipo de cambio se requiere recursos que permitan una adecuada implementación y al hablar de RSE no es una excepción; se debe planificar de tal modo que en un mediano o largo plazo se puedan obtener beneficios para la empresa, es por esta razón que se recomienda a las PYMEs del subsector CIIU C 24 Fabricación de metales comunes que tomen como una guía el presente estudio realizado basándose en las necesidades y realidad de la situación que se vive en el país.

**Cuadro No 32: Recomendaciones Línea Estratégica I,II y III: Ética y Transparencia, Calidad de Vida y Generación y Distribución de la Riqueza**

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Situaciones comunes todos los stakeholders	1	La informalidad con la que los accionistas manejan temas relacionados con el Código de Conducta, Declaración de principios y valores, Balance Social y Políticas de Gobierno Corporativo	Las empresas no cuentan con un Código de Conducta, Declaración de principios y valores, Balance Social y Políticas de Gobierno Corporativo formales y documentados para compartirlos con los Accionistas	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Sin importar el tamaño de la empresa, es importante que esta cuente con un Código de Conducta, Declaración de principios y valores, y Políticas de Gobierno Corporativo claramente definidos y documentados, elaborados con la participación de los Accionistas</li> <li>✚ Se debe elaborar cada cierto periodo, mínimo anual, un Balance Social o un Informe de Responsabilidad Social para el conocimiento de los Accionistas</li> </ul>	<p>(C) Al llevar por escrito los acuerdos definidos para manejar un Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores y las Políticas de Gobierno Corporativo, existe una guía que permite normar la actuación de los accionistas en la toma de decisiones de la empresa</p> <p>(L) La Ordenanza Municipal N°333, define que para que una empresa pueda optar por una candidatura al reconocimiento de las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social, debe presentar un Informe de Responsabilidad Social o Balance Social del último año.</p> <p>(C) La elaboración de un Balance Social documentado cada período no solo permite medir la gestión del periodo respectivo sino que también realizar comparaciones entre periodos y conocer la evolución de la empresa.</p>

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Gobiernos	2	Escasa participación en los diversos programas organizados por el gobierno tanto a nivel Nacional como local	Reducida competencia Conflictos para poder captar financiamiento en relación a nuevos inversionistas Mala imagen	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer acerca de los diversos programas que se encuentra promoviendo el gobierno.</li> <li>• Participar activamente en los diferentes programas que se encuentra desarrollando el gobierno.</li> <li>• Recolectar la información suficiente y competente que guíen la gestión tanto social, económica así como la preservación ambiental.</li> </ul>	<p>(L) Agenda ambiental del Distrito Metropolitano de Quito para los años 2011 al 2016.- Como un instrumento de planificación con la finalidad de mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de la ciudad de Quito, como un aporte al Plan Nacional del Buen Vivir.</p> <p>(C) Al estar las diversas organizaciones en una constante participación les permitirá estar al tanto de las leyes, productos y servicios sobre la responsabilidad social que tiene cada una.</p>

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Competencia	3	No cuentan con una orientación enfocada a la satisfacción de sus clientes	No tienen conocimiento previo de las ventajas competitivas que pueden tener en el mercado lo que ocasiona una baja negociación con los clientes.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Registrar a las diferentes empresas a las diversas organizaciones como pueden ser: Cámara de Comercio, de la Industria y Productividad, entre otras</li> <li>✚ Participación constante de los empresas</li> <li>✚ Conocer los beneficios que se obtienen al involucrarse con estas asociaciones.</li> </ul>	<p>(L) Registro de las empresas según la Ley de Cámaras de Comercio según su actividad comercial.</p> <p>(C) A través de la participación activa en las cámaras y asociaciones las empresas pueden estar con ventajas y a su vez obtener beneficios tanto en lo económico, tecnológico como social ya que podrán impartir su servicio de mejor manera.</p>

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Generaciones Futuras	4	Existe un desconocimiento de las leyes ambientales por parte de muchas empresas que ignoran la preservación del medio ambiente	Con un tratamiento inadecuado de los desechos que saca cada empresa provocan daños ambientales irreparables que a la larga ocasionan la muerte de seres vivos.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Ampliar la misión y visión de las empresas incluyendo responsabilidad social y ambiental.</li> <li>⊕ Estar al tanto de las nuevas leyes y reglamentos que se dan en función de la preservación medioambiental</li> <li>⊕ Diseñar estrategias de preservación y conservación del medio ambiente</li> <li>⊕ Desarrollar programas y proyectos con la comunidad enfocados a cuidar la naturaleza</li> <li>⊕ Mantener acciones y a su vez una constante revisión de todo lo que se desarrolle para poder hacer los cambios respectivos en caso de ser necesario</li> </ul>	<p>(L) Ordenanza Sustitutiva del Título V “Del Medio Ambiente”, Libro Segundo del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito Capítulo VII Para la preservación de las cuencas Hidrográficas.</p> <p>La Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre Contiene 107 artículos y constituye la base normativa sobre la administración, el manejo, el aprovechamiento y la conservación de los recursos forestales del Ecuador.</p>
				La empresas pierden su imagen ante la sociedad				

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Accionistas e Inversionistas	1	No existe una buena estructura Organizacional	<p>Falta de confianza por parte de los inversionistas porque no les aseguran su inversión</p> <p>No se puede negociar con los proveedores</p> <p>Las empresas no cuentan con profesionales que les ayuden a mejorar sus condiciones</p> <p>Los bancos no les pueden otorgar préstamos por su bajo nivel de confianza en los pagos.</p> <p>Los balances financieros no tienen un respaldo verídico de las transacciones efectuadas por las empresas.</p>	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Diseñar un Manual de Control Interno, que ayude a los empleados a tener lineamientos que seguir para que se puedan desenvolver de la mejor manera.</li> <li>⊕ Diseñar una mejor estructura organizacional que permita conocer la jerarquización para poder trabajar acorde a las necesidades y expectativas tanto de los miembros de la empresa así como de sus accionistas.</li> <li>⊕ Desarrollar informes mensuales de todas las actividades que se llevan a cabo para poder detectar a tiempo falencias e incumplimientos y poder dar una solución a tiempo.</li> </ul>	(C) Al contar con una buena práctica y con una buen estructura organizacional e las empresas se puede garantizar una adecuada utilización de los recursos tanto económicos, humanos, financieros para poder cumplir con los objetivos planteados y de esta forma se puede llegar a desarrollar una estructura sólida que se ubique en el mercado para poder desarrollar y cumplir con las expectativas de sus clientes.

	N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA Personas que integran la empresa	2	Las empresas no cuentan con procedimientos tanto para su salud como para su seguridad, lo que no les proporciona una seguridad.	Existen riesgos en los lugares de trabajo y riesgo de sufrir ciertas enfermedades. Los empleados se sienten inconformes lo que provoca inasistencias e inestabilidad por la falta de seguridad. Se pierde rentabilidad y la productividad es reducida. Existen sanciones que perjudican el rendimiento tanto de los empleados como sus accionistas, además de la evasión de impuestos.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Establecer normas de seguridad y salud.</li> <li>⊕ Capacitación constante en temas que se relacionan con la salud y seguridad de todos quienes conforman una organización</li> <li>⊕ Fijar políticas de seguridad internamente, para evitar daños tanto humanos como materiales</li> <li>⊕ Contar con programas de seguridad para prevenir accidentes</li> <li>⊕ Contar con un cronograma el mismo que nos permitirá conocer cómo se están desarrollando este tipo de programas</li> </ul>	<p>(L) Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo</p> <p>(L) Decisión 584, “Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo” En su Capítulo II,</p> <p>Política de Prevención de Riesgos Laborales, Artículo 4, manifiesta:</p> <p>“que los Países Miembros deberán propiciar el mejoramiento de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, a fin de prevenir daños en la integridad física y mental de los trabajadores<sup>35</sup></p> <p>(L) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social “Seguro General de Riesgos de Trabajo” Decreto Ejecutivo 2393 Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo.</p>

<sup>35</sup> <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/172/5/94415%20%28Cap.2%29.pdf>

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Gobierno- Comunidad- Sociedad	3	No hay incentivos para los grupos tanto en lo político, social y como gremio ocasionando desmotivación entre quienes integran las empresas	No existe comunicación con todos los que conforman la empresa, escasa confianza.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Establecer programas de comunicación tanto de forma interna como externa en el cual se indique la importancia del dialogo como fuente principal de cambio y de mejora de las falencias que pueden existir en dichas organizaciones.</li> </ul>	(L) Según la Constitución del Ecuador, Capitulo Noveno Responsabilidades Art. 83 Numeral 17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país de manera honesta y transparente. <sup>36</sup>
				Surgen muchas desigualdades provocando conflictos entre los integrantes de las empresas.				

<sup>36</sup> <http://www.ecuanex.net.ec/constitucion/indice.html>

		N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Competencia	4	Pocos medios de diálogo del sector para promover un desarrollo claro y honesto.	Disminución de la competitividad, bajo poder de negociación con los clientes externos como son proveedores y distribuidores, lo que provoca mala imagen y poca seriedad.		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Dar a conocer experiencias que se hayan producido en ventas, producción que ayude a aplicarlas en el sector para poder mejorarlo.</li> <li>⊕ Efectuar diversas acciones que ayuden a cumplir con los objetivos de la comunidad</li> </ul>	C) Mediante el dialogo tratar de establecer políticas que ayuden a mantener y fortalecer al sector poder hacer frente a los proveedores, distribuidores y con los clientes.

	N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA Personas que Integran la empresa	1	Pocos mecanismos que ayuden a mantener una relación familiar-laboral para todos los miembros de las empresas	<p>Conflictos entre los que conforman la empresa.</p> <p>Poca concentración en la realización de las labores de la empresa.</p> <p>Bajo rendimiento en los puestos de empleo, abuso.</p> <p>Baja producción</p>	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dar la apertura para poder conocer y dialogar y ver la posibilidad de ayudar a las personas que se encuentran en este tipo de problemas.</li> <li>➤ Desarrollar políticas que ayuden a los empleados en caso de tener algún inconveniente familiar y necesiten de ayuda psicológica.</li> </ul>	(L) Convenio 156 de la OIT sobre trabajadores con responsabilidades familiares (1981). <sup>37</sup>

<sup>37</sup> Convenio 156 de la OIT, sobre la igualdad de oportunidades y de trato entre trabajadores y trabajadoras con responsabilidades familiares

	N°	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C)/ LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Comunidad- Sociedad	2	Empresas no hacen partícipes a los miembros de la sociedad en sus programas	La imagen de las empresas es muy reducida. Los clientes prefieren consumir en donde se les trate bien lo que produce una reducción en las ventas y baja rentabilidad para las organizaciones.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar encuestas a la comunidad para poder conocer sus gustos y preferencias.</li> <li>➤ Vincular a la comunidad en determinadas actividades con las empresas para mejorar su relación.</li> <li>➤ Medir el impacto de participación comunidad-sociedad.</li> </ul> <p>(L) Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social Art. 11 Del Balance Social, literal d) Comunidad. Constitución de la República del Ecuador<sup>38</sup> (C) Los programas de desarrollo admiten que la comunidad experimente un progreso económico, social y cultural de las actividades realizadas por la empresa.</p>

<sup>38</sup> Capítulo Noveno. Responsabilidades. Art. 83. Numeral 17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

**BIBLIOGRAFÍA**

A ARGANDOÑA, R ISEA, (2011), *ISO 26000 una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. IESE. p 8.

A ROJO RAMÍREZ, (2007). *Valoración de empresas y gestión basada en valores*. Madrid: Paraninfo. p. 7

F. NAVARRO GARCÍA, (2012), *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. España: ESIC. p. 53

M GROOVER. (1997). *Fundamentos de Manufactura Moderna: Materiales, Procesos y Sistemas*. México: Prentice Hall. p. 3.

MINISTERIO DE CULTURA. (2003). *Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. p.119

R FERNÁNDEZ GAGO, (2005), *Administración de la responsabilidad social corporativa*. España: Thompson Editores Spain Paraninfo S.A. Pág. 5.

R FERNÁNDEZ, (2009), *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Club Universitario. p. 89

## **PAPERS**

Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

Tomado del Proyecto de Investigación “Diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”

Constitución de la República del Ecuador. Artículo 14, 15 y 71

Constitución de la República del Ecuador. Artículo 83

Conquito, Comunicación y Relaciones Públicas, Verónica Moncayo, Lourdes Silva

**INTERNET**

Cámara de Minería del Ecuador.

[http://www.cme.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11&Itemid=36&lang=es](http://www.cme.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=36&lang=es). Crónica Minera.

CERES. <http://www.redceres.org/>.

CIES. [http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII\\_Edic\\_47.pdf](http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII_Edic_47.pdf) Elkington, John (2004). The Tripple Bottom Line: Does it all add up? Editado por Adrian Henriques y Julie Richardson. Earthscan. Cap. 1 “Enter the Tripple Bottom Line” pg. 7,8.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIU. (2005). [http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm\\_4rev3\\_1s.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev3_1s.pdf). Fabricación de Metales Comunes. p. 105

FLACSO – MIPRO. (2011)  
<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f5co3prj4zdbyuhwkxxrbgomoeg54h.pdf>. Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES.

Instituto de ética y calidad en el Agro.

<http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>

Ministerio de Industria y Productividad. (2013). <http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais/>. Sector manufacturero industrial aporta al crecimiento económico del país.

United Nations. Global Compact. (2013). <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>. Información general sobre el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

## ANEXOS

## Anexo N° 1: Población del Sub Sector C24 Fabricación de Metales Comunes

C24		FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.						
1	49368	1791304667001	ACEROS BOEHLER ANÓNIMA	65694,4	MEDIANA	INDUSTRIAS MAN	C2410.11	C
2	153641	1791989937001	ACEROS Y MATER RESPONSABILIDA	151517	MEDIANA	INDUSTRIAS MAN	C2410.11	C
3	155650	1792034604001	ACEROS Y AFINES ANÓNIMA	139300	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.16	C
4	13074	1790281108001	SERVIEQUIPOS CI. RESPONSABILIDA	4000	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.16	C
5	88792	1791712145001	LEONCABLES CIA. RESPONSABILIDA	200000	MEDIANA	INDUSTRIAS MAN	C2410.22	C
6	53590	1791320212001	TREFILADOS DEL RESPONSABILIDA	45800	MEDIANA	INDUSTRIAS MAN	C2410.23	C
7	158414	1792097215001	PROCESADORA D ANÓNIMA	60000	MEDIANA	INDUSTRIAS MAN	C2410.25	C
8	87941	1791434595001	INDUSTRIAS MET. RESPONSABILIDA	56830	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.25	C
9	6376	0190150623001	INDUSTRIAS DE TI ANÓNIMA	30000	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.29	C
10	46809	1791072979001	ALFAMETAL C.A. ANÓNIMA	10000	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.29	C
11	94732	1791881222001	METALQUALITY E ANÓNIMA	42000	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2410.29	C
12	88442	1791715241001	FUNDICIONES FIC RESPONSABILIDA	400	PEQUEÑA	INDUSTRIAS MAN	C2420.23	C
<b>REGISTRO PROYECTOS</b>								
13		1792115442001	FERROMETALES ZALDUMBIDE		PEQUEÑA		C2410.0.00	
14		1790090302001	METALTRONIC		MEDIANA		C2410.0.00	
15		1792095883001	FORJAHIERRO		PEQUEÑA		C2410.0.00	
16		1791714997001	FUNDIPARTES		PEQUEÑA		C2410.0.00	
17		1792180678110	STEELINC INNOVACION EN ACERO		PEQUEÑA		C2410.0.00	
18		1791144619001	AUTOPARTES ANDINAS AUTODIN		MEDIANA		C2430.1.00	
19		1791947959001	METALOOP		PEQUEÑA		C2410.0.00	
20		1790497445001	METALICAS NACIONAL		PEQUEÑA		C2410.0.00	
21		1792112273001	OXIDALUMIN IN VIDRIO		PEQUEÑA		C2420.0.00	
22		1790609936001	SOCIEDAD ANOMINA METALMECANICA		MEDIANA		C2430.1.00	
23		1791403703001	OSPINING S.A		MEDIANA		C2430.1.00	
24		(0)991396209001	CONSORCIO GRATOL		PEQUEÑA		C2410.0.00	
<b>FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS</b>								
N			24				23,0496	
z			1,96				1,1904	
p			0,5	n=	19,3629032		20 ENCUESTAS EFECTIVAS	
e			0,10					
N = TOTAL DE POBLACION								
z = PROBABILIDADES DE AREA PARA LA DISTRIBUCION NORMAL ESTANDAR								
p = PROPORCION								
e = ERROR								

**Anexo N° 2:** Encuesta del Proyecto de Investigación: “Diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”

**3. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

4. **INFORMACIÓN GENERAL**
5. Nombre \_\_\_\_\_ o razón social \_\_\_\_\_ de la empresa \_\_\_\_\_
6. RUC \_\_\_\_\_ / Cédula \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_
7. Dirección: Calle principal \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_
8. Intersección \_\_\_\_\_ Barrio \_\_\_\_\_
9. Nombre del Gerente General \_\_\_\_\_ / Entrevistado \_\_\_\_\_
10. Teléfonos \_\_\_\_\_ empresa \_\_\_\_\_  
Celular \_\_\_\_\_
11. Correo electrónico: \_\_\_\_\_ Empresa \_\_\_\_\_ Código CIUU \_\_\_\_\_

<b>ÉTICA Y TRANSPARENCIA</b>		NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
<b>Vigencia de Valores</b>				
<b>a) Los accionistas e inversionistas</b>				
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 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 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?			
<b>b) Personas que integran la empresa</b>				
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?			
<b>c) Proveedores</b>				
15	¿En el código de conducta se incorpora un tema 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?			
	<b>d) Distribuidores, clientes y consumidores</b>			
21	¿En el código de conducta se incorpora un tema 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?			
	<b>e) Gobierno</b>			
27	¿En el código de conducta se incorpora un tema relacionado con este grupo?			
28	¿Se acatan leyes, reglamentos, códigos y/o normas a las que está sujeta la empresa?			
29	¿Aún 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?			
	<b>f) Comunidad – sociedad</b>			
34	¿En el código de conducta se incorpora un tema 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?			
	<b>g) Competencia</b>			
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?			
	<b>h) Generaciones futuras</b>			
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?			

<b>II CALIDAD DE VIDA NECESIDADES HUMANAS</b>		<b>NO 0</b>	<b>PARCIALMENTE 1</b>	<b>SI 2</b>
	<b>a) Los accionistas e inversionistas</b>			
1	¿Cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a 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	¿Cuentan con una estrategia de vinculación entre los Accionistas e inversionistas y los grupos relacionados de la empresa?			
4	¿Ha establecido un diálogo con Accionistas e inversionistas para involucrarlos 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	¿Evalúan 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?			
	<b>b) Personas que integran la empresa</b>			
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	¿Promueven 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	¿Cuentan con esquemas que promuevan la participación de sus empleados en la gestión de la empresa, y reconoce las iniciativas de los colaboradores?			
15	¿Realizan evaluaciones de ambiente laboral y establece acciones de mejora con base en los resultados?			
	<b>c) Proveedores</b>			
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?			
	<b>d) Distribuidores, clientes y consumidores</b>			
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?			
	<b>e) Gobierno</b>			
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?			
	<b>f) Comunidad – sociedad</b>			
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?			
	<b>g) Competencia</b>			
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?			
	<b>h) Generaciones futuras</b>			
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?			

<b>III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES MATERIALES</b>		<b>NO 0</b>	<b>PARCIALMEN TE 1</b>	<b>SI 2</b>
<b>a) Los accionistas e inversionistas</b>				
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 accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores?			
<b>b) Personas que integran la empresa</b>				
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-vida 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?			
<b>c) Proveedores</b>				
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?			
<b>d) Distribuidores, clientes y consumidores</b>				
21	¿Cuenta 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	¿Aplica una política de precios justos?			
24	¿Implementa planes de venta transparentes y veraces 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?			
<b>e) Gobiernos</b>				
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	¿Aplica y documenta 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?			
<b>f) Comunidad - sociedad</b>				
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	¿Cuenta 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?			
<b>g) Competencia</b>				
40	¿Cuenta 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	¿Aplica una política de competencia justa?			
44	¿Rechaza los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector?			
45	¿Existe un mecanismo que le permitan conocer como lo evalúa su competencia?			
<b>h) Generaciones Futuras</b>				
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	¿Cuenta con un programa de inversión para reciclaje?			
49	¿Cuenta con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad?			
50	¿Cuenta con informes específicos del impacto ambiental de su actividad?			