

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

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

SUBSECTOR CIU C20: FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y
PRODUCTOS QUÍMICOS

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA COMERCIAL

GABRIELA ESTEFANÍA PARRA JARAMILLO

QUITO, SEPTIEMBRE 2013

DIRECTORA:

Ximena Villamar E., Mgtr

INFORMANTES:

Genoveva Zamora M., MBA

Pablo López, MBA

DEDICATORIA

A mis padres,

Quienes han sido el pilar de mi vida, apoyándome y colaborando siempre en mi formación como ser humano y como profesional; representando un ejemplo de trabajo y dedicación; a ellos les dedico todo el esfuerzo y trabajo realizado para la culminación de esta tesis.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis padres, por haberme inculcado con su ejemplo valores como la constancia, la responsabilidad y la dedicación; y por haberme apoyado durante toda mi carrera universitaria.

Agradezco también a mi Directora de tesis y a mis Informantes, por todo el apoyo brindado y por haber sido una constante guía que permitió que esta tesis se elabore.

De igual manera, agradezco a mis profesores, los cuales durante toda mi carrera universitaria, compartieron conmigo valiosos conocimientos que hoy en día valoro en mi desempeño laboral.

ÍNDICE

CAPITULO I

ANTECEDENTES, 4

- 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, 4
- 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, 6
- 1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN, 6
 - 1.3.1. General, 6
 - 1.3.2. Específicos, 7
- 1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN, 8
 - 1.4.1. Teórica, 8
 - 1.4.2. Práctica, 14

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, 16

- 2.1. CONCEPTOS Y TENDENCIAS, 16
 - 2.1.1. Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible, 21
 - 2.1.2. Responsabilidad de la empresa ante la sociedad, 24
- 2.2. LA RSE UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS, 27
 - 2.2.1. Grupos de Interés, 27
 - 2.2.2. La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE, 34
- 2.3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE, 38
 - 2.3.1. Normativa internacional, 38
 - 2.3.2. Memorias de Sostenibilidad, 57

CAPÍTULO III

TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 63

- 3.1. MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMO 5 AÑOS, 63
 - 3.1.1. Definición de la Industria Manufacturera, 63
 - 3.1.2. Comportamiento de la Industria Manufacturera, 65
- 3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, 73
 - 3.2.1. Reseña Histórica, 73

- 3.3. SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS., 76
- 3.4. APORTES A LA ECONOMÍA DE PARTE DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 85
 - 3.4.1. Aporte al PIB, 85
 - 3.4.2. Generación de valor agregado, 88
 - 3.4.3. Exportaciones, 91
 - 3.4.4. Importaciones, 95
 - 3.4.5. Consumo, 101
 - 3.4.6. Empleo, 105
- 3.5. INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 109
 - 3.5.1. Índice de Liquidez Corriente, 109
 - 3.5.2. Prueba Ácida, 111
 - 3.5.3. Índice de endeudamiento del Activo, 112
 - 3.5.4. Índice de Endeudamiento Patrimonial, 113
 - 3.5.5. Apalancamiento Financiero, 114
 - 3.5.6. Rotación del Activo Fijo, 116
 - 3.5.7. Rentabilidad Neta del Activo, 117
 - 3.5.8. Rentabilidad Operacional del Patrimonio, 118
 - 3.5.9. Rentabilidad Financiera, 120
- 3.6. PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMEs., 121

CAPITULO IV

ASPECTOS METODOLÓGICOS, 127

- 4.1. METODOLOGÍA APLICADA, 127
 - 4.1.1. Técnicas de recolección de información, 130
 - 4.1.2. Población y Muestra, 131
 - 4.1.3. Trabajo de Campo, 134
 - 4.1.4. Tabulación de datos, 136
 - 4.1.5. Metodología UNIAPAC para las PYMEs, 137

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DEL SUBSECTOR CIU C20: FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 141

- 5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 141
 - 5.1.1. Ética y transparencia, 141
 - 5.1.2. Calidad de vida, 145
 - 5.1.3. Generación y distribución de la riqueza, 148

5.2. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, 152

5.3. ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 155

5.4. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL, 158

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU C20: FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 163

6.1. DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN, 163

6.2. DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, 166

6.2.1. Ética y Transparencia, 168

6.2.2. Calidad de Vida, 180

6.2.3. Generación y Distribución de la Riqueza, 192

6.3. DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 205

6.4. PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE, 207

BIBLIOGRAFÍA, x

ANEXOS, xii

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Producto Interno Bruto por Industria, miles de dólares de 2007, 86

Cuadro No. 2 Producto Interno Bruto por Industria, estructura porcentual precios de 2007, 86

Cuadro No. 3 Producto Interno Bruto por Industria, tasas de variación a precios de 2007, 87

Cuadro No. 4 Valor agregado a Precios del Productor por Subdivisiones Año 2009, 89

Cuadro No. 5 Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y Tramos de Producción Año 2009, 90

Cuadro No. 6 Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y Tramos de Personal Ocupado Año 2009, 91

Cuadro No. 7 Exportaciones del sector Químico y Fármacos, 92

Cuadro No. 8 Participación porcentual de los Principales Productos de Exportación, 93

Cuadro No. 9 Participación porcentual de los Principales Productos de Exportación, 93

Cuadro No. 10 Participación porcentual de los Principales Productos de Exportación (Variación), 95

Cuadro No. 11 Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria- toneladas, 96

- Cuadro No. 12 Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria- miles de dólares FOB, 97
- Cuadro No. 13 Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria- miles de dólares CIF, 98
- Cuadro No. 14 Importaciones por uso o destino económico- toneladas, 99
- Cuadro No. 15 Importaciones por uso o destino económico- miles de dólares FOB, 100
- Cuadro No. 16 Importaciones por uso o destino económico- miles de dólares CIF, 101
- Cuadro No. 17 Consumo Intermedio por Subdivisiones, 103
- Cuadro No. 18 Consumo Intermedio por Actividad Económica y Tramos de Producción, 104
- Cuadro No. 19 Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y Tramos de Personal Ocupado, 105
- Cuadro No. 20 Personal Ocupado y Remuneraciones por Subdivisiones, 107
- Cuadro No. 21 Personal Ocupado y Remuneraciones por Actividad Económica y Tramos de Producción, 108
- Cuadro No. 22 Personal Ocupado y Remuneraciones por Actividad Económica y Tramos de Personal Ocupado, 109
- Cuadro No. 23 Índice de Liquidez Corriente Año 2010 para el Subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 110
- Cuadro No. 24 Prueba Ácida Año 2010 para el Subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 111
- Cuadro No. 25 Endeudamiento Año 2010 del Activo para el Subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 112
- Cuadro No. 26 Endeudamiento Patrimonial Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 114
- Cuadro No. 27 Apalancamiento Financiero Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 115
- Cuadro No. 28 Rotación del Activo Fijo para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 116
- Cuadro No. 29 Rentabilidad Neta del Activo para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 117
- Cuadro No. 30 Rentabilidad Operacional del Patrimonio para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 119
- Cuadro No. 31 Rentabilidad Financiera para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 120
- Cuadro No. 32 Ficha técnica de la población del CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 132
- Cuadro No. 33 Cálculo de la Muestra, 133
- Cuadro No. 34 Resumen de llamadas y visitas, 136
- Cuadro No. 35 Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia, 144
- Cuadro No. 36 Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida, 147
- Cuadro No. 37 Resultados Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, 150
- Cuadro No. 38 Resultados Índice de Sostenibilidad, 153

Cuadro No. 39	Índice de Sostenibilidad, 154
Cuadro No. 40	Resultados Índice de congruencia, 156
Cuadro No. 41	Índice de Congruencia, 157
Cuadro No. 42	Resumen datos encuesta, 165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Inversión Total: Principales Actividades 2011, 71
Gráfico No. 2	Aumentos de capital: Principales Actividades 2011, 71
Gráfico No. 3	Inversión Nacional: Principales Actividades 2011, 72
Gráfico No. 4	Inversión Extranjera Directa: Principales Sectores 2011, 73
Gráfico No. 5	Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia, 145
Gráfico No. 6	Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida, 148
Gráfico No. 7	Resultados Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, 151
Gráfico No. 8	Resultados Índice de Sostenibilidad, 155
Gráfico No. 9	Resultados Índice de Congruencia, 158
Gráfico No. 10	Resumen datos encuesta, 166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	Matriz de Sostenibilidad y Congruencia, 140
Tabla No. 2	Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa, 159

RESUMEN EJECUTIVO

El diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, Subsector CIU C20: Fabricación de substancias y productos químicos, se encuentra integrado por seis capítulos a lo largo de los cuales se desarrolla el estudio, la metodología y resultados obtenidos para este subsector.

En el primer capítulo se determinan los antecedentes que impulsaron la realización del trabajo de investigación, que incluye el planteamiento y formulación del problema de investigación, con sus respectivos objetivos y una justificación tanto teórica como práctica del estudio.

El segundo capítulo se enfoca en los fundamentos de la responsabilidad social empresarial, los conceptos y tendencias de la misma, la nueva forma de gestión de las empresas que se fundamenta en la RSE, y las herramientas de gestión y comunicación, analizando el desarrollo de la RSE en un contexto mundial y desarrollo sostenible, detectando la creación de valor y la consolidación de beneficios para la empresa.

El capítulo tres trata sobre el subsector sujeto de estudio y su trayectoria en el país en los últimos años. Revisa la definición y comportamiento del sector, la relevancia del sector manufacturero comparado con los otros sectores. A la vez, dentro del sector manufacturero se

analiza la trayectoria histórica y el comportamiento del subsector CIIU C20 Fabricación de sustancias y productos químicos.

En el cuarto capítulo se analizan los aspectos metodológicos del estudio, es decir, la metodología y tipo de investigación aplicada, basándose en el modelo de la UNIAPAC. Se describen las técnicas y fuentes de recolección de datos que se utilizan para esta investigación, el cálculo de la población y la muestra. Se detalla la planificación y ejecución del trabajo de campo para la aplicación de las encuestas diseñadas, la tabulación de datos, y la presentación de la información recopilada.

El quinto capítulo recopila los resultados obtenidos de la investigación del subsector, bajo las tres líneas estratégicas: Ética y Transparencia, Calidad de Vida y Generación y distribución de la riqueza; analizando en cada una de estas los resultados obtenidos para los ocho grupos de interés investigados; en conjunto con el Índice de Sostenibilidad de la relación con los grupos de interés, Índice de Congruencia de las líneas estratégicas y el Índice de sostenibilidad Global.

Finalmente, el capítulo sexto incorpora las conclusiones y recomendaciones para el subsector; enfocándose en las conclusiones de la validación de la información; las obtenidas del Índice de Sostenibilidad de la relación con los grupos de interés; y recomendaciones obtenidas del Índice de Congruencia de las líneas estratégicas, estableciendo propuestas de políticas de RSE para su implementación en las PYMEs del subsector analizado.

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado y competitivo, las empresas sin importar a que se dedican, su localización o su dimensión, se enfrentan a nuevos paradigmas y necesidades para destacarse y sobrevivir. Bajo esta tendencia cabe mencionar la relevancia que han adquirido temas como los derechos laborales, la preservación del medio ambiente, el buen uso de los recursos, y el acercamiento con la comunidad y sus necesidades.

En el contexto planteado, se destaca la importancia adquirida de la Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa, misma que hace referencia a la contribución que realizan las empresas para mejorar el ambiente económico, social, ambiental e inclusive laboral del entorno que les rodea; adquiriendo con esto no solo una mejor imagen ante la sociedad y frente a la competencia, sino también brindando una serie de beneficios a la empresa. Entre los beneficios que se pueden destacar se encuentra la creación de valor agregado, una mejora en la reputación empresarial, el incremento y fortalecimiento de las ventas, diferenciación con la competencia, posicionamiento de la marca, fidelización y compromiso de la fuerza laboral, beneficios fiscales, entre otros.

Inclusive a nivel internacional, varios organismos, como las Naciones Unidas, la Unión Europea, la Organización Mundial del Trabajo, entre otras, han visto la importancia de la responsabilidad social a nivel empresarial; en el caso de la ONU a través de los Objetivos del Milenio y del Pacto Mundial, y otros organismos a través la implementación de normativas internacionales como lo son la ISO 26000, ISO 14000, SA 8000, AA 1000, o la publicación del Balance Social.

Bajo este concepto, esta investigación se desarrolla para analizar y realizar un diagnóstico actual de la situación de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, correspondiente al subsector CIU C 20 Fabricación de substancias y productos químicos, relacionada con la RSE, basándose en la metodología del Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial de la UNIAPAC Latinoamericana (Unión Internacional Cristiana de dirigentes de Empresas). Esta metodología ve a la RSE como parte de la forma de ser de las empresas, ofreciendo principios de reflexión, criterios de juicio y guías de acción viables para que una empresa comprometida con la responsabilidad social mejore en su gestión y otorgue un valor económico agregado para todos los grupos de interés o stakeholders relacionados con la empresa.

Para la ejecución de este estudio se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple al total de 83 empresas registradas en la base de datos de la Superintendencia de Compañías, a cuyos gerentes se contactó para aplicar el modelo de encuesta que se basa en la metodología de la UNIAPAC, fundamentado en tres dimensiones: Ética y transparencia, Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza. Para cada una de estas dimensiones, se consideran a

los ocho grupos de interés: “Accionistas e inversionistas”; “Personas que integran la empresa”; “Proveedores”; “Distribuidores, clientes y consumidores”; “Gobiernos”; “Comunidad-Sociedad”; “Competencia” y “Generaciones futuras”.

Los resultados obtenidos, no solo permiten realizar un diagnóstico de la situación actual de las PYMEs de este subsector, sino también sugerir recomendaciones y políticas de implementación para mejorar la gestión de las empresas en las dimensiones económica, social y medioambiental.

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 que atentan a los derechos del talento humano han generado una sensibilidad general hacia la preocupación de la responsabilidad empresarial con la sociedad. Este proyecto pretende realizar un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs correspondiente al subsector CIU C 20 Fabricación de sustancias y productos químicos, de las prácticas de RSE como filosofía de gestión. Al recomendar la realización del diagnóstico de sostenibilidad se pretende 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 calidad, 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 que cuenten con iniciativas de este tipo.

La RSE, no sólo debe verse desde el punto de vista de la empresa, sino principalmente desde el punto de vista de los impactos que puede ocasionar en los stakeholders, puesto que al contar con un mercado con conciencia social, es una tarea de las empresas satisfacer las expectativas de los grupos de interés. Como ejemplo se puede evidenciar la gran cantidad de campañas de reciclaje, reforestación, uso de energías alternativas, y políticas de personal solidarias e integradoras. Las empresas responsables ganarán un especial reconocimiento por parte de los stakeholders y se diferenciarán de sus competidores al fortalecer su reputación empresarial.

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.

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?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. 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 C20 Fabricación de sustancias y productos químicos.

1.3.2. Específicos

- Reconocer las características de la industria manufacturera y del subsector CIIU C20 Fabricación de sustancias y productos químicos en cuanto a los factores políticos, económicos y sociales en los que se desenvuelven.
- Realizar el diagnóstico de sostenibilidad para determinar los riesgos y debilidades de las PYMEs del DMQ del subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, para orientar la gestión de RSE.
- Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 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 C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, 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 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 RSE 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.

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 ecológicamente equilibrado”, y se establece que “el Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas”; 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 mencionan que “el Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema”.

Por otro lado, es importante mencionar que según el Capítulo 6- Derechos de libertad, según el Artículo 66, numeral 27, “los ecuatorianos tenemos derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza”. De igual manera, en el Capítulo 9, Artículo 83, numeral 6 se define como “un deber y responsabilidad de las ecuatorianas y ecuatorianos, el respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible”.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito redactó el 25 de noviembre del 2010 y sancionó el 03 de diciembre del 2010, la Ordenanza Municipal

Nº 333, la cual es la primera 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.

Esta ordenanza se basa en la Constitución del Ecuador, en los Artículos 14, 15, 30, 33, 52, 53, 54, 66 numeral 27; el Artículo 276 numeral 4, en el cual se propone la recuperación y conservación de la naturaleza manteniendo un ambiente sano que permita garantizar a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad a los recursos naturales y patrimonio natural. Y en el Artículo 399 que remarca la tutela del Estado sobre el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad que tiene la ciudadanía en cuanto a su preservación, lo cual se procura mediante un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza.¹

Adicionalmente, se basa en el Art. 54, letra k, del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD que determina como funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal el regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental de su territorio;

¹ Cfr. *Constitución de la República del Ecuador*. Artículo 399.p. 179

en la Ley de Gestión Ambiental, artículos 13 y 19 que define que los Municipios pueden dictar políticas ambientales locales y calificar el impacto ambiental de las actividades²; en los Artículos 2 y 8 (numeral 3 y 2 respectivamente) de la Ley del Régimen del Distrito Metropolitano de Quito, en los cuales se define que el Municipio tiene la finalidad de prevenir la contaminación y desarrollar normas para regular el uso y el aprovechamiento del suelo³; y en el Artículo 4 del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria que indica que para definir las competencias ambientales dentro del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, las instituciones nacionales, sectoriales o seccionales pueden realizar actividades para prevenir y controlar la contaminación ambiental y el desarrollo sustentable⁴.

La Ordenanza 333, en su contenido, considera la creación del Día de la Responsabilidad Social, el 26 de julio, con el objetivo de que la ciudadanía se concientice, involucre y motive alrededor de la importancia de vivir responsablemente lo que genera un territorio competitivo y una sociedad sostenible. De igual manera considera la creación de un Banco de Datos de Responsabilidad Social, cuyo objeto principalmente es encargarse de

² Cfr. (1999). *Ley de Gestión Ambiental*. Congreso Nacional.

³ Cfr. (1992-1996) *Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito*.

⁴ Cfr. *Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria*. Libro VI.

registrar y difundir informes de organizaciones dentro del Distrito Metropolitano, motivar la generación de informes, sistematizar y difundir buenas prácticas de responsabilidad social para que estas puedan ser replicadas.

Considera también la creación del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social, como un espacio de diálogo y participación de los grupos de interés donde estos puedan expresar su situación actual y fomentar la Responsabilidad Social; y la facilitación de fondos nacionales o extranjeros, públicos o privados para fomentar proyectos de capacitación e implementación de Responsabilidad Social⁵. Apoya y reconoce mediante incentivos la gestión de Responsabilidad Social y las prácticas socialmente responsables; promueve la elaboración de Informes periódicos de Responsabilidad Social que tendrán como base el cumplimiento de los indicadores correspondientes a cada organización y posterior a su revisión dichos informes serán publicados a través del Banco de Datos⁶.

En resumen, la intención de esta iniciativa pionera, es que las organizaciones e instituciones, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, ejecuten

⁵ Cfr. (2010). *Ordenanza Metropolitana N°333*. Artículo 7.

⁶ *Ibidem*. Artículo 9.

estrategias de Responsabilidad Social que maximicen la contribución a un Desarrollo Sostenible, generando planteamientos integrales acordes al contexto del Distrito Metropolitano de Quito.

1.4.2. Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- **Impactos científicos:** concienciar, motivar e involucrar a las PYMEs sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.
- **Impactos tecnológicos:** Motivar la generación de informes de responsabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y práctica habitual de convivencia; sistematizar, registrar y difundir las buenas prácticas de RSE en forma transparente.
- **Impacto en la solución de problemas de la sociedad:** Promover el desarrollo sostenible, que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer

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

- **Relación con otros proyectos:** Este 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.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1. CONCEPTOS Y TENDENCIAS

Existen varias definiciones de Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial, dadas en su mayoría por organismos internacionales encargados de regular este aspecto en las naciones; a continuación se mencionan tres importantes definiciones.

Según el foro de expertos en RSE del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para la Red Pacto Mundial en España:

La Responsabilidad Social Empresarial es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de

interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.⁷

La norma ISO 26000 aprobada en el 2010 es una guía en materia de Responsabilidad Social Empresarial, donde define a este término como:

La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que contribuya al desarrollo sostenible, mejorando la calidad de vida de la sociedad; toma en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders); cumple con las leyes y es compatible con las normas internacionales de conducta; y está integrada en la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.⁸

En el Libro Verde de la Comisión Europea para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, menciona la siguiente definición:

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las

⁷ FORO DE EXPERTOS EN RSE DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES PARA LA RED PACTO MUNDIAL EN ESPAÑA [http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap1_2.htm] *¿Qué es la responsabilidad social empresarial?*

⁸ NORMA INTERNACIONAL ISO 26000:2010 (2010). *Guía de Responsabilidad Social*. Primera Edición. P.2.

empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad; abriendo una vía para administrar el cambio y conciliar con el desarrollo social incrementado la competitividad.⁹

Estas definiciones tienen en común ciertos aspectos importantes, como el cumplimiento de las obligaciones y normativa legal tanto nacional como internacional, tomando conciencia y responsabilidad en la toma de decisiones bajo criterios éticos, sociales y sostenibles, sobre las acciones e impacto que la organización ocasiona a la sociedad, el medioambiente, los derechos humanos y el

⁹ (2002). *Libro Verde de la Comisión Europea*. ESADE p.13

capital humano, manteniendo un diálogo abierto, atendiendo los intereses y necesidades de los grupos de interés o stakeholders.

Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial se remontan a siglos atrás, cuando la esclavitud era la base de la economía, o las condiciones de explotación a las que estuvieron sometidos los trabajadores durante la Revolución Industrial. Durante el siglo XIX, cuando aparecen industrias que lucran a través de productos que son perjudiciales para la sociedad, como son el tabaco, alcohol, etc.; y a la vez los empresarios de algunas industrias en Estados Unidos y Europa demuestran cierto interés y preocupación por el bienestar de sus empleados. Durante el siglo XX, con el desarrollo del Estado de Bienestar y una orientación filantrópica, se consolidaron relaciones formales dentro de las organizaciones, cambiando el esquema anteriormente manejado que se concentraba únicamente aumentar la productividad y obtener beneficios económicos, surgiendo la expresión de Responsabilidad Social Empresarial entre los años 50 y 60 en Estados Unidos y desarrollándose en Europa en los años 90, como una estrategia de mayor conexión social ante los problemas de desempleo. Más adelante en 1999 durante el Foro Económico Mundial de Davos, el entonces Secretario General de la ONU, solicitó que se adopten valores humanos en el mercado mundial. Desde aquel momento, el concepto de responsabilidad empresarial ha cobrado importancia y ha evolucionado, junto con la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la preocupación por la ecología y el desarrollo tecnológico.

El protagonismo que algunos organismos internacionales han tomado respecto a la RSE contribuye al compromiso de las organizaciones de todo tipo y tamaño hacia un cumplimiento no solo de la normativa legal, sino también de las expectativas y cuidados que la sociedad espera de ellas. Organismos como las Naciones Unidas con el Pacto Mundial, la Unión Europea con el Libro Verde, la Organización Internacional para la Estandarización con la ISO 26000, el Council on Economic Priorities con la norma Social Accountability Standard 8000. Así como también los gobiernos han demostrado su preocupación por el cuidado del medioambiente y la sociedad en donde las empresas desarrollan su gestión y donde muchas veces generan un impacto no siempre positivo que afecta en el mediano y largo plazo; preocupación que se refleja en normativa y lineamientos que deben ser cumplidos por las empresas.

Tendencias como la preocupación ante el calentamiento global, el respeto a los derechos humanos, la preservación de los recursos, la contaminación, el cuidado del agua, el reciclaje, las fuentes de energía alternativas, las evaluaciones de riesgos, la distribución equitativa de la riqueza, entre otras, enfocan a las empresas a mejorar su gestión en el día a día y procurar mejores resultados enfocados en brindar un valor agregado y mejorar la competitividad.

2.1.1. Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible

Es cada vez más notable la presencia del término Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa a nivel de gobiernos, de las comunicaciones y de las organizaciones, inclusive en el vocabulario habitual. El término empresa sostenible, según el Código de Buen Gobierno Corporativo, es aquella que crea un valor económico, medioambiental y social tanto en el corto como en el largo plazo¹⁰. Es importante resaltar que es un cambio de paradigma donde las empresas se plantean los objetivos en la triple base: económico, medioambiental y social por lo que, las empresas hoy en día deben tomar en cuenta que sus decisiones van más allá de los intereses económicos y técnicos, y que las nuevas tendencias y la sociedad actual impone retos económicos, sociales y medioambientales.

Estos tres retos mencionados están íntimamente relacionados, y se afectan unos a otros. Entre muchos de los factores mundiales actuales que inciden para que la RSE cobre cada vez mayor importancia, se pueden considerar al calentamiento global, la globalización, el crecimiento poblacional, la pérdida

¹⁰ Cfr. FORO DE DESARROLLO SOSTENIBLE. (2002) *Código de Gobierno para la empresa sostenible*.

de biodiversidad y recursos no renovables, la mala gestión del agua, la desertización, la erosión, la deforestación, la aparición de nuevas enfermedades y epidemias, la caza y pesca indiscriminadas, entre otros factores que traen como consecuencia que la sociedad ya no vea sólo a los gobiernos como los protagonistas del cuidado del planeta, sino también a las empresas.

Según datos del Banco Mundial, para el año 2011, la población mundial superaba los seis mil novecientos millones de personas¹¹, por lo que para el 2012, se estima superar los siete mil millones¹². Considerando que los seres humanos no practican un uso responsable, equitativo y consciente de los recursos que proporciona el planeta, estas cifras son un llamado de atención, por ello es imperativo considerar que a la par de los aspectos medioambientales y al crecimiento poblacional, deben considerarse los valores compartidos por la sociedad. Dichos valores que hoy en día se difunden en escuelas, foros, gobiernos, organizaciones mundiales, y por supuesto en las empresas.

¹¹ BANCO MUNDIAL. (2011). [<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>], **Población Total**.

¹² WORLDOMETERS (2012). [<http://www.worldometers.info/es/>], **Población Mundial**.

El entorno actual en el que operan las empresas, se caracteriza por dos aspectos interdependientes, la globalización y el aumento de los requerimientos sociales respecto al papel que deben cumplir las empresas¹³. Por esta razón, la responsabilidad social empresarial, se ha convertido en un valor agregado y a la vez esperado por los consumidores y la sociedad en general.

Los avances en las tecnologías de información y comunicaciones, impactan enormemente en la información que se puede obtener hoy en día, y han cambiado al mundo. En cuestión de segundos se puede obtener información del otro lado del planeta, misma que es compartida públicamente la mayoría del tiempo gracias al internet o al crecimiento en la telefonía móvil. Si la información es global, las empresas también lo son pues mientras mayor es su poder, mayor es su responsabilidad sobre la sociedad en la que operan, enfrentándose día a día a una competencia y sociedad cada vez más crítica.

El reciclaje, el uso adecuado del agua, campañas contra la contaminación y el uso de medios de transporte cada vez más ecológicos, entre otras acciones, son inculcadas a las nuevas generaciones, mismas que crecen con un pensamiento diferente y más consciente sobre el uso sostenible de los recursos el planeta. Y estas nuevas generaciones con una consciencia social

¹³ Cfr. A. OLCESE, (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible*. España: Mc Graw Hill. p. 9.

y ambiental, son los futuros clientes y consumidores de las empresas y los productos que salen al mercado, un mercado global.

Ecuador no se queda atrás, la consciencia social no sólo influye sobre grandes multinacionales de países del primer mundo, sino a todos y cada uno de los miembros de la sociedad, incluyendo los microempresarios; donde la necesidad de cuidar al planeta y a la sociedad no sólo es importante, sino urgente.

2.1.2. Responsabilidad de la empresa ante la sociedad

La responsabilidad social empresarial se ha transformado en una decisión voluntaria de las empresas de contribuir a formar una mejor sociedad¹⁴, cuidar el medio ambiente donde se desarrollan y preocuparse por los integrantes de la misma.

¹⁴ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Club Universitario. p. 17.

Las empresas pueden tener dos tipos de impacto sobre la sociedad y el medio donde se desarrollan, un impacto positivo y uno negativo. Ante el impacto que generan sobre la sociedad, pueden asumir una u otra postura o actitud, negando totalmente su responsabilidad por sus acciones, tomando medidas correctivas ante sus acciones o incluso tomando acciones preventivas¹⁵. Por estas razones, las empresas con una respuesta adecuada ante su impacto en la sociedad, se han visto en la necesidad de definir estrategias, mejorar procesos, desarrollar herramientas y en resumen tomar decisiones con el fin de alcanzar el propósito de contribuir o retribuir a la sociedad. Sea cual sea la respuesta de cada empresa, sus acciones repercutirán en resultados o impactos sociales, entendiéndose que actualmente, tanto las leyes, normas y reglamentos, como las propias políticas de las empresas, exigen una respuesta ante las consecuencias de sus actos.

Archie B. Carroll (1979), describe cuatro tipos de responsabilidades de las empresas: económica, legal, ética y filantrópica¹⁶, considerando que entre estos cuatro componentes podrían existir conflictos, por lo que se debería encontrar un equilibrio y apoyarse unos a otros, pues todos ellos tiene importancia sobre la gestión de la empresa.

¹⁵ Ibidem, p. 5

¹⁶ Cfr. T. PERDIGUERO (2005). *La Responsabilidad Social de las empresas y los Nuevos desafíos de la Gestión Empresarial*. España: Universitat de Valencia. p. 26.

Es importante concebir a la empresa dentro de lo que es, es decir, una institución social que tiene capacidad de innovar y contribuir a un cambio positivo en la sociedad a nivel económico, social y medioambiental, y que busca permanecer en el tiempo¹⁷. Para ello, las empresas deben desarrollar su sentido de comunidad, su búsqueda de creación de valor, su visión compartida a futuro y su sensibilidad hacia el entorno, entre muchas otras condiciones importantes para llegar a ser ese ente promovedor de desarrollo y sostenibilidad del entorno mediante un cambio positivo. Dicho cambio no siempre será recibido de la mejor manera por todos los intervinientes, debido al temor natural al cambio y a lo diferente, sin embargo, este cambio positivo es mandatorio hoy en día, cuando uno puede fácilmente visualizar las consecuencias de los impactos negativos de la empresa en el planeta.

El esquema antes percibido de que una empresa tiene su razón de ser en la obtención de resultados, sobre todo enfocándose en lo que respecta a utilidades y rentabilidad, no debe ser el único motivador para la permanencia de una empresa en el tiempo. Tanto la misión como la visión de las empresas deberían tener un enfoque de una empresa responsable y sostenible, para que sus esfuerzos se orienten hacia el cumplimiento de estos objetivos.

¹⁷ Cfr. A. OLCESE, (2008). Op. Cit. p. 15

Con todas estas afirmaciones se concluye que en el mundo actual, las empresas tienen una gran influencia sobre la sociedad, por lo tanto sus valores o acciones, repercuten y a la vez ayudan a establecer valores cuando su modo de accionar es positivo, o impactan negativamente cuando sus acciones no son las correctas y no actúan con miras a su permanencia en el tiempo.

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

2.2.1. Grupos de Interés

Los Grupos de Interés o Grupos Relacionados, también conocidos como Stakeholders, son individuos o grupos que contribuyen e influyen en la consecución de los objetivos de las organizaciones y sin cuya presencia la organización dejaría de existir, tal y como lo menciona Edward Freeman en

su obra Stakeholder Approach (1984). Además, estos interactúan con la organización y pueden impactar y verse impactados por la misma¹⁸.

Freeman describe en su obra como evoluciona el entorno empresarial y como para ello es necesario el cambio en los conceptos de la empresa para adaptarse a esta evolución, misma que se presenta a través de tres visiones: la neoclásica, la directiva y la visión de la empresa basada en sus stakeholders.

La visión neoclásica, o visión productiva de la empresa, Freeman la observa como un mecanismo que se encuentra entre el mercado de factores o insumos y el mercado de productos, siendo su función transformar los factores, también conocidos como inputs o entradas, en productos, o también outputs o salidas; con el principal objetivo de maximizar el beneficio. Esta visión limita a la empresa a adaptarse a las condiciones del mercado y no es suficiente para analizar el concepto de organización empresarial, por lo cual es necesario que esta visualización neoclásica sea complementada o reemplazada por una relacionada más con la realidad.

¹⁸ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 23-25.

La visión directiva de la empresa, tal y como la describe Freeman, es aquella en la que los directivos buscan satisfacer las necesidades e intereses de los propietarios, trabajadores, proveedores y clientes de la empresa, de manera simultánea. Visión que surge como consecuencia del crecimiento del tamaño de las empresas, el desarrollo de nuevos procesos productivos, la especialización o la disponibilidad de fuentes de energía aún más poderosas; aumentando con esto la necesidad de capital para mejorar la eficiencia y competitividad.

Y finalmente, la visión de la empresa en función de sus stakeholders, misma que incorpora cambios en el modelo provocados por los inconvenientes a los que tuvieron que enfrentarse los directivos de las empresas, cambios que pueden venir de fuentes internas o externas de la empresa. Aquellos cambios internos se relacionan con los grupos anteriormente ya identificados, que atraviesan transformaciones, como cambios en los objetivos de los accionistas, las nuevas formas de gestión del talento humano, la globalización de los mercados, entre otros. Mientras que los cambios externos, hacen relación a la aparición de nuevos asuntos o intervinientes que anteriormente se categorizaban como el entorno, pero que ahora tienen una mayor participación, como son los medios de comunicación, las organizaciones de la comunidad local, los gobiernos, los ecologistas, los representantes de los consumidores, los competidores, entre otros. Cada

categoría de stakeholders a su vez podría subdividirse en otras más pequeñas, estableciendo no únicamente relaciones bilaterales entre la empresa y el stakeholder, sino también relaciones entre stakeholders, generando una mayor influencia sobre la empresa.

Por otro lado, según Edward Freeman, en su obra “Administración” (1994), los grupos de interés se clasifican en dos grupos, internos y externos¹⁹. Los grupos internos son aquellos grupos o personas cuyos roles pueden cambiar de acuerdo a la evolución y desarrollo del ambiente de la organización; estos forman parte de la organización y se encuentran bajo la responsabilidad de un gerente o responsable. Los grupos externos por otro lado, son aquellos grupos o personas externas a la organización que afectan desde el exterior las actividades de la misma.

Los grupos externos se clasifican en:

- **Clientes:** Son aquellos que intercambian recursos (dinero generalmente) por productos o servicios que la organización ofrece.

¹⁹ Cfr. E. FREEMAN (1994). **Administración**. Prentice Hall. p. 66-76.

- **Proveedores:** Son aquellos que proporcionan, desde el exterior de la organización, insumos (materia prima, mano de obra, energía, servicios, equipos) que la organización necesita y usa para elaborar sus productos o brindar sus servicios, estos insumos determinan la calidad y precio del producto o servicio.
- **Gobiernos:** Son aquellos que adoptan el papel de guardianes que regulan a las organizaciones, con el potencial de afectar a una organización en temas legislativos, judiciales y normativa ejecutiva, protegiendo así los intereses del público y garantizando el respeto a los principios de libre mercado.
- **Grupos de interés especiales:** También denominados GIS, son grupos que usan el proceso político para promover su postura en un determinado asunto como por ejemplo el aborto, las armas, el cigarrillo, entre otros temas por los que pueden mostrar oposición a la empresa y cuya oposición debe tomarse en cuenta el momento de plantear estrategias organizacionales.
- **Medios de comunicación:** Los medios de comunicación actualmente tienen una amplia e inmediata cobertura de las actividades económicas y empresariales que afectan a varias personas, por ello las empresas se

sienten observadas de manera minuciosa y deben manejar una buena relación con los medios y transmitir a través de estos un buen mensaje.

- **Competidores:** Las empresas deben preocuparse por incrementar su participación en el mercado y superar a sus competidores, analizando a la competencia y fijando estrategias que satisfagan al consumidor. Es importante considerar que hoy en día puede existir una competencia limitado o extensa, incluso competencia del exterior gracias a la globalización.
- **Sindicatos obreros:** En ciertas ocasiones, las empresas necesitan contratar a cierto tipo de trabajador que podría ser miembro de un sindicato, lo que genera que se entablen negociaciones colectivas respecto a salarios, horarios de trabajo y condiciones laborales. Hoy en día los sindicatos se han profesionalizado y ya no se caracterizan por huelgas sino más bien han promovido la participación de los trabajadores en las acciones de la empresa, reparto de las utilidades y otros programas de participación en la organización.
- **Instituciones financieras:** Las organizaciones necesitan de organizaciones financieras como los bancos, bancos de inversión, aseguradoras, entre otras, que apoyan a las organizaciones con el

financiamiento de sus operaciones, por lo cual es importante mantener una buena relación con estas instituciones.

- **Otros grupos de interés:** Todas las empresas, dependiendo de su giro del negocio, deberán lidiar con otros grupos de interés como asociaciones del gremio, diferentes tipos de profesionales, entre otros teniendo así una amplia gama de grupos de interés.

Los grupos internos se clasifican en:

- **Empleados:** Se refiere a la población trabajadora dentro de una empresa que ha cambiado en las últimas décadas debido a factores demográficos, generando escasez de mano de obra y cambios en las capacidades requeridas de los empleados, buscando que estos sean más flexibles y capacitados.
- **Accionistas y consejos directores:** Las organizaciones que cotizan en bolsa se ven influidas por el derecho al voto de sus accionistas, quienes hoy en día no sólo se preocupan por el rendimiento de su inversión, sino también expresan su opinión en cuanto a las políticas y actos de las empresas.

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

La empresa ha adquirido una importancia significativa a nivel social, por lo tanto, los valores empresariales actualmente influyen en los valores sociales. No es posible sobreestimar la real importancia de los valores dentro de una empresa en entornos tan variables como los actuales, especialmente porque estos representan la esencia de la cultura organizacional, compartida por sus integrantes, y que les permite actuar coordinadamente.

Cada día es más notorio como una mayor cantidad de empresas se preocupan por su involucramiento con la sociedad y el impacto que generan en ella. La responsabilidad social empresarial ha ido cobrando día a día mayor importancia, lo cual se ha convertido en una decisión voluntaria que toman las empresas, a pesar de existir normativas y leyes que tienen relación con la RSE.

La Responsabilidad Social Empresarial se analiza por muchas empresas de manera estratégica y como un método de creación de valor intangible, no solo para mejorar la percepción de la empresa, sino también para colaborar en su crecimiento sustentable. La RSE se ha venido transformando de forma

creciente en una variable competitiva reconocida a nivel mundial, siendo un factor de éxito combinado con el compromiso ético de la empresa con la sociedad. El conducir una empresa de manera responsable permite la toma de decisiones mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen y la marca, y contribuye con la rentabilidad a largo plazo²⁰.

Las empresas cuyo objetivo principal es producir y vender con el mínimo costo, y haciendo caso omiso del impacto social o ambiental que producen con ello, son más propensas a fracasar en el mediano y largo plazo. Por esta razón muchas empresas se están enfocando en la obtención de una mayor productividad, lo cual significa vender más con menores costos pero manteniendo niveles altos de calidad, lo que les permite mantenerse y crecer en el mercado, mejorando así su competitividad.

Tanto la productividad como la competitividad van de la mano con la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual la convierte en una estrategia que apalanca a la empresa en varios aspectos, y adicionalmente incrementa su valor.

²⁰ Cfr. L. MARCHANT. (2006). *Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional*. Chile. Primera Edición. p. 95-96.

La competitividad en un mundo globalizado es cada día más difícil de obtener, sin embargo la RSE, da a las empresas un valor agregado para diferenciarse con las otras empresas del mercado.

Adicional a los incrementos en productividad y competitividad, existe una gran cantidad de beneficios que obtienen las empresas al ser socialmente responsables.

Entre estos beneficios se pueden mencionar:

- Incrementar y fortalecer los niveles de ventas, puesto que el consumidor de hoy en día busca productos o servicios que no perjudiquen a la sociedad a la que pertenece.
- Mantener y mejorar la buena imagen, tanto de la marca como la imagen corporativa, pues una empresa responsable se ve mejor ante los ojos de la sociedad.
- Atraer la cobertura de los medios de comunicación, mismos que están alineados a los intereses de la sociedad.
- Captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tiene.
- Diferenciarse con la competencia lo cual es una ventaja competitiva.
- Mantenerse al día con las expectativas de la sociedad lo que incrementa la influencia de la empresa en la sociedad.

- Cuidar la reputación corporativa.
- Manejar los riesgos de la empresa, que cualquier impacto que pudiera tener ante la sociedad, no sea negativo. Esto va de la mano con la prevención de riesgos en las empresas.
- Posicionar la marca e incrementar la notoriedad de la empresa en la sociedad.
- Mejorar las relaciones con sindicatos de trabajadores y la administración pública.
- Obtener descuentos publicitarios.
- Fidelizar y obtener el compromiso de los trabajadores de la empresa.
- Mejorar el clima laboral y la comunicación interna.
- Fomentar una nueva cultura corporativa comprometida con la sociedad.
- Desarrollar innovadoras estrategias comerciales basadas en la RSE.
- Obtener desgravaciones fiscales.
- Dar un valor añadido a los accionistas e inversionistas.

Vale la pena mencionar que todos estos beneficios que obtiene una empresa responsable, no son inmediatos; muchos de estos beneficios suelen manifestarse en el mediano o largo plazo, e incluso son intangibles. Lo que sí es importante, es que las empresas estén conscientes de que al incorporar estrategias de responsabilidad social, no sólo benefician a la sociedad, sino que esto tiene un impacto directo en las utilidades de la empresa, ya que al

obtener una mayor productividad, las ventas se incrementan con menores costos y mejor calidad.

2.3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

2.3.1. Normativa internacional

Para que la Responsabilidad Social Empresarial, sea tomada con la debida importancia y compromiso, es necesario contar con el involucramiento de organismos internacionales de relevancia y con la participación de los gobiernos locales y las normativas y leyes que ellos puedan implementar.

La implicación de organismos como las Naciones Unidas, la Unión Europea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, entre otras, promueven un compromiso por parte de las naciones y empresas²¹ y generan reglas, estándares, principios o códigos sobre RSE que sirven como una guía para las empresas.

²¹ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 37.

Existen varios instrumentos de gestión que pueden ser útiles para que las empresas se adecuen a las necesidades asociadas al desarrollo de una cultura empresarial socialmente responsable, entre las cuales se pueden mencionar:

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** La idea del Pacto Mundial o Global Compact fue propuesta por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan en enero 1999 y su implantación inició el 26 de julio del 2000. El propósito de este pacto fue promover el compromiso por parte de los líderes y responsables de las compañías, para contribuir al desarrollo de una economía mundial sostenible e integradora²². El Pacto Mundial no es un instrumento regulador ni un instrumento que conceda certificaciones al cumplir ciertos requisitos, sino que es más bien una iniciativa voluntaria mediante el cual las empresas asumen el compromiso de cumplir con los diez principios del pacto en sus actividades cotidianas y comunicar con publicidad y transparencia a la sociedad sobre la gestión y progresos realizados.

Los diez principios del Pacto Mundial, como se detalla en la página web oficial del Pacto Mundial, se agrupan en cuatro categorías, de esta manera:

²² Ibidem, p. 39.

Derechos Humanos

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

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

Estándares Laborales

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

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

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

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

Medio Ambiente

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

Principio 8: “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.”

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

Anticorrupción

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

Estos diez principios se encuentran basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, los Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, entre otros.

Las empresas que deseen participar en el Pacto Mundial deben enviar una carta a su primer ejecutivo (Chief Executive Officer) el Secretario General de las Naciones Unidas, en el cual manifiestan su apoyo al

Pacto Mundial y sus principios y con ello adoptan a la vez el compromiso de realizar los cambios necesarios en sus operaciones para que los principios del Pacto se conviertan en parte de su estrategia, cultura y actividad diaria²³. Adicionalmente, las empresas deben enviar un Informe de Progreso que incluya una declaración de apoyo firmada por su Chief Executive Officer o primer ejecutivo, una descripción de las políticas, compromisos y sistemas de gestión que la organización ha creado para implantar en sus operaciones diarias los diez principios del pacto, una descripción de las acciones realizadas en el ejercicio y una presentación de resultados basada en indicadores de desempeño²⁴.

- **Modelo de la European Foundation for Quality Management (EFQM):** Este modelo de excelencia empresarial es un instrumento de difusión y aplicación a las empresas que desarrollan o comercializan sus productos en Europa. Aporta recomendaciones enmarcadas en nueve criterios, para aquellas empresas que comprenden que la gestión de la excelencia es un determinante para el éxito. Se basa principalmente en la satisfacción del cliente, de los empleados y el impacto positivo de la empresa en la sociedad,

²³ Ibidem, p. 43.

²⁴ Cfr. A. OLCESE, (2008). Op. Cit. p. 272.

mediante el liderazgo, políticas y estrategias adecuadas y la gestión eficiente de empleados, procesos y recursos.

- **Social Accountability 8000 (SA 8000):** La Norma Social Accountability 8000 fue desarrollada por la entidad norteamericana Social Accountability International (SAI), organización de Derechos Humanos que busca la mejora en los lugares de trabajo en las comunidades de todo el mundo al desarrollar e implantar patrones o modelos de conducta socialmente responsables²⁵.

La SA 8000 es un estándar voluntario, certificable que permite implantar con más facilidad un sistema de gestión para mejorar las condiciones laborales de la empresa. Este se desarrolló debido a las críticas hacia las empresas multinacionales por las malas condiciones en las que mantenían a sus trabajadores directos o subcontratados en fábricas e instalaciones en países en vías de desarrollo²⁶. Se basa en las normas laborales internacionales emitidas por la OIT, en la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas y en la Convención sobre los Derechos del Niño.

²⁵ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 74.

²⁶ Cfr. A. OLCESE, (2008). Op. Cit. p. 191.

La SA 8000 se centra en el lugar de trabajo y en los aspectos laborales, estableciendo pautas transparentes, medibles y verificables para certificar el desempeño de una empresa dentro de nueve áreas esenciales:

1. **Trabajo Infantil:** Se prohíbe el trabajo infantil.
2. **Trabajo Forzado:** No se puede exigir a los trabajadores la presentación de documentos de identidad ni el pago de dinero como condicionante para dar empleo.
3. **Higiene y seguridad:** El cumplimiento de normas básicas mínimas para un ambiente seguro y saludable.
4. **Libertad de asociación:** El derecho de los trabajadores para participar en sindicatos y gestionar convenios colectivos.
5. **Discriminación:** No se permite ningún tipo de discriminación.
6. **Prácticas Disciplinarias:** No se permite el castigo corporal, abuso físico, mental o verbal.
7. **Horario de Trabajo:** La semana laboral debe tener 48 horas máximo, con al menos un día libre por semana y un límite de 12 horas extras a la semana con su respectiva remuneración.
8. **Remuneración:** Los salarios deben cumplir con los mínimos legales y proveer suficientes ingresos para cubrir como mínimo las necesidades básicas.

9. Gestión: Se definen procedimientos para implementar y revisar efectivamente el cumplimiento de la norma.

- **Modelo de Gestión de la Empresa Familiarmente Responsable:**

La Empresa Familiarmente Responsable (EFR) es un movimiento internacional que avanza y da respuesta en cuanto a la conciliación y equilibrio entre la vida familiar y la laboral, apoyando la igualdad de oportunidades e inclusión de los menos favorecidos²⁷.

- **ISO 14000:** La norma ISO (International Standard Organization) 14000 es un estándar internacional respecto al establecimiento de un Sistema de Gestión Ambiental. El objetivo de esta norma es conseguir un equilibrio entre el mantener los niveles de rentabilidad y reducir los impactos al ambiente, independientemente del tamaño, tipo o sector donde se ubica la empresa. Existen muchos beneficios de aplicar esta norma, como por ejemplo el ahorro de costos reduciendo residuos o usando eficientemente los recursos naturales, una ventaja competitiva al obtener una mejor reputación corporativa, mejoras en la comunicación interna y motivación al personal, mejora continua, cumplimiento de requisitos legales, alineación con otras

²⁷ Ibidem, p. 192.

normas para generar sistemas integrados de gestión, aseguramiento de la calidad en general, entre otras²⁸.

- **ISO 26000:** Las relación de las organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el que operan es un factor crítico para determinar si operan efectivamente, y de igual manera permite evaluar su desempeño. La norma ISO 26000 Guía sobre Responsabilidad Social, proporciona a las organizaciones, tanto del sector público como privado, de países desarrollados o en desarrollo, así como a economías en transición, una orientación sobre la responsabilidad social basada en un consenso entre expertos internacionales, representantes de las principales partes interesadas, por ello la norma apoya la aplicación de las mejores prácticas en responsabilidad social de todo el mundo. Esto significa que las empresas actúen de manera ética y transparente para contribuir a la salud y bienestar de la sociedad. Esta guía ayuda a las empresas a aclarar conceptos como el de responsabilidad, generando acciones efectivas para todo tipo de organización sin importar su tamaño, actividad o ubicación. Contiene

²⁸ [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_14000], **ISO 14000**.

guías voluntarias, más no requisitos, y por ende no es una norma que se certifica, como la ISO 9001:2008 o la ISO 14001:2004.²⁹

La norma ISO 26000 agrega valor al trabajo sobre responsabilidad social, extiende la comprensión e implementación de la misma al desarrollar un consenso de lo que esta significa y los asuntos que deben abordar las empresas relacionados con la Responsabilidad Social, además de afinar las mejores prácticas que han ido evolucionando y la comunicación a nivel internacional. Su importancia radica en el desarrollo de acuerdos internacionales basados en consensos entre las partes interesadas y los países miembros (alrededor de 163 países).

En cuanto al origen de esta norma, en el año 2001 surge la necesidad de la Comisión de política de los consumidores de trabajar en una norma relacionada con la Responsabilidad Social. Más adelante en el 2003, el grupo de múltiples partes interesadas creado por el Directorio Técnico de Gestión, realizó una revisión de iniciativas y asuntos de Responsabilidad Social en todo el mundo. Para el año 2004, se realizó una conferencia para discutir el lanzamiento del

²⁹ [<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>], **ISO 26000**.

trabajo realizado en Responsabilidad Social con las partes involucradas, gracias a la cual para finales del mismo año se creó el Grupo de Trabajo de ISO sobre Responsabilidad Social para desarrollar la norma ISO 26000, una herramienta que permite a las organizaciones pasar de buenas intenciones, a buenas acciones.

En la norma se menciona que para la elaboración de esta norma, se consideraron siete principios para la responsabilidad social:

- Rendición de cuentas, a las autoridades respecto al impacto que las organizaciones tienen sobre la sociedad, el medio ambiente o la economía.
- Transparencia, informando de manera clara y precisa las decisiones y acciones que toma la organización y el impacto de las mismas.
- Comportamiento ético, que se base en valores como la honestidad, la integridad y la igualdad, respetando al medio ambiente, criaturas y personas y comprometiéndose a tratar el impacto sobre ellos que pudiese generar.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas, pues la organización no gira solo en función de las necesidades de socios dueños, sino también en relación a clientes, proveedores, empleados u otros grupos interesados en la misma que pueden

tener necesidades, reclamos, solicitudes que realizarle a la organización.

- Respeto al principio de la legalidad, que consiste en la supremacía del derecho y de que nadie de la organización está sobre la ley, debiendo cumplir con la misma y con las regulaciones que se apliquen.
- Respeto a la norma internacional de comportamiento, lo que se refiere al respeto y cumplimiento de las normas internacionales existentes.
- Respeto a los derechos humanos, reconociendo su universalidad.

De igual manera, es importante considerar las siete materias fundamentales de la responsabilidad social:

- Gobernanza de la organización, que es el sistema integrado por un grupo de personas y que depende del tamaño y situación de la organización, que permite a las empresas alcanzar sus objetivos a través de la implementación de decisiones.
- Derechos humanos, que se dividen en dos categorías, derechos civiles y políticos y los derechos económicos sociales y culturales; mismos que la organización tiene la responsabilidad de defender y respetar.

- Prácticas laborales, que son las políticas relacionadas con el trabajo, entre ellas el reclutamiento, disciplina, promoción, desarrollo, salud, higiene, y todo otro proceso que se relacione con el trabajador incluyendo la finalización de la relación laboral.
- Medio ambiente, que se relaciona con el impacto que la organización genera sobre el medio ambiente y los recursos que consume. Deben considerarse aspectos como la contaminación, el uso inadecuado de recursos, los residuos, entre otros y enfocarse en estrategias para contrarrestar el impacto generado.
- Prácticas justas de operación, que hacen relación a un comportamiento ético, equitativo y respetuoso de los derechos humanos, al relacionarse con otras organizaciones, gobierno, clientes, proveedores y el resto de grupos de interés.
- Asuntos de consumidores, responsabilizando a las organizaciones de proporcionar información clara y precisa a sus clientes y consumidores respecto a los productos y servicios que se les oferta.
- Participación activa y desarrollo de la comunidad, que tiene que ver con el involucramiento y preocupación por el desarrollo y bienestar de la comunidad donde la organización ejecuta sus actividades.

La norma ayuda a las organizaciones al ser una guía sobre:

- Conceptos, definiciones y términos de la Responsabilidad Social
- Antecedentes, características y tendencias de la Responsabilidad Social
- Principios y prácticas
- Materiales y asuntos fundamentales de RS
- Integración e implementación de un comportamiento socialmente responsable dentro de toda organización por medio de sus políticas y prácticas
- Identificación y compromiso por parte de las partes interesadas, y comunicación de dichos compromisos.

El contenido de esta norma está integrado por:

- Prólogo
- Introducción
- Objetivo y campo de aplicación
- Términos y definiciones
- Comprender la responsabilidad social
- Principios de la responsabilidad social
- Reconocer la RS e involucrarse con las partes interesadas
- Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social

- Orientación sobre la integración de la RS en todo tipo de organización
 - Anexos
 - Bibliografía³⁰
-
- **Accountability 1000 (AA 1000):** La norma Accountability 1000 se realizó en el ISEA (The Institute of social and ethical AccountAbility), y estableció esta norma con el propósito de lograr un compromiso activo de todos los participantes de una organización, generando indicadores, metas y mecanismos para presentar informes asegurando la eficacia.

Busca asegurar la calidad de la contabilidad social, la auditoría y la actividad informativa efectuada respecto a ello. A pesar de no ser un estándar certificable, incorpora una norma de auditoría con el propósito de brindar mayor credibilidad y compromiso entre la organización y sus stakeholders³¹.

³⁰ [http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf], **ISO 26000**.

³¹ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 74.

Las empresas que adopten esta norma adquieren el compromiso de identificar y comprender sus resultados e impactos y los puntos de vista de sus stakeholders, considerar coherentemente ante las aspiraciones y necesidades de sus grupos de interés y rendir cuentas de sus decisiones, acciones y resultados antes los stakeholders.

- **Objetivos del Milenio de la Organización de Naciones Unidas:**

Son ocho propósitos de desarrollo humano basados en problemas de la vida cotidiana y que fueron fijados en el año 2000, con el propósito y compromiso de los países miembros de ser alcanzados en el 2015. Estos objetivos se propusieron por líderes internacionales en la Cumbre del Milenio de la ONU, para comprometer a la comunidad internacional a tener una visión de desarrollo humano para un progreso sustentable social y económico. Los ocho propósitos son:

1. “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”
 - a. “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas con ingresos inferiores a 1 dólar por día”.
 - b. “Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, incluidos las mujeres y los jóvenes”.
 - c. “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen hambre”.

2. “Lograr la enseñanza primaria universal”
 - a. “Asegurar que, en 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.”

3. “Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer”
 - a. “Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015.”

4. “Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años”
 - a. “Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de niños menores de cinco años.”

5. “Mejorar la salud materna”
 - a. “Reducir un 75% la tasa de mortalidad materna entre 1990 y 2015.”
 - b. “Lograr, para 2015, el acceso universal a la salud reproductiva.”

6. “Combatir el VIH/SIDA, la malaria, y otras enfermedades”

- a. “Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.”
 - b. “Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA de todas las personas que lo necesiten.”
 - c. “Haber detenido y comenzado a reducir, en 2015, la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves.”
7. “Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente”
- a. “Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente.”
 - b. “Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010.”
 - c. “Reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.”
 - d. “Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.”
8. “Fomentar una alianza mundial para el desarrollo”

- a. “Atender las necesidades especiales de los países menos desarrollados, los países sin litoral y los pequeños estados insulares en vías de desarrollo.”
- b. “Continuar desarrollando un sistema comercial y financiero abierto, basado en reglas establecidas, predecible y no discriminatorio.”
- c. “Lidiar en forma integral con la deuda de los países en vías de desarrollo.”
- d. “En cooperación con el sector privado, hacer más accesible los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de información y comunicaciones.”

Los incentivos de las empresas para involucrarse en alcanzar los objetivos del Milenio, son en su mayoría los siguientes:

- Apertura a nuevos mercados
- Ampliación de mercados al incrementarse los ingresos de aquellas personas que actualmente viven en la pobreza
- Mayores oportunidades de inversión al definirse mejoras gubernamentales
- Mejoras en la calidad y niveles de trabajo al tener una fuerza laboral más saludable y productiva

- Obtener una posición de liderazgo al luchar por mejoras en las políticas de gobierno
- Expansión de las empresas a nuevos mercados con productos y servicios accesibles
- Mejorar la imagen de la empresa al demostrar interés por el bienestar y desarrollo social
- Involucramiento en reformas regulatorias y financieras relacionadas con la responsabilidad social empresarial
- Actuar responsablemente al rendir cuentas a la sociedad sobre su desenvolvimiento
- Reducir los costos de producción y transporte al promover la producción al interior de cada nación.³²

2.3.2. Memorias de Sostenibilidad

Las empresas se encuentran interesadas en demostrar a sus grupos de interés, el compromiso que han adquirido en torno a la Responsabilidad Social

³² Cfr. G. SECILIO (2006). *Responsabilidad Social Empresarial hacia un Pacto Global en el Agro*. Argentina: Editorial Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires. p. 62.

Empresarial, y la manera más adecuada de demostrar ese compromiso es mediante la entrega estandarizada y formal de información de los resultados obtenidos.

Esto se logra mediante la publicación anual de los informes o memorias de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual permite tanto a las empresas como a sus stakeholders realizar un análisis del estado actual y evolución de la organización y compararla con otras organizaciones. Actualmente, el modelo de mayor aceptación y reconocimiento a nivel internacional para presentar información sobre el compromiso de la empresa en cuanto a responsabilidad social corporativa, es el modelo del Global Reporting Initiative (GRI).

GRI es una institución internacional independiente que surgió como iniciativa entre la Organización Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, y cuya misión principal es desarrollar y promover directrices GRI para elaborar Memorias de Sostenibilidad en las que se establezcan definiciones y sistemas de medición e información de la realidad económica, social y medioambiental de las empresas³³.

³³ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 63.

Adicional a las directrices, existen otros documentos del marco GRI para elaborar las memorias de Sostenibilidad y son³⁴:

- **Documentos Guía:** Recogen los principios y orientaciones que definen el contenido de la memoria y garantizan la calidad de la información.
- **Protocolos Técnicos:** Asesoran sobre la recopilación de la información para elaborar los indicadores de desempeño usados en las directrices.
- **Suplementos Sectoriales:** Son complementos a la guía y aportan con indicadores de desempeño específicos del sector.

Las directrices GRI tienen once principios que dirigen el proceso de elaboración de los informes, debiendo justificar aquellos casos en los que uno de ellos no fue cumplido, y estos son:

- **Transparencia:** Consiste en proporcionar toda la información necesaria sobre procesos y procedimientos que se hayan considerado en la elaboración de los informes para darles credibilidad y sean correctamente interpretados.

³⁴ Cfr. A. OLCESE, (2008). Op. Cit. p. 274.

- **Naturaleza integradora:** La difusión y comunicación de la información debe hacerse a todos los directa o indirectamente afectados, es decir grupos diversos con expectativas diversas, por lo cual es importante comprender sus necesidades.
- **Carácter auditable:** La información y datos de las memorias debe poder ser sujeta al análisis de auditores internos y externos.
- **Amplitud de contenido:** Las memorias deben contener la información que sea importante para los usuarios de las mismas y que les permita evaluar la situación económica, social y medioambiental de la empresa.
- **Relevancia:** Las memorias deben contener únicamente información relevante considerada desde el punto de vista de los usuarios de las mismas.
- **Contexto de sostenibilidad:** Se debe explicar en que medida influyen las acciones y resultados de la empresa en el entorno natural y humano con el que interactúa.
- **Exactitud:** Se busca precisión y exactitud en la información que se presenta para que así sus usuarios puedan tomar decisiones basadas en ella.
- **Neutralidad:** La información debe ser real y justa, incluyendo aquellos aspectos favorables así como los desfavorables, sin omisiones o sobrestimaciones.

- **Comparabilidad:** Se busca el poder comparar la gestión de la empresa en diferentes instancias del tiempo y con otras empresas.
- **Claridad:** Es importante que el lenguaje y terminología empleada en las memorias sea clara para los usuarios de la misma, especificando detalles e incluyendo toda la información necesaria.
- **Oportunidad:** Significa mantener un sistema periódico de presentación de las memorias a fin de que se disponga de la información en el momento oportuno.

El contenido del Informe o Memoria de Sostenibilidad basado en las directrices GRI, consta de cinco secciones:

1. **Visión y estrategia:** Se incluye en esta sección una declaración de la visión y estrategia de la empresa relacionada con su aporte al desarrollo sostenible y como afecta a los stakeholders e influye en los objetivos de la empresa.
2. **Perfil:** En esta sección se detalla la visión general de la empresa y el informe, incluyendo también el nombre de la organización, sus productos o servicios, su estructura, sus divisiones, sus empresas subsidiarias o conjuntas, los países donde opera, su naturaleza jurídica, su dimensión o alcance, la lista de sus stakeholders, etc. En cuanto al

informe, se debe detallar la persona de contacto, el periodo de referencia, la fecha del informe anterior, cambios en la empresa en cuanto a dimensiones, estructura, tamaño o modificaciones sobre informes pasados, etc.

- 3. Estructura de gobierno y sistemas de gestión:** Se debe mencionar cuestiones del gobierno corporativo, la manera de seleccionar e identificar a los grupos de interés, sistemas de consulta con ellos y la información resultante de dichas consultas, políticas globales y sistemas de gestión de la empresa.
- 4. Índice de contenido GRI:** Es una tabla de contenidos que permite ubicar cada elemento o indicador dentro del informe.
- 5. Indicadores de actuación:** Son de dos tipos, los centrales y los adicionales. Los centrales son aquellos relevantes para la mayoría de organizaciones mientras que los adicionales son aquellos que son utilizados en escasas empresas y proporcionan información para los stakeholders más importantes.³⁵

³⁵ Cfr. R. FERNANDEZ. (2005). Op. Cit. p. 66-69.

CAPÍTULO III

TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS

3.1. MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMO 5 AÑOS

3.1.1. Definición de la Industria Manufacturera

La palabra manufactura se deriva del latín “*manus*” que significa “manos”, y de “*factus*” que significa “hacer”, es decir, “hacer con las manos” o “hecho a mano”. A pesar de que en sus inicios la manufactura se realizaba únicamente a mano, actualmente gran parte de la manufactura moderna se realiza con maquinaria computarizada o automatizada³⁶.

³⁶ Cfr, M., GROOVER. (1997). *Fundamentos de Manufactura Moderna*. Prentice Hall. Primera Edición. p. 2-3

Según Mikell Groover (1997), la manufactura puede definirse de manera tecnológica y económica. En el ámbito tecnológico, es la aplicación de procesos químicos y físicos alterando la geometría, propiedades o el aspecto de un material, con el objetivo de elaborar partes o productos terminados; también significa el ensamblar partes múltiples para fabricar productos terminados. Los procesos para la manufactura involucran una combinación de maquinaria, herramientas, energía y trabajo manual; en una sucesión de operaciones, llevando con cada una de ellas al material cada vez más cerca del estado final deseado. En el ámbito económico, manufactura es la transformación de materiales en artículos de mayor valor a través de una o más operaciones o procesos de ensamblaje. La manufactura agrega valor al material original cambiando su forma o propiedades, o al combinarlo con otros materiales que han sido alterados de forma similar³⁷.

En general, los inputs o entradas del proceso manufacturero son la materia prima, mano de obra, energía, tecnología, capital y organización empresarial; mientras que los outputs o salidas son los productos finales elaborados, listos para el uso del consumidor o semielaborados que requieren un proceso posterior de transformación, y los residuos ya sean estos líquidos, sólidos o gaseosos.

³⁷ Ibidem. p. 2-3

En conclusión, la industria manufacturera es aquella que transforma materia prima, mano de obra, energía, tecnología, etc., en un producto de utilidad concreta.

3.1.2. Comportamiento de la Industria Manufacturera

La industria manufacturera tiene importancia desde el punto de vista tecnológico, económico e histórico. A nivel tecnológico, es el factor esencial que ha hecho posible que se proporcione a la sociedad y a sus miembros aquellos bienes necesarios para vivir mejor; a nivel económico, es un instrumento importante para crear riqueza natural y tener una economía fuerte; e históricamente, las culturas humanas que se han hecho exitosas lo han conseguido al usar herramientas para perfeccionar artesanías y armas, las mismas que sirvieron para mejorar sus niveles de vida y conquistar culturas respectivamente³⁸.

³⁸ Cfr. HORNA L., (2009). **“Análisis de mercado del sector industrias manufactureras en base a CIU 3 bajo un enfoque de concentración económica en el período 2000-2008 en el Ecuador”**. *Revista Politécnica*. Volumen 30(1), p. 232.

Este es uno de los sectores con mayor influencia en el Producto Interno Bruto de la mayoría de países y concentra a la vez el mayor porcentaje de la fuerza laboral. La evolución del sector industrial manufacturero ha permitido el desarrollo de los países mejorando su eficiencia operativa, el desarrollo de la ciencia, de la tecnología, la innovación y apoyando el crecimiento de los sectores relacionados con esta industria³⁹.

En Europa, la industria manufacturera produce bienes con alto valor agregado y poca intervención del factor tierra, lo cual es un beneficio pues los cambios climáticos en la región no afectan al sector. Adicionalmente, dentro de la industria de la manufactura, el sector que mayor contribución genera al PIB, mayor inversión posee en Investigación y Desarrollo y mayor porcentaje de mano de obra que ocupa, es el sector automovilístico.

De igual manera, el desarrollo industrial en Asia lo ha convertido en el centro industrial mundial, y sus productos diversificados pueden encontrarse en todas partes del mundo, a pesar de ser un continente con escasa materia prima y recursos energéticos. Este éxito se debe a la abundante y calificada mano de obra, bajos salarios, largas jornadas laborales, escasez de derechos laborales, creación de zonas francas, su alto nivel tecnológico y su agresiva política

³⁹ Ibidem. p. 232.

comercial. Japón ocupa el 25% de la mano de obra del sector industrial del continente, destacándose en la producción de barcos, acero, autos y artículos electrónicos. China concentra la industria manufacturera en sus puertos y se caracteriza por la disponibilidad de mano de obra barata lo que permite alcanzar altos niveles de producción a bajos costos. India por otro lado también es una potencial nación industrial, junto con los cuatro tigres de Asia que son Corea, Singapur, Taiwán y Hong Kong, con altas tasas de crecimiento e industrialización.

En Norteamérica, Estados Unidos representa uno de los centros industriales más grandes del mundo, contando con los recursos naturales e infraestructura necesaria para convertir estos recursos en bienes de consumo; y destacándose en la producción de acero, cobre, cemento, maquinaria pesada, instrumentos de medicina, vehículos espaciales, barcos y muebles. Por otro lado, Canadá no se queda atrás pues dispone de una inmensa cantidad de recursos, destacándose en las industrias de equipo de transporte, productos eléctricos, alimentos, químicos, productos del papel, productos de madera, plástico, textiles, muebles y maquinaria⁴⁰.

⁴⁰ Ibidem, p. 234.

En Latinoamérica, la industria manufacturera ha cobrado fuerza debido al modelo de sustitución de importaciones, por ello en países como Bolivia y Perú la contribución del sector manufacturero alcanza el 16% del PIB, mientras que en Colombia y Ecuador alcanza el 14% y 15% respectivamente, diferenciándose entre naciones por el tipo de tecnologías utilizadas y productos elaborados. Sudamérica es un proveedor principalmente de materias primas por lo que sus industrias son limitadas y primarias, con excepción de Brasil que actualmente es la octava economía más grande del mundo⁴¹.

El crecimiento del sector manufacturero en el Ecuador en las últimas décadas es inminente, y se ve reflejado en la cantidad y diversidad de empresas manufactureras nacionales que existen en la actualidad. Respecto a esto, es imprescindible mencionar que el sector manufacturero abarca una importante participación dentro del PIB (Producto Interno Bruto), con una participación del 12% sobre el PIB total para el año 2011⁴².

Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías en el Anuario Estadístico Societario NIIF 2011, en el cual se detalla la información financiera de las empresas que operan y reportan bajo las NIIF (Normas

⁴¹ Ibidem, p. 233.

⁴² BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2011). *Catálogo mensual. Producto Interno Bruto por Industria*.

Internacionales de Información Financiera), el sector industrial presentó un nivel de ingresos por USD 14.681.062.371, representando el 30% de los ingresos totales percibidos entre los sectores de la construcción, comercio, transporte, actividades profesionales y otros sectores. Mientras que el Anuario Estadístico Societario NEC 2011 que detalla la información financiera de aquellas empresas que operan y reportan bajo las NEC (Normas Ecuatorianas de Contabilidad), el sector industrial presentó un nivel de ingresos por USD 4.229.479.434, representando el 14% de los ingresos totales percibidos entre los sectores de la construcción, comercio, transporte, actividades profesionales y otros sectores⁴³.

Por otro lado existe también un crecimiento de las PYMES (Pequeñas y Medianas Industrias), motivado por factores como la aplicación de una política de sustitución de importaciones o la ampliación y dinamismo del mercado⁴⁴. Sin embargo es importante considerar que ante la liberación de mercados y el crecimiento de países Asiáticos, como China por ejemplo, el sector industrial y manufacturero enfrenta grandes desafíos por mantenerse y crecer.

⁴³ Cfr. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, (2011). “**Principales variables financieras por actividad económica**” *Anuario estadístico societario NEC*.

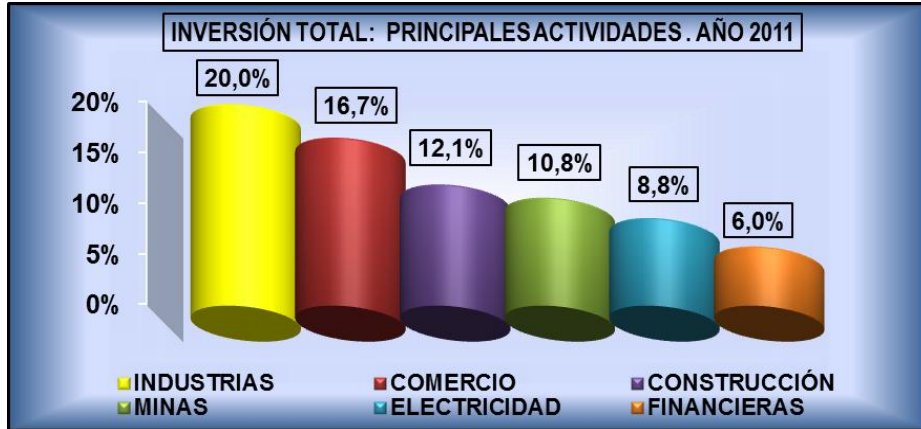
⁴⁴ Cfr. G. ZAMORA, X. VILLAMAR. (2010). *Caracterización de la PYME en la industria manufacturera del distrito Metropolitano de Quito*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. p. 33.

Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías en el Anuario Estadístico Societario NEC 2011, dentro de los ingresos percibidos durante este periodo, el 19% corresponde a Medianas Empresas, mientras que el 26% corresponde a las Pequeñas Empresas.

Según el Gráfico No. 1, según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías en el Análisis del Comportamiento de la Inversión Societaria en el año 2011, se aprecia que el sector económico que registra los montos más altos en inversión es el sector manufacturero con un 20%, seguido por el comercio en un 16,7%, tal y como se muestra en el cuadro a continuación:

Gráfico No. 1

Inversión Total: Principales actividades 2011



Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico No. 2, se observa que el sector que presenta mayores aumentos de capital durante el 2011, es el sector de industrias manufactureras con un 23%.

Gráfico No. 2

Aumentos de Capital: Principales Actividades 2011



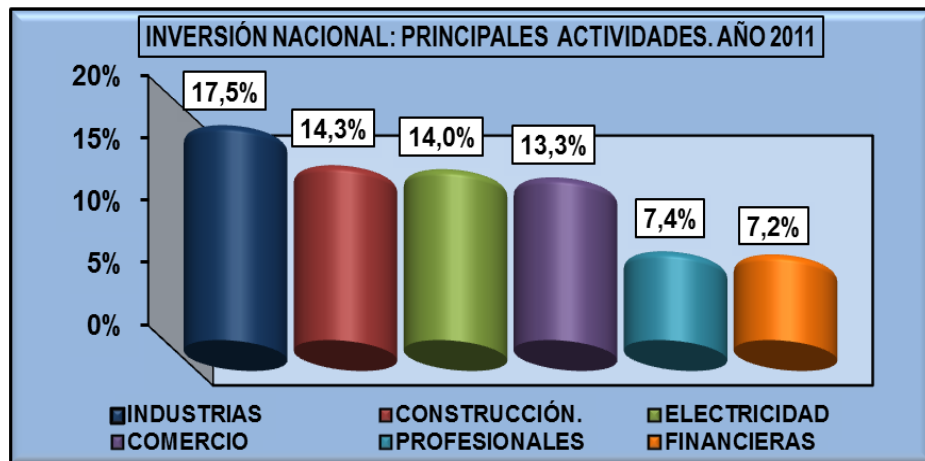
Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Fuente: Superintendencia de Compañías

En los Gráficos 3 y 4 se observa que el sector que capta mayores montos de inversión nacional, es de igual manera, el sector manufacturero con un 17,5%, y en cuanto a inversión extranjera directa, este sector ocupa el segundo lugar, después del sector minero, con un 24,4%.

Gráfico No. 3

Inversión Nacional: Principales actividades 2011

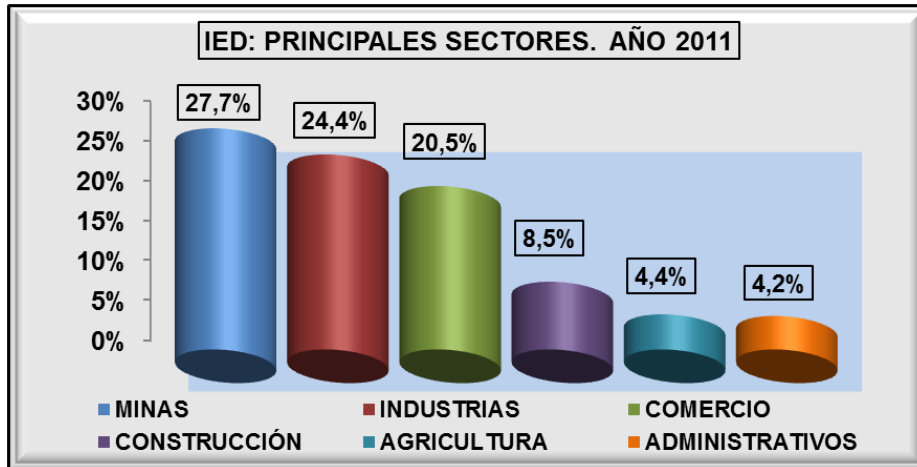


Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Fuente: Superintendencia de Compañías

Gráfico No. 4

Inversión Extranjera directa: Principales sectores 2011



Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Fuente: Superintendencia de Compañías

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

3.2.1. Reseña Histórica

El subsector CIU C20 Fabricación de sustancias y productos químicos, tiene una considerable importancia en el Ecuador, debido a los aspectos medioambientales que se relacionan con este subsector.

En 1993, el Gobierno ecuatoriano creó mediante Decreto Ejecutivo, un Comité Consultivo de Sustancias Químicas, encargado de la organización del sistema de registro y control de productos químicos, elaborando normas y reglamentos para el uso adecuado de sustancias tóxicas e intercambio de información con organismos internacionales, entre ellos el Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente⁴⁵.

El 15 de octubre de 1998, durante la Presidencia de Jamil Mahuad, se creó el Régimen Nacional para la Gestión de Productos Químicos Peligrosos. Este se encarga de la regulación de la gestión de los productos químicos, desde su abastecimiento, transporte, almacenamiento, etiquetado, comercialización, utilización, disposición final y reciclaje; y tiene como objetivo principal el incrementar la seguridad química en el país, considerando la protección del personal que trabaja en estas industrias con equipos y capacitación.

El 22 de diciembre del 2006, se publicó en el Registro Oficial la Ley Orgánica de Salud de la República del Ecuador, la misma en cuyo capítulo 4 se incluyen los artículos 114, 115 y 116 que hacen referencia a la implementación y

⁴⁵ Cfr. INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA. (1996). *Armonización de la Bioseguridad en las Américas*. Área de Concentración II. p. 159.

cumplimiento de normas para la regulación y uso de sustancias químicas que afecten a la salud humana.

Dentro del sector manufacturero, es importante rescatar la importancia del sector dedicado a la fabricación de sustancias y productos químicos, mismo que durante los años de 1993 al 2005 mantuvo una importante participación en el PIB con una variación entre el 11% y 13%, alcanzó su nivel más alto de participación en el 2005 con un 12,6%, superando así al sector maderero; logrando mantener su participación con un crecimiento promedio del 4,5%⁴⁶.

Según el Índice de Volumen Industrial por Actividades, mismo que permite medir las variaciones y tendencias de los bienes manufacturados en el país, indica que a partir de agosto del 2012, el mismo ha tendido a decrecer debido a la finalización de vacaciones, al previo abastecimiento de los distribuidores en meses anteriores, a la baja de exportaciones y la reducción de la producción de bienes destinados al inicio de clases en la Sierra, reduciendo en un 8,20% el índice del sector de sustancias y productos químicos.

En conclusión, el sector manufacturero de productos y sustancias químicas está en una etapa de crecimiento, todavía en valores bajos frente al nivel de

⁴⁶ SENPLADES (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010*. Ecuador: MIC. p. 92.

importaciones de productos del mismo tipo. Uno de los factores que podría influenciar el crecimiento de este sector es la rigurosidad de la normativa aplicable al subsector, pues al manejar un tema tan delicado como la producción de químicos, existen muchos temas que deben normarse, como el manejo de sustancias, la certificación de los procesos que se ejecutan o el adecuado manejo de residuos, entre muchos otros.

3.3. SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.

Tal y como se detalla en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU de las Naciones Unidas, el subsector C20- Fabricación de sustancias y productos químicos comprende la transformación de materias primas tanto orgánicas como inorgánicas a través de un proceso químico y la generación de productos. Esta división se encuentra integrada por tres subclasificaciones:

- **Fabricación de sustancias químicas básicas, abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias**

Esta subdivisión se compone de la siguiente manera:

Substancias químicas básicas: Aquí se incluye a la fabricación de sustancias químicas mediante procesos básicos como pirolisis y destilación, de los que se obtienen elementos químicos o compuestos separados. Entre ellos se encuentran consideradas las siguientes actividades:

- Fabricación de gases industriales o médicos inorgánicos, licuados o comprimidos, que incluye gases elementales, aire líquido o comprimido, gases refrigerantes, mezclas de gases industriales, gases inertes y gases aislantes.
- Fabricación de tintes y pigmentos de cualquier origen, en forma básica o
- como concentrados
- Fabricación de elementos químicos
- Fabricación de ácidos inorgánicos, excepto ácido nítrico
- Fabricación de álcalis, lejías y otras bases inorgánicas, excepto amoníaco
- Fabricación de otros compuestos inorgánicos
- Fabricación de sustancias químicas básicas inorgánicas, que incluye hidrocarburos acíclicos y cíclicos, saturados y no saturados, alcoholes acíclicos y cíclicos, ácidos monocarboxílicos y policarboxílicos incluyendo ácido acético, otros compuestos de función oxígeno, glicerina sintética, compuestos orgánicos de función nitrógeno incluyendo aminas, fermentación de caña de azúcar o maíz o productos similares que produzcan alcohol y

ésteres, otros compuestos orgánicos incluyendo productos de destilación de madera

- Fabricación de agua destilada
- Fabricación de productos aromáticos sintéticos
- Tostado de piritas de hierro
- Fabricación de productos del tipo utilizado como agentes avivadores fluorescentes o como luminóforos
- Enriquecimiento de minerales de uranio y torio y producción de elementos combustibles para reactores nucleares

Abonos y compuestos de nitrógeno: Dentro de esta división se consideran a las siguientes actividades:

- Fabricación de abonos nitrogenados, fosfatados y potásicos puros o complejos, urea, fosfatos naturales crudos y sales de potasio naturales crudas
- Fabricación de productos de nitrógeno conexos como el ácido nítrico y sulfanítrico, amoníaco, cloruro amónico, carbonato amónico, nitritos y nitratos de potasio.
- Fabricación de substratos hechos de turba o hechos de mezclas de tierra natural, arena, arcilla y minerales

Plásticos y caucho sintético en formas primarias: Esta división incluye la fabricación de resinas, materiales plásticos y elastómeros termoplásticos no vulcanizables, la mezcla de resinas por encargo y la fabricación de resinas sintéticas para uso general. Además de incluirse las siguientes actividades:

- Fabricación de plásticos en formas primarias como lo son los polímeros, incluyendo polímeros de etileno, propileno, estireno, cloruro de vinilo, acetato de vinilo y acrílicos; las poliamidas, resinas fenólicas y epoxídicas y poliuretanos; las resinas alquídicas y resinas de poliéster, las siliconas y los intercambiadores de iones basados en polímeros.
 - Fabricación de caucho sintético en formas primarias, como lo son el caucho sintético y el aceite vegetal vulcanizado.
 - Fabricación de mezclas de caucho sintético y natural y de gomas similares al caucho.
 - Fabricación de celulosa y sus derivados químicos.
-
- **Fabricación de otros productos químicos**

Este grupo incluye a los productos químicos diferentes de las sustancias químicas básicas y las fibras artificiales, abarcando la fabricación de una variedad de productos como plaguicidas, pinturas, tintas, jabones, preparados para limpieza,

perfumes, preparados de tocador, explosivos y pirotécnicos, preparados para usos fotográficos, gelatinas, entre otros. Este grupo a su vez se clasifica en:

Plaguicidas y otros productos químicos de uso agropecuario: En este grupo se consideran a las siguientes actividades:

- Fabricación de insecticidas, rodenticidas, fungicidas y herbicidas
- Fabricación de productos antigerminantes y reguladores del crecimiento de plantas
- Fabricación de desinfectantes tanto de uso agropecuario como de otros usos
- Fabricación de otros productos químicos de uso agropecuario

Pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas: Comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de pinturas, barnices, esmaltes y lacas
- Fabricación de pigmentos, tintes, opacificadores y colores preparados
- Fabricación de esmaltes vitrificables y barnices para vidriar y enlucidos cerámicos y preparados similares
- Fabricación de masillas
- Fabricación de compuestos para calafatear y preparados similares no refractarios para relleno y enlucido

- Fabricación de disolventes y diluyentes orgánicos compuestos
- Fabricación de decapantes para pintura y barniz preparados
- Fabricación de tinta para imprenta

Jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador: Este grupo comprende a:

- Fabricación de agentes orgánicos tensoactivos
- Fabricación de jabón
- Fabricación de papel, guata, fieltro, revestidos o recubiertos con jabón o detergente
- Fabricación de glicerina en bruto
- Fabricación de preparados tensoactivos, que incluye detergentes para lavar en polvo o líquidos, preparados para lavar platos y suavizantes textiles
- Fabricación de productos para limpiar y pulir, que incluye preparados para perfumar y desodorizar ambientes, ceras artificiales y preparadas, betunes y cremas para el cuero, ceras y cremas para la madera, bruñidores para carrocerías o vidrios o metales, pastas y polvos abrasivos o aquellos impregnados con este producto
- Fabricación de perfumes y preparados de tocador, como los perfumes y aguas de colonia, preparados de belleza y maquillaje, cremas solares y bronceadores, preparados para manicura y pedicura, shampoo o fijadores o

preparados para ondular o alisar, dentífricos y preparados para la higiene bucal y dental incluyendo aquellos para fijación de dentaduras postizas, preparados para afeitado y preparados para antes y después del afeitado, desodorantes y sales de baño y depilatorios.

Otros productos químicos: Grupo que incluye a:

- Fabricación de pólvoras propulsoras
- Fabricación de explosivos y productos pirotécnicos, incluyendo cápsulas fulminantes, detonadores, bengalas de señales, entre otros
- Fabricación de gelatina y sus derivados, colas y preparados adhesivos, incluyendo aquellos a base de caucho
- Fabricación de extractos de productos aromáticos naturales
- Fabricación de resinoides
- Fabricación de aguas destiladas aromáticas
- Fabricación de mezclas de productos odoríferos para elaborar perfumes o alimentos
- Fabricación de placas fotográficas, películas, papel sensible y otros materiales sensibilizados sin impresionar
- Fabricación de preparados químicos de uso fotográfico
- Fabricación de diversos productos químicos, como peptonas y derivados, otras sustancias proteínicas y derivados, aceites esenciales, aceites y grasas

modificados químicamente, materiales para el acabado de productos textiles y cuero, polvos y pastas para soldadura blanda, dura y autógena, sustancias para decapado de metales, aditivos para cementos, carbón activado, aditivos para aceites lubricantes, preparados para acelerar la vulcanización del caucho, catalizadores, preparados antidetonantes, preparados anticongelantes y reactivos compuestos para diagnóstico y laboratorio

- Fabricación de tintas para escribir y dibujar
- Fabricación de fósforos

- **Fabricación de fibras artificiales**

Esta división comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de estopas de filamento artificial o sintético
- Fabricación de fibras discontinuas artificiales o sintéticas, sin cardar, peinar ni elaborar de otro modo su hilatura
- Fabricación de hilados de filamento sintético o artificial, incluyendo hilados de gran resistencia
- Fabricación de monofilamentos o hebras sintéticas o artificiales⁴⁷.

Para objeto de esta investigación, las empresas que se visitaron son, en su mayoría, empresas dedicadas a la fabricación de substancias químicas como los hidrocarburos, fabricación de mezclas de caucho sintético y gomas similares al caucho, fabricación de productos agropecuarios, fabricación de masillas, fabricación de compuestos para relleno y enlucido, fabricación de tinta para imprenta, fabricación de detergentes y productos para desinfectar y pulir, fabricación de preparados para perfumar o desodorizar el ambiente, preparados de belleza y maquillaje, fabricación de preparados adhesivos, y fabricación de hilados de filamento sintético o artificial.

⁴⁷ Cfr. DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES. (2009). “**Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)**”. *División de Estadística. Informes estadísticos Serie M, No. 4/Rev. 4*. Naciones Unidas New York. p. 113-118.

3.4. APORTES A LA ECONOMÍA DE PARTE DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS

3.4.1. Aporte al PIB

Según la información obtenida del Banco Central del Ecuador, en su Boletín Anuario No. 34, el cual incluye información con corte al año 2011, se extrajo para fines de esta investigación la información relacionada al Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, misma que se puede apreciar en los Cuadros No. 1, 2 y 3.

Cuadro No. 1**Producto Interno Bruto por Industria**

Miles de dólares de 2007

Años Industrias/ productos	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fabricación de sustancias, productos químicos; del caucho y plástico	\$ 842.287	\$ 833.674	\$ 837.743	\$ 958.007	\$ 996.616	\$ 1.046.595	\$ 1.123.219
Fabricación de sustancias y productos químicos	\$ 600.957	\$ 566.782	\$ 570.241	\$ 657.006	\$ 666.082	\$ 680.061	\$ 714.886
Fabricación de productos del caucho y plástico	\$ 241.330	\$ 266.892	\$ 267.502	\$ 301.001	\$ 330.534	\$ 366.534	\$ 408.333
TOTAL PIB	\$47.809.319	\$49.914.615	\$51.007.777	\$54.250.408	\$54.810.085	\$ 56.602.576	\$61.121.469

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Anual N°34, Balanza de Pagos

Elaborado por: Gabriela Parra

Cuadro No. 2**Producto Interno Bruto por Industria**

Estructura porcentual. A precios de 2007

Años Industrias/productos	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS, PRODUCTOS QUÍMICOS; DEL CAUCHO Y PLÁSTICO	1,76	1,67	1,64	1,77	1,82	1,85	1,84
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,26	1,14	1,12	1,21	1,22	1,20	1,17
Fabricación de productos del caucho y plástico	0,50	0,53	0,52	0,55	0,60	0,65	0,67
TOTAL PIB	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Anual N°34, Balanza de Pagos

Elaborado por: Gabriela Parra

Cuadro No. 3**Producto Interno Bruto por Industria****Tasas de variación - A precios de 2007**

Industrias/productos	Años						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS, PRODUCTOS QUÍMICOS; DEL CAUCHO Y PLÁSTICO	0,8	-1,0	0,5	14,4	4,0	5,0	7,3
Fabricación de sustancias y productos químicos	0,3	-5,7	0,6	15,2	1,4	2,1	5,1
Fabricación de productos del caucho y plástico	1,9	10,6	0,2	12,5	9,8	10,9	11,4
TOTAL PIB	5,3	4,4	2,2	6,4	1,0	3,3	8,0

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Anual N°34, Balanza de Pagos

Elaborado por: Gabriela Parra

Durante el año 2011, el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos representa \$1'123.219 dólares en relación a un PIB de \$ 61'121.469 dólares, lo cual porcentualmente representa el 1,84%, del cual, el 1,17% pertenece a la fabricación de sustancias y productos químicos y el 0,67% pertenece a la fabricación de productos de caucho y plástico. Por otro lado la tasa de variación del 2011 con relación al 2010 es del 7,3% para el subsector mencionado, información que se observa en los Cuadros No. 2 y 3.

3.4.2. Generación de valor agregado

En términos de valor agregado, según información del Instituto Nacional de Estadísticas Censos INEC, Manufactura y Minería 2009, el Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos presenta la siguiente información:

En el Cuadro No. 4 se presenta el valor agregado para cada una de las subdivisiones del Subsector investigado, siendo la “Fabricación de otros productos químicos” la subdivisión que presenta el mayor importe por Valor Agregado a precios del productor con \$316'900.012, y de esta subdivisión, la categoría de “Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir y perfumes y preparados de tocador”, aquella que presenta el mayor importe sobre el valor mencionado.

Cuadro No. 4

Valor agregado a Precios del Productor por Subdivisiones Año 2009

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONÓMICA	VALOR AGREGADO A PRECIOS PRODUCTOR
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 422.577.402
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS	\$ 105.677.390
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS, EXCEPTO ABONOS Y COMPUESTOS DE NITRÓGENO	\$ 48.430.220
FABRICACIÓN DE ABONOS Y COMPUES. DE NITRÓGENO	\$ 28.631.400
FABRICACIÓN DE PLÁSTICOS EN FORMAS PRIMARIAS Y DE CAUCHO SINTÉTICO	\$ 28.615.770
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 316.900.012
FABRICACIÓN DE PLAGUICIDAS Y OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS DE USO AGROPECUARIO	\$ 2.242.662
FABRICACIÓN DE PINTURAS, BARNICES Y PRODUCTOS DE REVESTIMIENTO SIMILARES, TINTA DE IMPRENTA Y MASILLAS	\$ 58.623.427
FABRICACIÓN DE PRODUC. FARMACÉUTICOS SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUC. BOTÁNICOS	\$ 78.923.076
FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES Y PREPARADOS DE TOCADOR	\$ 162.524.263
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS N.C.P.	\$ 14.586.584
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No. 5, se aprecian los importes por Valor Agregado a Precios del Productor por Tramos de Producción, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de producción superior a \$20'000.000 dólares.

Cuadro No. 5

Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y

Tramos de Producción Año 2009

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONOMICA Y TRAMOS DE PRODUCCIÓN	VALOR AGREGADO A PRECIOS DEL PRODUCTOR
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 422.577.402
HASTA \$19.999	-
DE \$20.000 A \$39.999	-
DE \$40.000 A \$199.999	\$ 58.294
DE \$200.000 A \$399.999	\$ 991.645
DE \$400.000 A \$799.999	\$ 5.501.454
DE \$800.000 A \$1.999.999	\$ 14.799.019
DE \$2.000.000 A \$3.999.999	\$ 11.780.475
DE \$4.000.000 A \$19.999.999	\$ 91.106.709
DE \$20.000.000 Y MÁS	\$ 298.339.806

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No. 6, se observan los importes por Valor Agregado a Precios del Productor por Tramos de Personal Ocupado, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de personal superior a 500 personas ocupadas.

Cuadro No. 6
Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y
Tramos de Personal Ocupado Año 2009
Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONOMICA Y TRAMOS DE PERSONAL OCUPADO	VALOR AGREGADO A PRECIOS DEL PRODUCTOR
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 422.577.402
DE 10 A 19	\$ 10.973.731
DE 20 A 49	\$ 32.901.272
DE 50 A 99	\$ 42.044.460
DE 100 A 199	\$ 105.741.492
DE 200 A 499	\$ 98.947.141
DE 500 Y MÁS	\$ 131.969.306

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

3.4.3. Exportaciones

En cuanto al comercio exterior, para el año 2011, Ecuador exporta 57.589 toneladas de productos químicos y farmacéuticos al exterior, es decir que este sector ocupa un 0,21% del total de exportaciones⁴⁸.

⁴⁸ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2001). *Boletín Anual N°34, Comercio Exterior*.

En el Cuadro No. 7, se encuentra la información compilada en el Boletín informativo del Banco Central, durante los últimos 7 años, en la rama de los productos industrializados, el sector de los productos químicos y farmacéuticos, presenta la siguiente información expresada en miles de dólares FOB (Free On Board, es decir franco a bordo, puerto de carga convenido).

Cuadro No. 7

Exportaciones del sector Químico y Fármacos

Período	Total Exportaciones	Total Industrializados	Químicos y Fármacos	% Industrializados	% Exportaciones
2007	\$ 14.321.316	\$ 3.683.656	\$ 115.844	3,14%	0,81%
2008	\$ 18.818.327	\$ 4.483.552	\$ 122.083	2,72%	0,65%
2009	\$ 13.863.058	\$ 3.337.606	\$118. 691	3,56%	0,86%
2010	\$17.489.928	\$ 3.969.367	\$ 190.229	4,79%	1,09%
2011	\$22.322.353	\$ 4.985.568	\$ 204.826	4,11%	0,92%
2012 (ene- nov)	\$21.887.095	\$ 5.003.663	\$240.836	4,81%	1,10%

Fuente: Boletín Económico Anual N° 34 Banco Central 2012

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.7 se observa que el sector de productos químicos y fármacos, en el período de enero a noviembre del 2012, representa el 4,81% del total de exportaciones de productos industrializados, y el 1,10% del total de exportaciones, presentando los porcentajes más alto del período analizado.

Cuadro No. 8**Participación porcentual de los Principales Productos de Exportación**

- Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles) -

	Ene-Nov 2009				Ene-Nov 2010			
	a	B	b/a	Partic.	A	B	b/a	Partic.
	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	en valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	en valor
No Petroteras	8.040	6.258.822	778	100,0%	7.034	7.093.898	1.008	100,0%
Tradicionales	5.541	3.087.312	557	49,3%	5.109	3.365.696	659	47,4%
No Tradicionales	2.499	3.171.510	1.269	50,7%	1.925	3.728.202	1.937	52,6%
Químicos y fármacos	49	110.601	2.259	1,8%	61	174.635	2.841	2,5%

Fuente: Boletín Económico Banco Central 2012

Elaborado por: Gabriela Parra

Cuadro No. 9**Participación porcentual de los Principales Productos de Exportación**

- Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles) -

	Ene-Nov 2011				Ene-Nov 2012			
	a	B	b/a	Partic.	a	B	b/a	Partic.
	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	en valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	en valor
No Petroteras	7.764	8.474.743	1.092	100,0%	7.529	9.189.559	1.221	100,0%
Tradicionales	5.612	4.102.026	731	48,4%	5.240	4.006.977	765	43,6%
No Tradicionales	2.153	4.372.717	2.031	51,6%	2.290	5.182.582	2.264	56,4%
Químicos y fármacos	50	188.859	3.743	2,2%	74	240.836	3.266	2,6%

Fuente: Boletín Económico Banco Central 2012

Elaborado por: Gabriela Parra

En los cuadros No. 8 y No. 9, se puede visualizar la proporción que representa el sector de productos químicos y fármacos dentro del grupo de las exportaciones no tradicionales, y a su vez la proporción que representan las exportaciones no tradicionales sobre el total de exportaciones no petroleras desde el año 2009 al 2012. Para noviembre del año 2012, el sector de productos químicos y fármacos llegó a representar el 2,6% del total de exportaciones no tradicionales.

En el Cuadro No.10, se puede visualizar la variación en términos porcentuales del volumen, valor FOB y valor unitario de las exportaciones entre los años 2011 y 2012, del sector de productos químicos y fármacos. Se puede detectar un crecimiento del 46,1% en el volumen de las exportaciones y del 27,5% del valor FOB, con una disminución del 12,7% en el valor unitario del sector de productos químicos y fármacos lo cual representa un crecimiento importante del sector.

Cuadro No. 10

**Participación porcentual de los Principales
Productos de Exportación (Variación)**
- Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles) -

	Variación 2012 – 2011		
	Volumen	Valor USD FOB	Valor unitario
No Petroleras	-3,0%	8,4%	11,8%
Tradicional	-6,6%	-2,3%	4,6%
No Tradicional	6,4%	18,5%	11,4%
Químicos y fármacos	46,1%	27,5%	-12,7%

Fuente: Boletín Económico Banco Central 2012

Elaborado por: Gabriela Parra

3.4.4. Importaciones

El Banco Central del Ecuador, en su Boletín Anual No. 34 del año 2012 presenta información relacionada con las importaciones del Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, que puede resumirse en los cuadros que preceden.

En el Cuadro No. 11, se presentan las Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria, expresadas en toneladas, en donde se detecta un crecimiento anual de la cantidad de importaciones, tanto para los productos de las industrias químicas como para el sector del plástico y caucho. En tal

virtud, para el año 2011, el total de importaciones de Productos de las Industrias Químicas y las industrias conexas alcanzó un total de 1'319.316 toneladas; mientras que para la sección del Plástico y sus manufacturas y el Caucho y sus manufacturas alcanzó un total de 564.610 toneladas.

Cuadro No. 11

Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria

Toneladas

Secciones / Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas	986.757	1.033.473	1.111.412	997.672	1.289.575	1.319.317
Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas.	381.676	402.342	468.519	464.282	525.271	564.610

Fuente: Boletín Anuario N°34 Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Parra

Por otro lado, tal y como se presenta en el Cuadro N°12, donde se presentan las Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria en miles de dólares FOB, se detectan los valores más altos en el 2011, considerando un análisis a partir del año 2006; con un total de \$ 2'724.577,66 dólares para los Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas y un total de \$ 1'389.750,41 para el sector del Plástico y sus manufacturas y del Caucho y sus manufacturas.

Cuadro No. 12**Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria**

Miles de dólares FOB

Secciones / Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas	1.323.334,36	1.560.822,53	2.095.141,19	1.834.297,67	2.323.390,59	2.724.577,66
Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas.	677.152,13	773.195,77	1.034.796,25	834.674,59	1.120.794,77	1.389.750,41

Fuente: Boletín Anuario N°34 Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Gabriela Parra

De igual manera, en el Cuadro No.13, donde se presentan las Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria en miles de dólares CIF, se detectan los valores más altos en el 2011, considerando un análisis a partir del año 2006; con un total de \$ 2'873.439,33 dólares para los Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas y un total de \$ 1'468.212,43 para el sector del Plástico y sus manufacturas y del Caucho y sus manufacturas.

Cuadro No. 13**Importaciones por secciones de la nomenclatura arancelaria**

Miles de dólares CIF

Secciones / Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas	1.413.643,81	1.669.231,29	2.239.175,46	1.938.332,17	2.464.488,09	2.873.439,33
Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas.	726.460,20	825.997,91	1.107.102,69	886.609,13	1.202.416,03	1.468.212,43

Fuente: Boletín Anuario N°34 Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Gabriela Parra

En el Cuadro No.14 se aprecian las importaciones por uso o destino económico, expresadas en toneladas, donde además de presentarse las mayores cantidades durante el año 2011 tanto para Productos Farmacéuticos y de Tocado, pertenecientes al grupo económico de Bienes de Consumo no duradero, como para Productos Químicos, pertenecientes al grupo económico de Materias primas y Productos intermedios para la industria, también se visualiza que estos representan el 0,88% y el 6,50% respectivamente, sobre el total de importaciones expresadas en toneladas durante el periodo 2011.

Cuadro No. 14**Importaciones por uso o destino económico**

Toneladas

Grupos económicos / Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Bienes de consumo no duradero	519.358	591.875	805.198	733.754	784.250	853.343
Productos farmacéuticos y de tocador	91.967	103.558	112.851	101.810	120.166	128.070
Materias primas y productos intermedios para la industria	3.653.693	3.761.992	3.992.801	3.559.094	4.394.441	4.548.907
Productos químicos	652.744	673.691	772.424	771.175	932.496	941.339
TOTAL	10.073.930	10.843.704	11.579.587	11.367.338	13.716.471	14.473.548

Fuente: Boletín Anuario N°34 Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Parra

El mismo análisis es realizado en el Cuadro No.15 para las Importaciones por uso o destino económico expresadas en miles de dólares FOB, en donde se detectan los mayores montos para el año 2011 en ambos grupos económicos, por un total de \$ 1'102.443,56 dólares destinados para el grupo de los Productos farmacéuticos y de tocador, y un total de \$ 2'039.324,02 dólares destinados para el grupo de Productos Químicos, representando el 4,80% y el 8,89% sobre el total de importaciones respectivamente.

Cuadro No. 15**Importaciones por uso o destino económico**

Miles de dólares FOB

Grupos económicos \ Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Bienes de consumo no duradero	1.493.821,10	1.793.698,50	2.354.729,12	1.892.039,44	2.248.438,50	2.731.358,18
Productos farmacéuticos y de tocador	605.755,25	707.455,56	859.221,57	822.313,34	951.518,61	1.102.443,56
Materias primas y productos intermedios para la industria	2.753.881,48	3.228.223,46	4.583.487,03	3.552.466,92	4.620.623,64	5.522.363,40
Productos químicos	959.266,35	1.097.680,65	1.456.620,15	1.235.327,30	1.686.622,20	2.039.324,02
TOTAL	11.266.018,47	12.895.240,61	17.551.929,71	14.071.449,55	19.278.703,03	22.945.806,62

Fuente: Boletín Anuario N°34 Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.16 se realiza el análisis para las Importaciones por uso o destino económico expresadas en miles de dólares CIF, en donde se detectan también los mayores montos para el año 2011 en ambos grupos económicos, por un total de \$ 1'142.444,92 dólares destinados para el grupo de los Productos farmacéuticos y de tocador, y un total de \$ 2'150.911,73 dólares destinados para el grupo de Productos Químicos, representando el 4,70% y el 8,86% sobre el total de importaciones respectivamente.

Cuadro No. 16**Importaciones por uso o destino económico**

Miles de dólares CIF

Grupos económicos / Años	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Bienes de consumo no duradero	1.589.577,85	1.904.103,32	2.498.743,24	1.984.944,02	2.371.886,77	2.861.741,26
Productos farmacéuticos y de tocador	628.620,25	732.789,81	892.857,64	851.139,25	986.625,98	1.142.444,92
Materias primas y productos intermedios para la industria	2.993.537,50	3.514.610,76	4.984.191,36	3.798.286,33	4.975.266,44	5.877.399,25
Productos químicos	1.025.975,68	1.168.919,95	1.553.382,55	1.314.025,80	1.797.168,08	2.150.911,73
TOTAL	12.113.559,76	13.893.461,60	18.851.930,53	15.089.890,43	20.590.850,80	24.286.066,92

Fuente: Boletín Anuario No.34 Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Parra

3.4.5. Consumo

El consumo intermedio hace referencia a aquellos bienes y servicios que se transforman en otros bienes y servicios durante el ciclo productivo, es decir

son los insumos usados en el proceso de producción⁴⁹. En términos de consumo intermedio, según información del Instituto Nacional de Estadísticas Censos INEC, Manufactura y Minería 2009, el Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos presenta la siguiente información:

En el Cuadro No.17 se presenta el consumo intermedio para cada una de las subdivisiones del Subsector investigado, siendo la Fabricación de otros Productos Químicos la subdivisión que presenta el mayor importe por Consumo Intermedio con \$ 568'807.811, y de esta subdivisión, la categoría de Fabricación de Jabones y Detergentes, Preparados para limpiar y pulir y Perfumes y Preparados de tocador, aquella que presenta el mayor importe sobre el valor mencionado.

⁴⁹ Cfr. INECPEDIA (2011). [http://www.ecuadorencifras.com:8080/inecpedia/index.php/Consumo_intermedio], **Consumo Intermedio**.

Cuadro No. 17**Consumo Intermedio por Subdivisiones**

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONÓMICA	CONSUMO INTERMEDIO
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 765.608.426,00
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS	\$ 196.800.615,00
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS, EXCEPTO ABONOS Y COMPUESTOS DE NITRÓGENO	\$ 48.965.461,00
FABRICACIÓN DE ABONOS Y COMPUES. DE NITRÓGENO	\$ 93.017.392,00
FABRICACIÓN DE PLÁSTICOS EN FORMAS PRIMARIAS Y DE CAUCHO SINTÉTICO	\$ 54.817.762,00
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 568.807.811,00
FABRICACIÓN DE PLAGUICIDAS Y OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS DE USO AGROPECUARIO	\$ 11.302.020,00
FABRICACIÓN DE PINTURAS, BARNICES Y PRODUCTOS DE REVESTIMIENTO SIMILARES, TINTA DE IMPRENTA Y MASILLAS	\$ 137.597.120,00
FABRICACIÓN DE PRODUC. FARMACÉUTICOS SUBSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUC. BOTÁNICOS	\$ 114.327.752,00
FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES Y PREPARADOS DE TOCADOR	\$ 263.665.728,00
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS N.C.P.	\$ 41.915.191,00
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.18, se observan los importes por Valor Agregado a Precios del Productor por Tramos de Producción, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de producción superior a \$20'000.000 dólares.

Cuadro No. 18
Consumo Intermedio por Actividad Económica y Tramos de
Producción

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONÓMICA Y TRAMOS DE PRODUCCIÓN	CONSUMO INTERMEDIO
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 765.608.426,00
HASTA 19.999	-
DE 20.000 A 39.999	-
DE 40.000 A 199.999	\$ 73.379,00
DE 200.000 A 399.999	\$ 1.482.612,00
DE 400.000 A 799.999	\$ 11.607.764,00
DE 800.000 A 1.999.999	\$ 28.717.743,00
DE 2.000.000 A 3.999.999	\$ 25.727.513,00
DE 4.000.000 A 19.999.999	\$ 154.548.165,00
DE 20.000.000 Y MÁS	\$ 543.451.250,00

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.19, se aprecian los importes por Consumo Intermedio por Tramos de Personal Ocupado, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de 200 a 499 personas ocupadas.

Cuadro No. 19
Valor agregado a Precios del Productor por Actividad Económica y
Tramos de Personal Ocupado
 Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONOMICA Y TRAMOS DE PERSONAL OCUPADO	CONSUMO INTERMEDIO
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	\$ 765.608.426,00
DE 10 A 19	\$ 20.792.741,00
DE 20 A 49	\$ 73.597.707,00
DE 50 A 99	\$ 51.493.530,00
DE 100 A 199	\$ 162.310.158,00
DE 200 A 499	\$ 259.968.578,00
DE 500 Y MÁS	\$ 197.445.712,00

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

3.4.6. Empleo

Para el año 2004, el subsector de productos y sustancias químicas empleó alrededor de 8.011 trabajadores, es decir alrededor del 15% del sector manufacturero, en donde el 21% eran mujeres, según resultados de la encuesta de manufactura y minería del INEC.⁵⁰ Para el año 2011, según datos de la Superintendencia de Compañías, el sector manufacturero emplea

⁵⁰ SENPLADES (2007). Op. Cit. p. 93.

a 62.476 trabajadores, para un total de 3102 compañías que presentan sus informes financieros según las NEC⁵¹.

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas Censos INEC, Manufactura y Minería 2009, el Subsector CIIU C20: Fabricación de substancias y productos químicos presenta la siguiente información relacionada con el número de empleados del sector y el total de remuneraciones.

En el Cuadro No.20 se observa el número de personal ocupado y el total de remuneraciones para cada una de las subdivisiones del Subsector investigado, siendo la Fabricación de otros Productos Químicos la subdivisión que presenta el mayor importe por un total de 8.474 personas ocupadas y un total de \$ 124'958.475 dólares, y de esta subdivisión, la categoría de Fabricación de Jabones y Detergentes, Preparados para limpiar y pulir y Perfumes y Preparados de tocador, aquella que presenta el mayor importe sobre ambos valores analizados.

⁵¹ Cfr. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, (2011). Op. Cit.

Cuadro No. 20**Personal Ocupado y Remuneraciones por Subdivisiones**

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONÓMICA	PERSONAL OCUPADO	REMUNERACIONES
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	10.271	\$ 153.499.319,00
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS	1.797	\$ 28.540.844,00
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS, EXCEPTO ABONOS Y COMPUESTOS DE NITRÓGENO	911	\$ 16.822.677,00
FABRICACIÓN DE ABONOS Y COMPUES. DE NITRÓGENO	461	\$ 5.990.551,00
FABRICACIÓN DE PLÁSTICOS EN FORMAS PRIMARIAS Y DE CAUCHO SINTÉTICO	425	\$ 5.727.616,00
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS	8.474	\$ 124.958.475,00
FABRICACIÓN DE PLAGUICIDAS Y OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS DE USO AGROPECUARIO	110	\$ 1.301.881,00
FABRICACIÓN DE PINTURAS, BARNICES Y PRODUCTOS DE REVESTIMIENTO SIMILARES, TINTA DE IMPRENTA Y MASILLAS	1.629	\$ 24.379.883,00
FABRICACIÓN DE PRODUC. FARMACÉUTICOS SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUC. BOTÁNICOS	2.865	\$ 40.153.164,00
FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES Y PREPARADOS DE TOCADOR	3.241	\$ 50.205.379,00
FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS N.C.P.	629	\$ 8.918.168,00
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-	-
FABRICACIÓN DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIAL.	-	-

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.21, se presentan los importes por Personal Ocupado y Remuneraciones por Tramos de Producción, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de producción superior a \$20'000.000 dólares.

Cuadro No. 21

Personal Ocupado y Remuneraciones por Actividad Económica y Tramos de Producción

Valores en Dólares

ACTIVIDAD ECONÓMICA Y TRAMOS DE PRODUCCIÓN	PERSONAL OCUPADO	REMUNERACIONES
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	10.271	\$ 153.499.319,00
HASTA 19.999	-	-
DE 20.000 A 39.999	-	-
DE 40.000 A 199.999	16	\$ 74.032,00
DE 200.000 A 399.999	124	\$ 852.780,00
DE 400.000 A 799.999	464	\$ 3.933.329,00
DE 800.000 A 1.999.999	1.076	\$ 10.271.508,00
DE 2.000.000 A 3.999.999	637	\$ 6.025.169,00
DE 4.000.000 A 19.999.999	3.517	\$ 42.479.752,00
DE 20.000.000 Y MÁS	4.437	\$ 89.862.749,00

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

En el Cuadro No.22, se observan los importes por Personal Ocupado y Remuneraciones por Tramos de Personal Ocupado, en donde se visualiza que la mayor cuantía pertenece al tramo de 100 a 199 personas ocupadas.

Cuadro No. 22**Personal Ocupado y Remuneraciones por Actividad Económica y Tramos de Personal Ocupado**

ACTIVIDAD ECONOMICA Y TRAMOS DE PERSONAL OCUPADO	PERSONAL OCUPADO	REMUNERACIONES
FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	10.271	\$ 153.499.319,00
DE 10 A 19	576	\$ 4.888.153,00
DE 20 A 49	1.313	\$ 15.915.136,00
DE 50 A 99	1.140	\$ 14.683.111,00
DE 100 A 199	2.941	\$ 44.955.169,00
DE 200 A 499	2.935	\$ 42.606.940,00
DE 500 Y MÁS	1.366	\$ 30.450.810,00

Fuente: INEC Manufactura y Minería 2009

Elaborado por: Gabriela Parra

3.5. INDICADORES FINANCIEROS DEL SUBSECTOR C20 FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.

3.5.1. Índice de Liquidez Corriente

El cálculo de la liquidez corriente de una compañía se obtiene al dividir el Activo Corriente entre el Pasivo Corriente, indicador que permite conocer la capacidad de la compañía para hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos

químicos, se puede apreciar en el Cuadro No.23 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 23

Índice de Liquidez Corriente Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	LIQUIDEZ CORRIENTE		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	1,9977	10,4341	-0,5726
Fabricación de otros productos químicos.	3,3392	98,3956	-0,0565

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Según los resultados que refleja la información obtenida, las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias y las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio un índice de liquidez corriente superior a 1, lo que significa que tienen más activo corriente que pasivo corriente, pudiendo hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo, tomando en cuenta sus inventarios, mismos que deberían ser vendidos para cubrir sus obligaciones.

3.5.2. Prueba Ácida

Este indicador permite medir la liquidez de una compañía para enfrentar sus obligaciones en el corto plazo; se calcula dividiendo el activo corriente menos los inventarios para el pasivo corriente. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede observar en el Cuadro No. 24 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 24

Prueba Ácida Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	PRUEBA ACIDA		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	1,4787	11,4227	-0,7627
Fabricación de otros productos químicos.	2,6935	98,8247	-0,2227

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Según los resultados que refleja la información obtenida, las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias y las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos

químicos, tienen como resultado en promedio una prueba ácida superior a 1, lo que significa que cuentan con la liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo, sin necesidad de vender sus inventarios.

3.5.3. Índice de endeudamiento del Activo

Este indicador permite medir el porcentaje de los fondos totales de la compañía que han sido financiados por acreedores; se calcula dividiendo el activo total para el pasivo total. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede visualizar en el Cuadro No.25 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 25

Endeudamiento Año 2010 del Activo para el Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	0,5950	2,5076	-2,3449
Fabricación de otros productos químicos.	0,5979	2,3405	-2,7643

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias y las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio un índice de endeudamiento del activo de 0,59, lo que significa que alrededor del 59% de los fondos totales de las compañías ha sido financiado por acreedores o en otras palabras que el 59% de los activos de la empresa están comprometidos con los acreedores.

3.5.4. Índice de Endeudamiento Patrimonial

Este indicador permite medir el grado en que el Patrimonio puede responder a las obligaciones con acreedores, además permite conocer si son los acreedores o los propietarios quienes financian mayormente a la empresa; se calcula dividiendo el pasivo total para el patrimonio. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede apreciar en el Cuadro No. 26 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 26**Endeudamiento Patrimonial Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos**

SUBSECTOR	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	2,1454	12,2924	-0,9497
Fabricación de otros productos químicos.	2,3243	12,7212	-1,1788

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias y las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio un índice de superior al 200%, lo que indica que el patrimonio de la empresa está comprometido con sus acreedores, lo cual no es un buen indicador de endeudamiento.

3.5.5. Apalancamiento Financiero

Este indicador permite medir el porcentaje de capital recibido por terceros, y se calcula dividiendo la deuda total para el patrimonio. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20:

Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede observar en el Cuadro No. 27 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 27

Apalancamiento Financiero Año 2010 para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	APALANCAMIENTO FINANCIERO		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	2,6018	13,5229	-1,1259
Fabricación de otros productos químicos.	2,6611	13,2360	-1,2387

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias y las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio un apalancamiento financiero superior a 2,6 lo que significa que por cada dólar invertido por los accionistas, se reciben 2,6 dólares de terceros.

3.5.6. Rotación del Activo Fijo

Este indicador permite medir la eficiencia de las empresas con la administración de sus activos y se calcula dividiendo las ventas para los activos, cuyo resultado se indica en el número de días de tardan los activos para convertirse en efectivo. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de substancias y productos químicos, se puede ver en el Cuadro No. 28 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 28

Rotación del Activo Fijo para el Subsector CIU C20: Fabricación de substancias y productos químicos

SUBSECTOR	ROTACION DEL ACTIVO FIJO		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	67,4103	3047,8733	-0,0578
Fabricación de otros productos químicos.	45,1087	1559,6274	-0,1462

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias tienen en promedio una rotación del activo fijo de 67 veces

en el año, lo cual traduciendo a días representa una rotación cada 5 días. Las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio una rotación de activos fijos de 45 veces lo que significa que sus activos rotan cada 8 días.

3.5.7. Rentabilidad Neta del Activo

Este indicador permite determinar la rentabilidad del activo mostrando la eficiencia de la empresa en el uso de sus activos; se calcula dividiendo la utilidad neta sobre el activo total. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede ver en el Cuadro No. 29 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 29

Rentabilidad Neta del Activo para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, abonos y compuestos de nitrógeno y plásticos y caucho sintético en formas primarias.	0,1559	8,3015	-0,7384
Fabricación de otros productos químicos.	0,1696	8,3474	-0,9447

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias tienen en promedio una rentabilidad neta del activo del 15,59%, mientras que las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio una rentabilidad neta del activo del 16,96%; lo cual es un buen resultado.

3.5.8. Rentabilidad Operacional del Patrimonio

Este indicador permite determinar la rentabilidad del patrimonio de una empresa durante un determinado periodo; se calcula dividiendo la utilidad neta sobre el patrimonio y multiplicando. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede ver en el Cuadro No. 30 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 30

**Rentabilidad Operacional del Patrimonio para el Subsector CIU C20: Fabricación de
sustancias y productos químicos**

SUBSECTOR	RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	0,4224	7,2997	-1,0698
Fabricación de otros productos químicos.	0,4792	6,9722	-7,2123

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias tienen en promedio una rentabilidad operacional del patrimonio del 42,24%, mientras que las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos químicos, tienen en promedio una rentabilidad operacional del patrimonio del 47,92%; lo cual representa una alta rentabilidad del patrimonio que tienen las empresas de este subsector.

3.5.9. Rentabilidad Financiera

Este indicador permite calcular el beneficio económico obtenido con los recursos que se utilizaron; se calcula dividiendo el beneficio neto después de impuestos para los fondos propios de la empresa. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías para el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se puede ver en el Cuadro No. 31 los resultados para este subsector.

Cuadro No. 31

Rentabilidad Financiera para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

SUBSECTOR	RENTABILIDAD FINANCIERA		
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO
Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias.	0,4464	8,5915	-0,7746
Fabricación de otros productos químicos.	0,4549	8,0475	-1,1199

Fuente: Superintendencia de Compañías “Indicadores Financieros NEC 2010”

Elaborado por: Gabriela Parra

Las industrias que se dedican a la fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias tienen en promedio una rentabilidad financiera del 44,64%, mientras que las industrias que se dedican a la fabricación de otros productos

químicos, tienen en promedio una rentabilidad financiera del 45,49%; lo cual representa una alta rentabilidad de los fondos que invierten las compañías de este subsector para generar ingresos.

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

Hoy en día la forma tradicional de hacer empresa se ha visto alterada por aspectos como la globalización, el cambio climático, la presencia de los medios de comunicación, los avances tecnológicos y la disposición de información a nivel mundial que cada día es más accesible a las personas.

Todos estos aspectos han generado en las empresas de todo tamaño, una preocupación por demostrar una mayor transparencia y confianza hacia la sociedad en general, pues esto no sólo influye en la imagen que proyectan sino que también en sus niveles de ingresos, en la atracción de inversionistas, en aspectos normativos y legales, entre otros. Es importante tener en cuenta que la RSE se integra a las estrategias de negocio de las empresas y se vuelve un elemento crucial para la

generación de riqueza a largo plazo, la sustentabilidad del lucro y la generación de valor y competitividad⁵².

En su obra “Responsabilidad Social Empresaria hacia un Pacto Global en el Agro”, Gustavo Secilio afirma que la responsabilidad social empresarial no tiene un molde o modelo único aplicable a todas las organizaciones, sino más bien se trata de un proceso con factores y prioridades diferentes en cada compañía, dependiendo del entorno donde se desarrollan y de las estrategias que tienen definidas. Cada empresa consta de grupos de interés con características únicas e independientes, además que factores como el tamaño de la empresa, su ubicación y giro del negocio pueden influir en la determinación de políticas o estrategias de responsabilidad social. Lo óptimo consiste en que las empresas pongan en práctica políticas y estrategias de responsabilidad social empresarial que sean rentables y a la vez beneficien a la comunidad en donde se implementan.

En el caso específico de Latinoamérica, las prácticas oficiales de Responsabilidad Social Empresarial fueron introducidas por grandes compañías internacionales a principios de los años 90, mismas que aportaron con sus métodos comerciales, medidas de eficiencia y rebaja de costos, y nuevas herramientas administrativas como los códigos de conducta, las certificaciones ambientales, los reportes no

⁵² Cfr. G. SECILIO (2006). Op. Cit. p. 66.

financieros y la inversión comunitaria. Por ello, a finales de los 90 el término de Responsabilidad Social fue realmente reconocido en la región y se diferenció de la filantropía empresarial; y países como Argentina, Brasil, Chile y México participaron como iniciadores de esta nueva tendencia. Actualmente, estos países son sedes de instituciones de RSE como el Instituto Ethos en Brasil, AcciónRSE en Chile, CEMEFI o Centro Mexicano para la Filantropía en México y el IARSE o Fundación Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria en Argentina⁵³.

En la actualidad, existe una creciente cantidad de iniciativas y prácticas desarrolladas en la región, añadiendo a esto la participación de un mayor número de sectores de la sociedad y la colaboración de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM) y la Organización de Estados Americanos (OEA) que organizan conferencias y seminarios sobre RSE, entre ellos la conferencia anual sobre RSE en América Latina organizada por el BID. Adicional a esto, la participación de la sociedad civil, asociaciones empresariales y universidades ha generado programas e iniciativas en torno al tema de RSE.

⁵³ Ibidem. p. 72.

Existen varias razones que motivan a América Latina para la adopción de prácticas de RSE, como lo son la integración en mercados mundiales, el desarrollo y cumplimiento de nueva normativa y leyes, la presión de los consumidores y medios de comunicación que se preocupan por el impacto de las empresas en la sociedad, el acceso a financiamiento, la reputación corporativa, e incluso el requerimiento que imponen las multinacionales a sus proveedores en cuanto al cumplimiento de normativa internacional.

Un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), revela que la gran mayoría de las PYMEs de Latinoamérica, a pesar de desconocer formalmente el concepto de RSE, realizan en su gran mayoría acciones ligadas a esta; sin embargo solo una pequeña proporción de estas empresas tienen un alto grado de implantación de actividades relacionadas con la RSE, sobre todo las PYMEs más grandes, las manufactureras, aquellas dedicadas a la exportación y aquellas con una buena situación económica.

En las PYMEs de Latinoamérica se encuentra una tendencia hacia una mayor responsabilidad social empresarial interna que externa. Alrededor del 95% de las PYMEs en Latinoamérica realizan alguna actividad de RSE interna (dirigida hacia sus colaboradores y el buen funcionamiento de la empresa), ligadas a campos como la conciliación del trabajo y la familia, la igualdad de oportunidades, la salud y bienestar de los trabajadores y su participación en la empresa. Por el contrario, las

actividades de RSE de tipo externo en las PYMEs de Latinoamérica tienen un carácter reactivo a pesar de no encontrarse mayormente dentro de las estrategias empresariales de las mismas, así alrededor de un 39% y 52% de las PYMEs no realizan ninguna acción de RSE externa y medioambiental respectivamente. Las actividades de RSE de tipo externo y medioambiental responden principalmente a razones éticas, religiosas, al deseo de mejorar la relación con la comunidad, factores económicos y de promoción de la imagen y prestigio social de la empresa para obtener una mayor competitividad; sin embargo las PYMEs aducen la falta de participación en actividades de RSE externas debido a la falta de recursos financieros.

Esta participación por parte de las empresas latinoamericanas en una lucha por asumir y mejorar sus niveles de Responsabilidad Social Empresarial, no sólo involucra a las multinacionales o grandes empresas, sino también a las medianas y pequeñas empresas, las cuales incluso son mencionadas en el Libro Verde en el cual se afirma que a pesar de que el fomento de la responsabilidad social ha correspondido a grandes empresas o multinacionales, esta es importante en todo tipo de empresa y en todos los sectores de la actividad, desde las PYMEs hasta las multinacionales; y el poner en práctica esto en las PYMEs es imperativo por la importancia de su contribución a la economía y la generación de plazas de trabajo. La importancia de las PYMEs en Latinoamérica no se limita a su cantidad, sino más

bien a factores como la generación de empleo formal o informal, su aportación al PIB o ventas nacionales, y su colaboración como amortiguadores del desempleo.

CAPITULO IV

ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1. METODOLOGÍA APLICADA

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 Latinoamérica, y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación exploratoria, es una investigación preliminar que busca obtener más información para familiarizarse con un tema del que se tiene conocimiento general, con el propósito de generar futuras investigaciones o hipótesis, por ello requiere de una investigación más profunda para obtener evidencias concluyentes.

La investigación exploratoria puede usar diferentes herramientas de investigación como las encuestas piloto, encuestas de experiencia, análisis de datos secundarios, análisis de caso, observación, sesiones de grupo, entre otras.

Después de realizar una investigación exploratoria, la investigación concluyente es el paso del método científico, que nos permite comprobar las hipótesis planteadas y definir conclusiones con cierto grado de certeza. Sin embargo, cuando se trata de estudios descriptivos, la investigación concluyente deja parte a juicio al investigador⁵⁴.

Existen varios tipos de investigaciones concluyentes, dentro de las cuales se encuentra la investigación concluyente descriptiva. La investigación descriptiva, como su nombre lo dice, describe los comportamientos y características relevantes de un grupo de individuos que está siendo estudiado, analizando el grado de asociación entre variables. Dentro de la investigación descriptiva, existen dos tipos de diseños: el transversal y el longitudinal; la diferencia entre estos, es que el diseño transversal consiste en realizar una única observación de la muestra en un momento determinado, mientras que el diseño longitudinal, realiza varias observaciones sobre una única muestra.

⁵⁴ Cfr. M., BENASSINI (2001). *Introducción a la investigación de mercados: Un enfoque para América Latina*. Pearson Educación. p 76.

La investigación concluyente descriptiva utiliza el método de la encuesta personal y como herramienta básica el cuestionario para recopilar la información requerida. Para realizar este diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la gestión de responsabilidad social en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, se ha elaborado el cuestionario que permitirá evaluar la situación actual del subsector estudiado, y realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones. El cuestionario, en la primera parte, muestra la identificación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, un campo de solicitud de confirmación de datos de la empresa encuestada y 150 preguntas cerradas de alternativa múltiple, pudiendo el encuestado escoger sólo 1 de las 3 opciones de respuesta (Sí, No y Parcialmente), que se aplican para los tres ejes estratégicos en estudio: Ética y Transparencia, Calidad de vida, y Generación y Distribución de la Riqueza.

En el Anexo 1, se detalla el cuestionario que se aplicará para efectos de esta investigación.

4.1.1. Técnicas de recolección de información

Datos primarios.- Se originan para cumplir con el propósito específico del estudio y atender el problema planteado; pueden ser cualitativos y cuantitativos. Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilarán utilizando un cuestionario estructurado, aplicado mediante un estudio de campo, el mismo que se adjunta en el Anexo 1; este será aplicado a los Gerentes Generales o responsables asignados de las empresas de la muestra que se determine para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, y que en este caso corresponde a 45 empresas.

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

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

Datos secundarios.- Información que ya fue recopilada para fines distintos de otros problemas planteados, pueden ser de fuentes internas o externas

que se apliquen al Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos. La información se tomará de artículos relacionados con la actividad de las PYMEs contenidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas de Internet, estadísticas del INEC, anuario 2011 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

Para este estudio, se cuenta con una población integrada por las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito del Subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos y según la Superintendencia de Compañías llevan a cabo actividades de elaboración de elementos químicos (excepto gases industriales y metales básicos). Para la investigación, a este listado, se agregan las empresas que constan en las bases de datos de investigaciones anteriores y cuya existencia está confirmada.

La población de este subsector está constituida por 83 empresas pertenecientes a una base de datos obtenida de la Superintendencia de Compañías, en donde se detallan todas las PYMES registradas actualmente

en el Distrito Metropolitano de Quito, del CIU Rev. 4, La referencia de esta población se encuentra en el Anexo 2, en donde se detalla el nombre de la empresa, RUC y el código del CIU.

Cuadro No. 32

Ficha técnica de la población del CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

INFORMACIÓN	DATOS
Población	83 empresas
Rama de actividad	C- Industria Manufacturera
Rama de Sub-Actividad	C 20- Fabricación de Sustancias y Productos Químicos
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2012

Fuente: Base de datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Gabriela Parra

4.1.1.1 Tamaño de muestra para proporciones y poblaciones finitas

La muestra de la población conformada por 83 empresas se obtiene mediante la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple. Esta técnica permite que cada miembro de la población

tenga una probabilidad igual e independiente de ser seleccionado para formar parte de la muestra⁵⁵.

Para una población finita, como la de este estudio se aplica la siguiente fórmula:

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

En donde:

Cuadro No. 33
Cálculo de la Muestra

Símbolo	Variable	Valor
<i>n</i>	Muestra	45
<i>N</i>	Población Total	83
<i>z</i>	Probabilidades de Área para la Distribución Normal Estándar	1,96
<i>P</i>	Proporción de aceptación	0,5
	Nivel de confianza	95%
<i>E</i>	Error máximo	10%

Fuente: Base de datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Gabriela Parra

⁵⁵ Cfr. N., SALKIND. (1998). *Métodos de Investigación*. Pearson Education. p. 97.

$$n = \frac{83 \times 1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(83 - 1) \times 0,1^2 + 1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{79,7132}{1,7804}$$

$$n = 44,77$$

$$n = 45$$

Según la fórmula aplicada, la muestra es de 45 empresas.

4.1.3. Trabajo de Campo

La encuesta que se utiliza en la investigación se basa en la propuesta UNIAPAC con el Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial, misma que se aplica planificando visitas a las 45 PYMEs de la muestra, mediante un acercamiento y presentación ante los gerentes generales o mandos directivos, esto con el objetivo de obtener mayor información sobre el tipo de industria estudiada.

En primera instancia, se estableció un contacto telefónico o mediante correo electrónico con los representantes legales o gerentes generales de las empresas que constan en la muestra, con el fin de planificar una visita a sus empresas.

Siguiendo este proceso, fue necesario en primer lugar identificarse y dar una referencia sobre el estudio que se estaba realizando. A continuación se procedió a verificar los datos de la empresa, ubicación y persona a ser encuestada (Gerente General o Representante Legal), para proceder a solicitar una cita para visitar la empresa y aplicar la encuesta.

En muy pocas ocasiones, el trabajo de concretar la cita fue sencillo, puesto que en muchas empresas los gerentes generales o representantes legales se encontraban ausentes u ocupados. En ciertos casos, existía temor al tratarse de una encuesta sobre Responsabilidad Social Corporativa, ya que lo asociaban a temas de control o auditoría por parte de alguna institución gubernamental. Y por otro lado, se presentaron casos en los que los números y correos electrónicos de contacto de la empresa, estaban errados y no se lograba contactar.

Finalmente, el número de citas que se logró concretar fue bastante bajo, de hecho inferior a la muestra, puesto que a pesar de llamar a todas las empresas de la población, la accesibilidad a conceder una cita fue escasa.

A continuación, se puede visualizar en resumen todas las situaciones que se presentaron al aplicar la encuesta a la muestra:

Cuadro No. 34
Resumen de llamadas y visitas

DESCRIPCION	No. Empresas
No desea colaborar	32
No corresponde el teléfono/dirección	8
No existe	2
Empresas no contactadas	7
Solicitaron encuesta por mail y no contestaron	3
Citas obtenidas	31
TOTAL POBLACIÓN	83

Fuente: Base de datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Gabriela Parra

4.1.4. Tabulación de datos

Los datos que se obtuvieron aplicando la encuesta a los gerentes de las empresas se tabularon usando Microsoft Excel, herramienta que fue de mucha utilidad el momento de procesar estadísticamente la información obtenida. Como consecuencia de este procesamiento de datos, se elaboraron cuadros y representaciones gráficas que permiten visualizar y comparar los resultados obtenidos, para interpretar y analizar de tal manera que permita obtener el diagnóstico del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos.

4.1.5. Metodología UNIAPAC para las PYMEs

La metodología empleada en esta investigación está basada en la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs de la industria de sustancias y productos químicos del Distrito Metropolitano de Quito.

El Protocolo de RSE de UNIAPAC Latinoamérica tiene como objetivo sugerir de manera sencilla la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, siendo esta la oportunidad de promover el respeto a la persona humana como el centro de atención para que una empresa se vuelva productiva, más justa y humana, generando un valor agregado. UNIAPAC tiene como compromiso principal el orientar, acompañar y poner en contacto a empresarios interesados y conscientes de la problemática de la competitividad y sustentabilidad empresarial, promoviendo así la visión de RSE y facilitando su implementación.

Es importante que los empresarios identifiquen aquellos puntos de mejora en sus organizaciones y definan con claridad la meta a alcanzar. Para ello el Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial proporciona un conjunto de herramientas y metodologías para medir los avances con los principios y valores propuestos por el pensamiento social cristiano, iniciando con un autodiagnóstico para evaluar la situación social de la empresa en distintos campos. Con el autodiagnóstico obtenido, el empresario puede, bajo su propio criterio y decisión, plantear su estrategia en aquellos aspectos que piensa cambiar para mantener un mejor entorno.

El Protocolo de la RSE de UNIAPAC parte de principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), e implica ser congruente con estos principios. Para encontrar esa congruencia, se debe iniciar con un “Autodiagnóstico de Sostenibilidad”, que permite obtener una primera visión de fortalezas y riesgos frente a los grupos relacionados con la empresa; y así orientar a la toma de decisiones y gestión cotidiana, analizando las áreas críticas y definiendo indicadores para controlar las acciones y avances.

4.1.5.1 Matriz de Sostenibilidad y Congruencia

La Matriz de Sostenibilidad y Congruencia es la herramienta que relaciona las tres líneas de acción estratégicas con los ocho grupos de interés o stakeholders, obteniendo 24 áreas de acción con mínimos exigibles. Mediante esta matriz se puede apreciar de manera comparativa el resultado del Autodiagnóstico de Sostenibilidad, determinando sus fortalezas y debilidades, para el desarrollo de buenas y constructivas relaciones con los grupos de interés⁵⁶.

La Tabla No. 1 muestra los valores máximos posibles que se pueden obtener en cada línea estratégica por cada grupo de interés. Estos valores son referentes contra los que se comparan los resultados obtenidos por las empresas encuestadas.

⁵⁶ Cfr. UNIAPAC INTERNACIONAL (2010). *Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral*. p. 20.

Tabla No. 1

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

Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social Uniapac

Elaborado por: Gabriela Parra

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU C20: FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1. Ética y transparencia

Como se menciona en el Protocolo de Responsabilidad Social de la Uniapac, la ética y transparencia hacen referencia a las necesidades trascendentes de la persona, a la vigencia de valores⁵⁷.

⁵⁷ Ibidem, p.18.

La palabra Ética se deriva del griego *ethos*, que significa carácter o modo de ser, mismo que debe ser construido, pues no se trata de algo innato, sino algo que se hace, se construye y se forma día a día. La ética nos orienta a construir un carácter y para ello también es importante incorporar valores y hábitos. Por ello tanto las personas como las organizaciones deben actuar prudentemente y con ética.⁵⁸ Las organizaciones, tanto públicas como privadas, actualmente entienden la utilidad de aplicar la ética a sus decisiones, así como su importancia para la continuidad y desarrollo a largo plazo de sus empresas.⁵⁹

Una vez realizadas las encuestas a las 31 empresas, en el Cuadro No. 35 Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado, en base al modelo UNIAPAC. En el mencionado cuadro, se analizan las brechas existentes entre el resultado obtenido para cada stakeholder, y el valor deseado, expresando en porcentaje la relación de la brecha contra el valor deseable.

⁵⁸ Cfr. F. NAVARRO. *Responsabilidad Social Corporativa*. Segunda Edición ESIC Editorial. p.48-49

⁵⁹ *Ibíd.* p. 33

El grupo de “Los accionistas e inversionistas” obtuvieron una respuesta de 10,68/12 puntos, con una brecha 1,32 puntos. Las “Personas que integran la empresa” obtuvieron una respuesta de 13,55/16 puntos, con una brecha igual a 2,45 puntos; los “Proveedores” con 9,06/12 y una brecha de 2,94; los “Distribuidores, clientes y consumidores” con 9,97/12 y una brecha de 2,03; el “Gobierno” con 11,13/14 y una brecha 2,87; la “Comunidad-sociedad” con 8,74/14 y la brecha de 5,26; la “Competencia” con 8,19/10 y una brecha de 1,81; y finalmente, las “Generaciones Futuras” con 8,23/10 puntos y una brecha de 1,77 puntos.

Al comparar el valor de la respuesta obtenida contra el valor deseable, en el Gráfico No. 5 Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia, se observa que la mayor brecha para el Subsector CIU C20: Fabricación de substancias y productos químicos, es para el Stakeholder: “Comunidad-sociedad” con el 37,56 por ciento; le siguen los “Proveedores” con el 24,46; “Gobierno” con el 20,51; “Competencia” con el 18,06; “Generaciones futuras” con el 17,74; “Distribuidores, clientes y consumidores” con el 16,94; “Personas que integran la empresa” con el 15,32; y finalmente, con la menor brecha, se ubican “Los accionistas e inversionistas” con el 11,02 por ciento.

Cuadro No. 35**Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia**

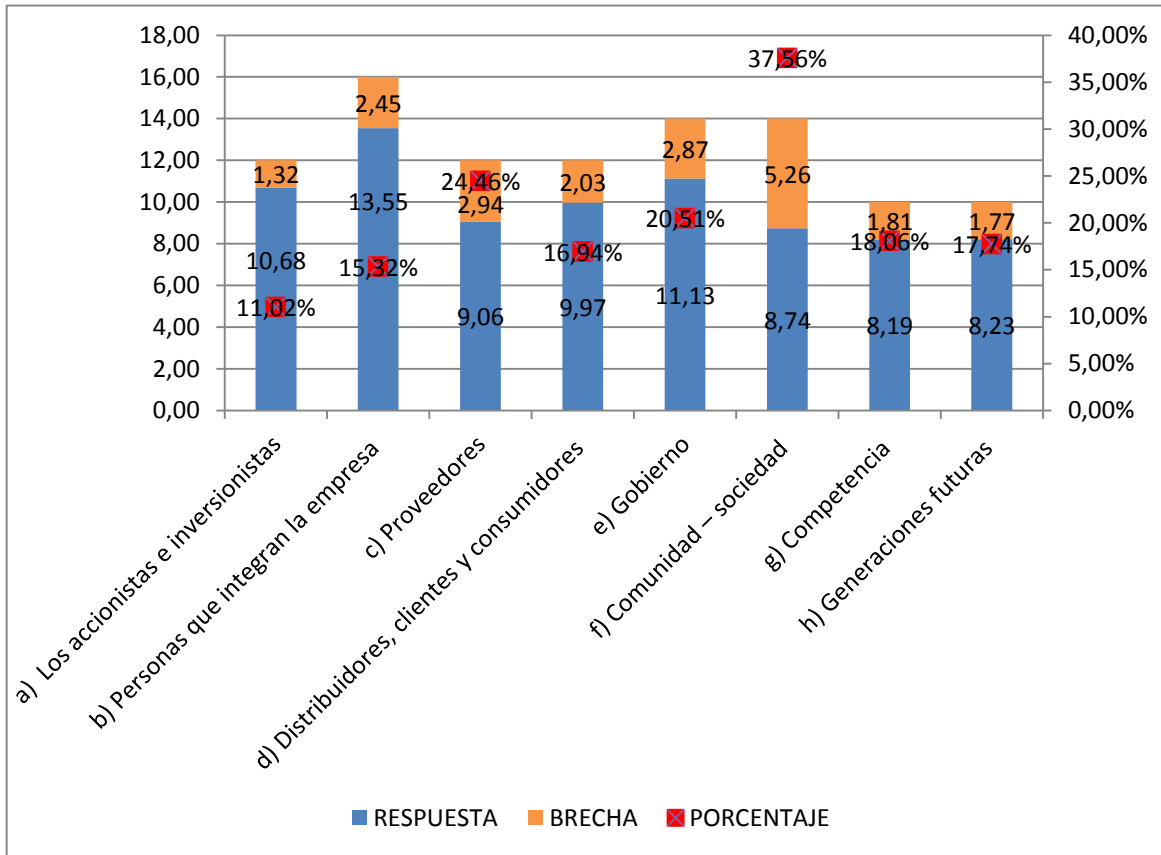
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	10,68	12,00	1,32	11,02%
b) Personas que integran la empresa	13,55	16,00	2,45	15,32%
c) Proveedores	9,06	12,00	2,94	24,46%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,97	12,00	2,03	16,94%
e) Gobierno	11,13	14,00	2,87	20,51%
f) Comunidad – sociedad	8,74	14,00	5,26	37,56%
g) Competencia	8,19	10,00	1,81	18,06%
h) Generaciones futuras	8,23	10,00	1,77	17,74%

Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico N° 5

Resultados Línea Estratégica I: Ética y transparencia



Fuente: Cuadro No.35 Línea Estratégica I: Ética y transparencia
 Elaborado por: Gabriela Parra

5.1.2. Calidad de vida

Como se menciona en el Protocolo de Responsabilidad Social de la UNIAPAC, la calidad de vida hace referencia a las necesidades del ser o a

las necesidades humanas⁶⁰. Permite evaluar el bienestar social de individuos y sociedades, y como las empresas y organizaciones se preocupan por esto.

Una vez realizadas las encuestas a las 31 empresas, en el Cuadro No. 36 Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado, en base al modelo UNIAPAC.

El grupo de “Los accionistas e inversionistas” obtuvieron una respuesta de 11,35/14 puntos, con una brecha 2,65 puntos. Las “Personas que integran la empresa” obtuvieron una respuesta de 13,61/16 puntos, con una brecha igual a 2,39 puntos; los “Proveedores” con 8,77/12 y una brecha de 3,23; los “Distribuidores, clientes y consumidores” con 14,26/16 y una brecha de 1,74; el “Gobierno” con 4,06/10 y una brecha 5,94; la “Comunidad-sociedad” con 3,9/10 y la brecha de 6,1; la “Competencia” con 4,23/10 y una brecha de 5,77; y finalmente, las “Generaciones futuras” con 8,65/12 puntos y una brecha de 3,35 puntos.

Al comparar el valor de la respuesta obtenida contra el valor deseable, en el Gráfico No. 6 Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida, se observa

⁶⁰ Cfr. UNIAPAC INTERNACIONAL (2010). Op. Cit. p. 18.

que la mayor brecha para el Subsector CIU C20: Fabricación de substancias y productos químicos, es para el Stakeholder: “Comunidad-sociedad” con el 60,97 por ciento; le sigue el “Gobierno” con el 59,35; la “Competencia” con el 57,74; las “Generaciones futuras” con 27,96; los “Proveedores” con 26,88; “Los accionistas e inversionistas” con 18,89; las “Personas que integran la empresa” con 14,92; y finalmente con la menor brecha se ubican los “Distribuidores, clientes y consumidores” con el 10,89 por ciento.

Cuadro No. 36

Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida

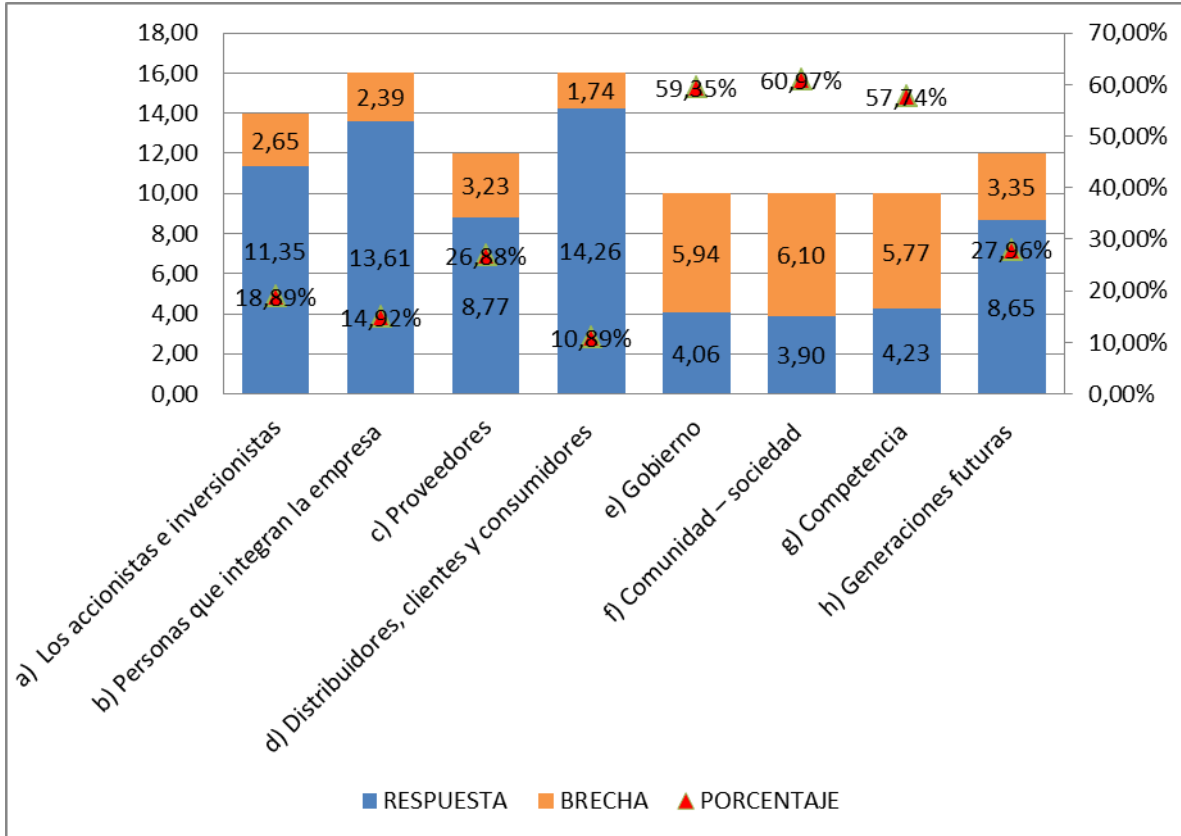
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	11,35	14,00	2,65	18,89%
b) Personas que integran la empresa	13,61	16,00	2,39	14,92%
c) Proveedores	8,77	12,00	3,23	26,88%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	14,26	16,00	1,74	10,89%
e) Gobierno	4,06	10,00	5,94	59,35%
f) Comunidad – sociedad	3,90	10,00	6,10	60,97%
g) Competencia	4,23	10,00	5,77	57,74%
h) Generaciones futuras	8,65	12,00	3,35	27,96%

Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico No. 6

Resultados Línea Estratégica II: Calidad de vida



Fuente: Cuadro No 36 Línea Estratégica II: Calidad de vida

Elaborado por: Gabriela Parra

5.1.3. Generación y distribución de la riqueza

Como se menciona en el Protocolo de Responsabilidad Social de la UNIAPAC, la Generación y Distribución de la riqueza hace referencia a las

necesidades materiales⁶¹ de los grupos de interés y la gestión de la empresa u organización en función de esto.

Una vez realizadas las encuestas a las 31 empresas, en el Cuadro No 37 Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los 8 stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado, en base al modelo UNIAPAC.

El grupo de “Los accionistas e inversionistas” obtuvieron una respuesta de 8,87/12 puntos, con una brecha 3,13 puntos. Las “Personas que integran la empresa” obtuvieron una respuesta de 9,81/14 puntos, con una brecha igual a 4,19 puntos; los “Proveedores” con 7,29/14 y una brecha de 6,71; los “Distribuidores, clientes y consumidores” con 11,9/16 y una brecha de 4,1; el “Gobierno” con 8,52/10 y una brecha 1,48; la “Comunidad-sociedad” con 4,42/12 y la brecha de 7,58; la “Competencia” con 9,1/12 y una brecha de 2,9; y finalmente, las “Generaciones futuras” con 7,19/10 puntos y una brecha de 2,81 puntos.

Al comparar el valor de la respuesta obtenida contra el valor deseable, en el Gráfico No. 7 Resultados Línea Estratégica III: Generación y distribución de

⁶¹ Ibidem, p. 18.

la riqueza, se observa que la mayor brecha para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, es para el Stakeholder: “Comunidad-sociedad” con el 63,17 por ciento; le siguen los “Proveedores” con el 47,93 por ciento; las “Personas que integran la empresa” con el 29,95; las “Generaciones futuras” con el 28,06; “Los accionistas e inversionistas” con el 26,08; los “Distribuidores, clientes y consumidores” con el 25,60; la “Competencia” con el 24,19; y finalmente con la menor brecha se ubica el “Gobierno” con el 14,84 por ciento.

Cuadro No. 37

Resultados Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza

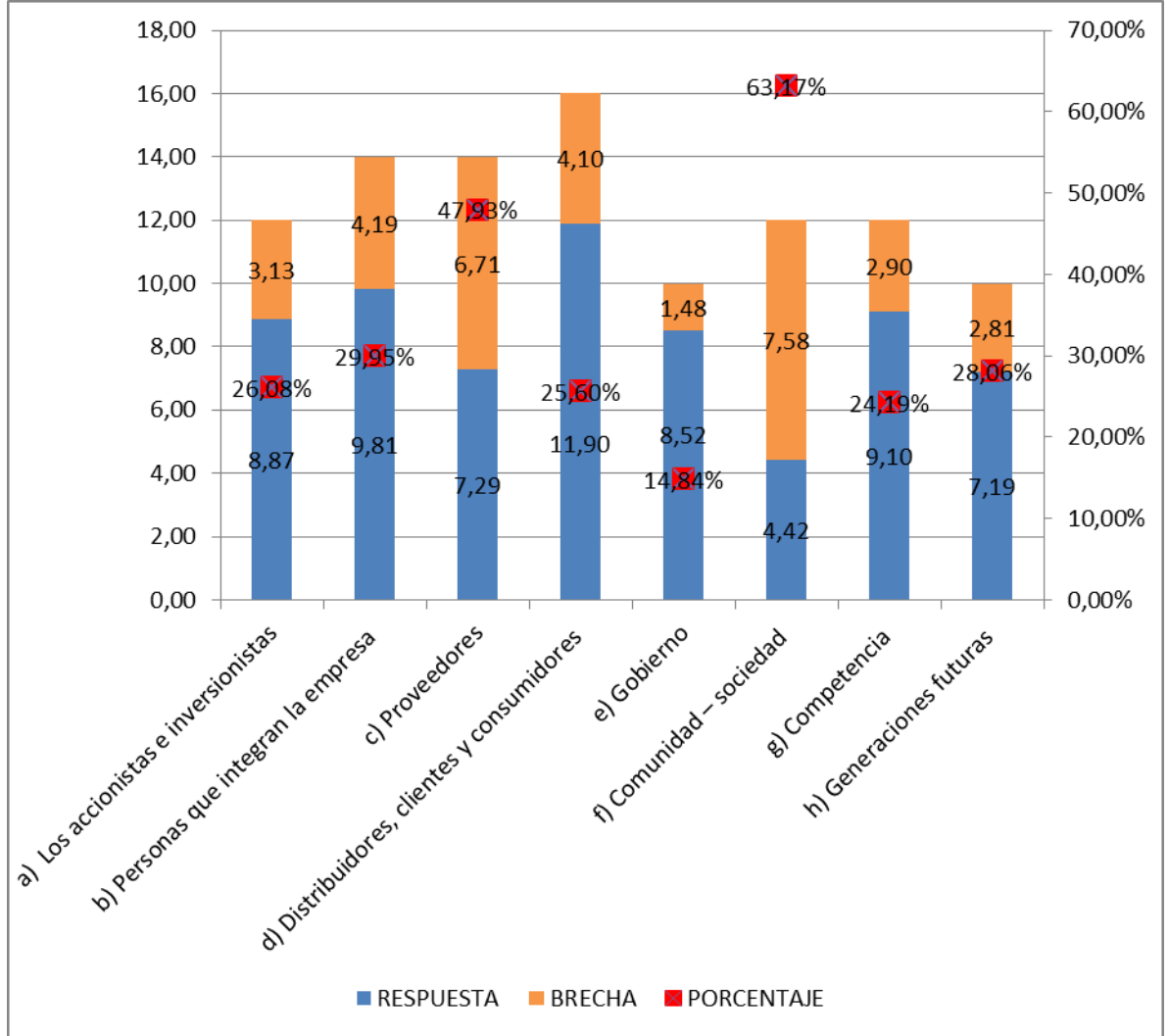
STAKEHOLDERS	RESPUESTA	DESEABLE	BRECHA	PORCENTAJE
a) Los accionistas e inversionistas	8,87	12,00	3,13	26,08%
b) Personas que integran la empresa	9,81	14,00	4,19	29,95%
c) Proveedores	7,29	14,00	6,71	47,93%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	11,90	16,00	4,10	25,60%
e) Gobierno	8,52	10,00	1,48	14,84%
f) Comunidad – sociedad	4,42	12,00	7,58	63,17%
g) Competencia	9,10	12,00	2,90	24,19%
h) Generaciones futuras	7,19	10,00	2,81	28,06%

Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico No. 7

Resultados Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza



Fuente: Cuadro No 37 Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza

Elaborado por: Gabriela Parra

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

Realizado el análisis de los resultados de cada línea estratégica: Ética y transparencia, Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos del Distrito Metropolitano de Quito, en relación con cada uno de los grupos de interés o stakeholders; tal como lo especifica el Modelo UNIAPAC, se determina un Índice de Sostenibilidad con cada grupo de interés del Sector analizado.

Para ello, se puede visualizar en el Cuadro No. 38 los resultados obtenidos para cada stakeholder, y en función de este resultado, su clasificación según el Semáforo de la Sostenibilidad, valores que se muestran en los Cuadros No. 38 y 39.

Cuadro No. 38
Resultados Índice de Sostenibilidad

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MAXIMO PUNTOS	PORCENTAJE	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
							Riesgo 0 a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	10,68	11,35	8,87	30,90	38,00	81,32%			X
b) Personas que integran la empresa	13,55	13,61	9,81	36,97	46,00	80,36%			X
c) Proveedores	9,06	8,77	7,29	25,13	38,00	66,13%		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,97	14,26	11,90	36,13	44,00	82,11%			X
e) Gobiernos	11,13	4,06	8,52	23,71	34,00	69,73%		X	
f) Comunidad - sociedad	8,74	3,90	4,42	17,06	36,00	47,40%		X	
g) Competencia	8,19	4,23	9,10	21,52	32,00	67,24%		X	
h) Generaciones futuras	8,23	8,65	7,19	24,06	32,00	75,20%		X	
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	79,55	68,84	67,10	215,48	300,00		De 0 a 150	De 151 a 220 111,48	De 221 a 300 104,00

Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

El Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos del Distrito Metropolitano de Quito, mantiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo con el grupo de los “Distribuidores, clientes y consumidores” con el 82,11 por ciento, el grupo de “Los accionistas e inversionistas” con un resultado de 81,32 por ciento y el grupo de las “Personas que integran la empresa” con el 80,36 por ciento.

Adicionalmente, mantiene una relación Inestable, iniciando algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, con el grupo de “Generaciones futuras” con el 75,20 por ciento, el “Gobierno” con el 69,73 por ciento, la “Competencia” con el 67,24 por ciento, los “Proveedores” con el 66,13 por ciento y finalmente con el grupo de la “Comunidad-sociedad” con el 47,40 por ciento.

Y finalmente, no mantiene una relación de Riesgo, con ninguno de los Stakeholders lo que denota una moderada gestión de este subsector.

Cuadro No. 39

Índice de Sostenibilidad

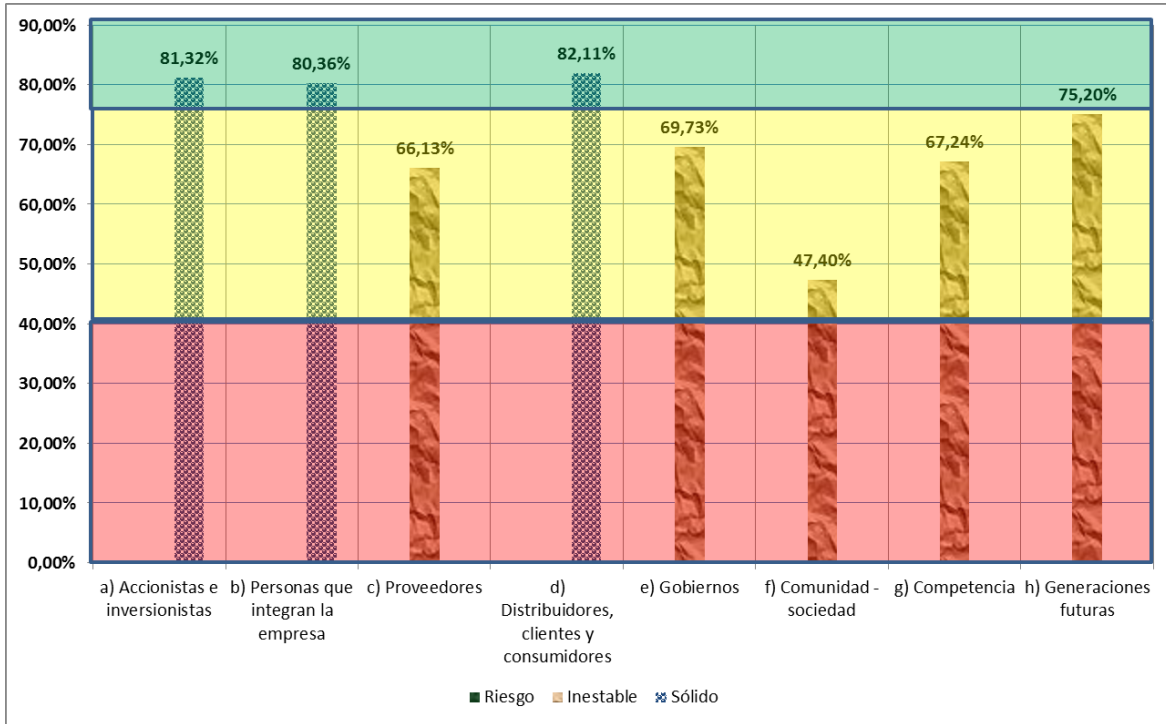
STAKEHOLDERS	ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD		
	Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas			81,32%
b) Personas que integran la empresa			80,36%
c) Proveedores		66,13%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores			82,11%
e) Gobiernos		69,73%	
f) Comunidad – sociedad		47,40%	
g) Competencia		67,24%	
h) Generaciones futuras		75,20%	
TOTAL PUNTOS	De 0 a 150	De 151 a 220	De 221 a 300
	0,00	111,48	104,00

Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico N° 8

Resultados Índice de Sostenibilidad



Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación
Elaborado por: Gabriela Parra

5.3. ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

De la misma manera, así como se analizaron los resultados obtenidos los grupos de interés del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

del Distrito Metropolitano de Quito, se analizan los resultados del Índice de Congruencia del Sector analizado, en relación con cada una de las líneas estratégicas.

Cuadro No. 40
Resultados Índice de congruencia

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	MAXIMO PUNTOS	PORCENTAJE
a) Accionistas e inversionistas	10,68	11,35	8,87	30,90	38,00	81,32%
b) Personas que integran la empresa	13,55	13,61	9,81	36,97	46,00	80,36%
c) Proveedores	9,06	8,77	7,29	25,13	38,00	66,13%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,97	14,26	11,90	36,13	44,00	82,11%
e) Gobiernos	11,13	4,06	8,52	23,71	34,00	69,73%
f) Comunidad - sociedad	8,74	3,90	4,42	17,06	36,00	47,40%
g) Competencia	8,19	4,23	9,10	21,52	32,00	67,24%
h) Generaciones futuras	8,23	8,65	7,19	24,06	32,00	75,20%
TOTAL PUNTOS	79,55	68,84	67,10	215,48		
MAXIMO PUNTOS	100,00	100,00	100,00		300,00	
PORCENTAJE	79,55%	68,84%	67,10%			
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)						
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150		
Mínimo De 41% a 75%		X	X	De 151 a 220 135,94		
Sólido De 76% a 100%	X			De 221 a 300 79,55		

Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación
Elaborado por: Gabriela Parra

Para ello, se puede visualizar en el Cuadro No. 41 los resultados obtenidos para cada línea estratégica, y en función de este resultado, su clasificación según el Semáforo de la Sostenibilidad, definido en el Capítulo IV.

Cuadro No. 41

Índice de Congruencia

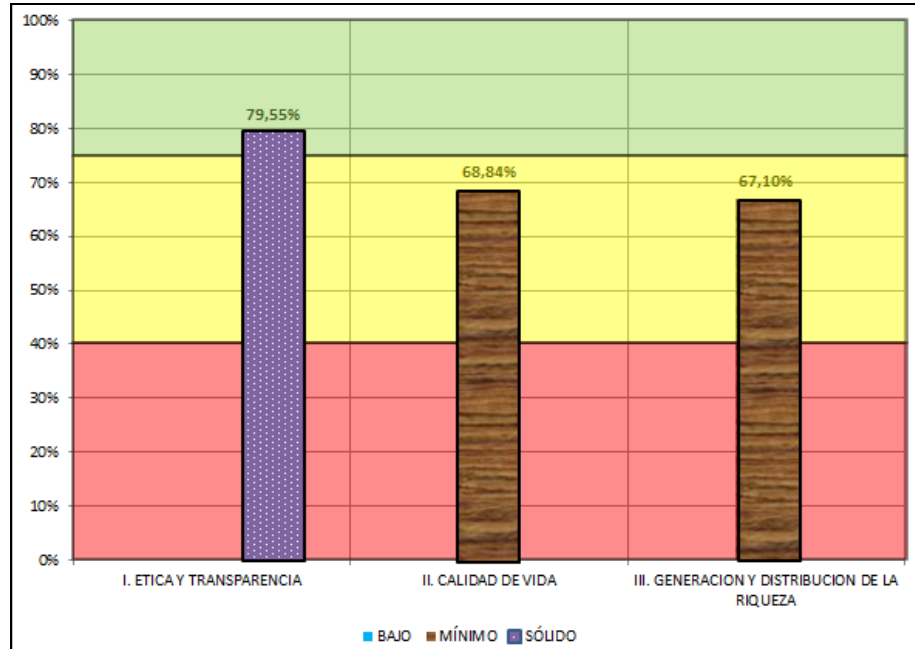
	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150 0,00
Mínimo De 41% a 75%		68,84%	67,10%	De 151 a 220 135,94
Sólido De 76% a 100%	79,55%			De 221 a 300 79,55

Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico N° 9

Resultados Índice de Congruencia



Fuente: UNIAPAC/ Trabajo de campo proyecto de investigación
Elaborado por: Gabriela Parra

5.4. ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

Los resultados obtenidos respecto al grado de Congruencia de la responsabilidad social en la autoevaluación, permite calificar el Índice de Sostenibilidad Global, medido como la respuesta que las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito dan ante las expectativas que presentan los grupos de interés con los que se relacionan.

Para la calificación del índice, se recurre a los criterios de la UNIAPAC, mostrados en la siguiente tabla:

Tabla No. 2

Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa

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

Fuente: UNIAPAC

Elaborado por: Gabriela Parra

El Índice de Sostenibilidad Global que permite valorar la Gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, en este caso, del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, analizando el resultado obtenido para cada stakeholder.

Las empresas del mencionado subsector, demuestran una gestión sólida y sostenible en el largo plazo con tres stakeholders: “Distribuidores, clientes y consumidores”, “Los accionistas e inversionistas” 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.

El stakeholder que le sigue en resultados es el grupo de “Los accionistas e inversionistas”, que obtiene su mejor puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguido de Calidad de vida y finalmente Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que existe un importante compromiso por parte de las empresas de este subsector en imponer la vigencia de valores y principios con este grupo de interés.

A continuación, le sigue en resultados el grupo de las “Personas que integran la empresa”, que obtiene su mejor puntuación en la línea estratégica Calidad de vida, seguido muy de cerca por Ética y transparencia y finalmente Generación y distribución de la riqueza, con lo que se puede concluir que las empresas de este sector se preocupan de las necesidades de sus colaboradores, promoviendo su desarrollo y participación y asegurando un buen ambiente laboral para ellos con procesos claros y justos.

El stakeholder que le sigue en resultados es “Generaciones futuras”, con la mejor puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguida por Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que las empresas de este subsector mantienen vigentes o se encuentran tomando acciones para aplicar valores relacionados con la preservación del medio ambiente, preocupándose por el impacto ambiental que generan y considerando principios que les permiten minimizar y actuar ante este impacto.

A continuación se encuentra el stakeholder “Gobierno”, con una mejor puntuación en la línea estratégica Generación y distribución de la riqueza, seguida por Ética y transparencia y finalmente Calidad de vida, por lo que se pueda concluir que las empresas de este subsector se preocupan y toman acciones para mejorar el cumplimiento legal y fiscal.

El stakeholder que le sigue es la “Competencia”, manteniendo la mejor puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguida por Generación y distribución de la riqueza y finalmente Calidad de vida, con lo que se puede concluir que las PYMEs de este subsector manejan una relación ética y respetuosa con las empresas competidoras, buscando mantener una sana competencia, basada en valores y principios.

El siguiente stakeholder son los “Proveedores”, quienes mantienen la mejor puntuación en la línea estratégica Ética y transparencia, seguido por Calidad de vida y finalmente Generación y distribución de la riqueza, lo que permite concluir que las empresas de este subsector se preocupan por mantener valores con sus proveedores, los cuales deben mantener también una conducta basada en principios y respeto.

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 han tomado acciones para promover la vigencia de valores hacia la comunidad en la que se desarrollan, buscando mantener una comunicación y retroalimentación, y participando en programas que se desarrollan en la comunidad.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU C20: FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS

6.1. DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Como se menciona en el capítulo IV, en el acápite 4.1.3., la muestra integrada de 83 empresas, dio como resultado un total de 31 citas obtenidas y encuestas realizadas exitosamente, como se muestra en el Cuadro No. 34 del mencionado capítulo.

Es importante considerar que los resultados obtenidos en este estudio, proporcionaron información respecto a la validación de la información, que se resume en el Cuadro No. 42 para los tres ejes estratégicos.

En la Línea Estratégica: I Ética y transparencia, la mayor puntuación la tiene el grupo de “Los accionistas e inversionistas”, con un promedio de 1,78/2 puntos; seguido por el grupo de las “Personas que integran la empresa” con 1,69/2 puntos; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 1,66/2; “Generaciones futuras” con 1,65/2; “Competencia” con 1,64/2, entre los más importantes; y finalmente se ubica el grupo de la “Comunidad-sociedad” con 1,25/2 puntos.

En la Línea Estratégica: II Calidad de vida, la mayor puntuación la tiene el grupo de los “Distribuidores, clientes y consumidores” con un promedio de 1,78/2 puntos; seguido por el grupo de las “Personas que integran la empresa” con 1,70/2 puntos; “Los accionistas e inversionistas” con 1,62/2; los Proveedores con 1,46/2; las “Generaciones futuras” con 1,44/2, entre los más importantes; y finalmente se ubica el grupo de la “Comunidad-sociedad” con 0,78/2 puntos.

Finalmente, en la Línea Estratégica: III Generación y distribución de la riqueza, la mayor puntuación la tiene el grupo del “Gobierno” con un promedio de 1,70/2 puntos; seguido por el grupo de la “Competencia” con 1,52/2 puntos; los “Distribuidores, clientes y consumidores” 1,49/2; “Los accionistas e inversionistas” con 1,48/2; las “Generaciones futuras” con 1,44/2, entre los más importantes; y finalmente se ubica el grupo de la “Comunidad-sociedad” con 0,74/2 puntos.

Cuadro No. 42**Resumen datos encuesta**

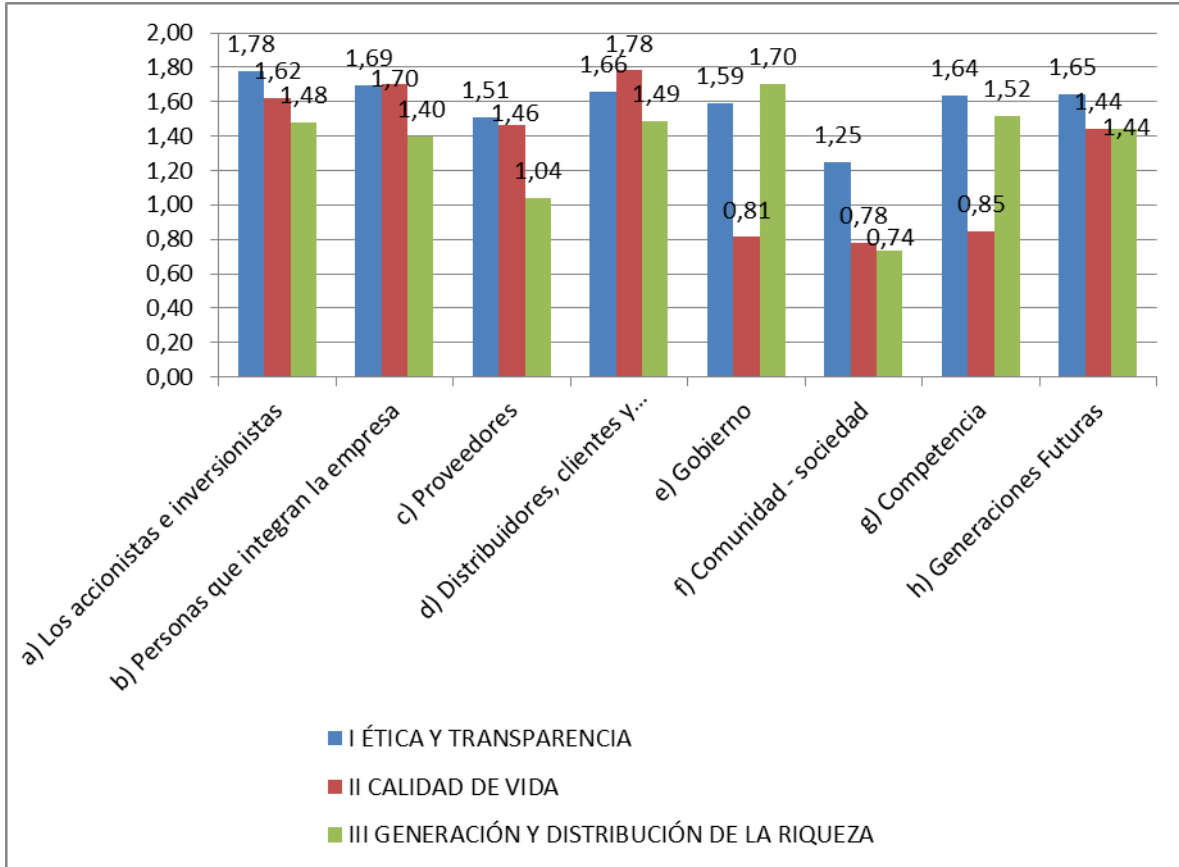
VALIDACIÓN DE INFORMACIÓN	I ÉTICA Y TRANSPARENCIA	II CALIDAD DE VIDA	III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA
a) Los accionistas e inversionistas	1,78	1,62	1,48
b) Personas que integran la empresa	1,69	1,70	1,40
c) Proveedores	1,51	1,46	1,04
d) Distribuidores, clientes y consumidores	1,66	1,78	1,49
e) Gobierno	1,59	0,81	1,70
f) Comunidad – sociedad	1,25	0,78	0,74
g) Competencia	1,64	0,85	1,52
h) Generaciones Futuras	1,65	1,44	1,44

Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

Gráfico No. 10

Resumen datos encuesta



Fuente: Trabajo de campo proyecto de investigación

Elaborado por: Gabriela Parra

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

A continuación se realiza un análisis de las principales causas y efectos detectados en los ocho stakeholders bajo los tres ejes estratégicos: Ética y transparencia,

Calidad de vida y Generación y Distribución de la riqueza, en función a los resultados obtenidos del Índice de Sostenibilidad, identificando en este análisis el ambiente al que pertenece dicha observación, ya sea este interno o externo, e incluyendo una propuesta acciones de mejora bajo un criterio personal o legal.

6.2.1. Ética y transparencia

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	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		<p>* 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</p> <p>* Se debe elaborar cada cierto periodo, mínimo anual, un Balance Social o un Informe de Responsabilidad Social para el conocimiento de los Accionistas</p>	<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>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	2.-	No se valora la dignidad de los trabajadores y no se reconoce su potencial para formar parte de la toma de decisiones de la empresa en el ámbito de la planificación estratégica o definición de principios y valores	Los trabajadores no aplican los valores, principios ni todos los aspectos que forman parte de la planificación estratégica puesto que no se sienten parte de ellos al no haber participado en su elaboración.	X		<p>*Realización de reuniones y comités con representantes de la fuerza laboral a fin de que participen en las definiciones de principios y valores de la empresa</p> <p>* Inclusión de los trabajadores en la planificación estratégica de sus actividades individuales anualmente</p> <p>* Realizar mediciones de objetivos y cumplimiento de metas a fin de analizar la gestión de los trabajadores y poder emitir una correcta retroalimentación que les permita mejorar su trabajo</p>	<p>* (C) La definición de metas y objetivos del trabajo individual como parte de la planificación estratégica de la empresa le permite al trabajador sentirse parte de una gran meta que apoya el crecimiento de la organización y brinda un sentido de pertenencia a la misma.</p> <p>* (C) La participación de los trabajadores en la definición de principios y valores le permite al trabajador empoderarse del crecimiento de la empresa y del cumplimiento de dichos principios.</p> <p>* (L) Según lo señala el Art. 33 de la Constitución de la República del Ecuador, el Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas, y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN			
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)		
ÉTICA Y TRANSPARENCIA		PROVEEDORES	3-	No se comparte ni comunica a los proveedores el conjunto de valores y políticas de la empresa, y menos aún de manera documentada	Los proveedores no comparten los mismos valores de la empresa y sus principios porque los desconocen		X	Con todos y cada uno de los Proveedores debe realizarse un acercamiento para profundizar detalles como los valores y políticas de la empresa, ratificando su compromiso y apoyo en el cumplimiento de los mismos	* (C) Compartir el código de conducta y declaración de Principios documentados de la empresa con todos los proveedores de la misma les permitirá alinearse con los valores de la empresa y a la vez la empresa establecería un método para trabajar con proveedores que compartan los mismos valores y principios.
			4.-	No se incluye a los proveedores en el Balance Social de la empresa o en muchos casos no se elabora siquiera este Balance Social de manera documentada	Los proveedores desconocen su desenvolvimiento o en el ámbito de la responsabilidad en relación a la empresa (cliente)		X	Incluir en el Balance Social la gestión que realizan los proveedores	* (L) Para proveedores del sector público se debe aplicar lo estipulado en el artículo 288 de la Constitución que dispone que las compras públicas deben cumplir con criterios de eficiencia, calidad, transparencia, responsabilidad ambiental y social. * (L) Según la Ley de Defensa del Consumidor en el Art. 17, es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	5.-	Las empresas no tienen un canal definido para comunicar a sus clientes, consumidores y distribuidores, las características de sus productos a detalle, y los valores de la empresa a través de estos productos y recibir retroalimentación.	Los stakeholders desconocen las características de los productos que consumen, y desconocen o no comparten los valores de la empresa.		X	Definir canales de comunicación con los clientes, distribuidores y consumidores, para compartir las características del producto y servicio, los valores y principios de la empresa y a la vez conocer las sugerencias y comentarios al respecto que pueda tener este grupo de interés a través de la documentación de reclamos, sugerencias y comentarios.	* (L) Según la Ley de Defensa del Consumidor en el Cap. 2, Art. 4, el consumidor tiene derecho a información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar. * (C) Establecer un canal de retroalimentación le permite a las empresas identificar aspectos críticos de mejora y aspectos que fortalecen a la empresa. * (L) Según la Ley de Defensa del Consumidor en el Cap. 2 Art.12 el consumidor tiene derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado. *(L) En el art. 66 de la Constitución, numeral 25, se establece el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados, de calidad con eficiencia, eficacia, y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	6.-	La carencia del Balance Social en muchas empresas no permite que el stakeholder conozca de la gestión en cuanto a RSE de la empresa.	El stakeholder desconoce la gestión en cuanto a responsabilidad social de la empresa que les provee de productos.		X	Elaborar el Balance Social documentado, al menos una vez al año, que tome en cuenta a los consumidores, clientes y distribuidores, en donde se tome en cuenta también la gestión del consumo responsable por parte de este grupo de interés.	* (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.
	7.-	La informalidad del Código de Conducta imposibilita a las empresas considerar a este stakeholder dentro de su Declaración de principios, valores o Código de Conducta.	El stakeholder desconoce el Código de Conducta de la empresa y su relación implícita en el documento, por lo que no aporta al desarrollo de la RSE		X	Contar con una definición de principios y valores documentada que se enfoque en la preocupación por el cumplimiento de las necesidades y valores que sus clientes, consumidores y distribuidores solicitan.	* (C) Es importante que las empresas enfoquen sus esfuerzos en la satisfacción del beneficiario final, por ende en su declaración de principios y valores debe tomar en cuenta a este stakeholder.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA GOBIERNO	8.-	Desconocimiento por parte de las empresas de la normativa y programas existentes establecidos por el Gobierno.	<p>* Falta de cumplimiento de leyes y normas existentes.</p> <p>* Falta de participación en programas de acción social propuestos por el Distrito Metropolitano de Quito.</p>		X	<p>* Las empresas deben establecer un sistema de asesoría legal para conocer toda la normativa aplicable a su gestión y las actualizaciones que pudiesen presentarse.</p> <p>* La comunicación por parte del gobierno hacia las empresas de los programas existentes en torno a la RSE debe ser habitual y de igual manera las empresas deben investigar constantemente sobre los programas existentes y participar en ellos.</p>	<p>* (L) Según el Art. 320 de la Constitución del Ecuador se establece que en las diversas formas de organización de procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo, y eficiencia económica y social.</p> <p>* (C) Es importante que las empresas conozcan sobre la normativa existente y estén actualizando sus conocimientos de la normativa constantemente pues el desconocimiento de la ley no los libra de su cumplimiento.</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACION(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	GOBIERNO	9.-	Falta de formalización y documentación del Código de Conducta y Balance Social de la empresa, en donde se incluya la relación con el Gobierno.	La empresa no tiene definida claramente su posición en cuanto a valores y principios que debe mantener con el Gobierno		X	Al elaborar un Código de Conducta (valores y principios de la empresa documentados), se debe tomar en cuenta las necesidades y expectativas del gobierno. De igual manera sucede con el Balance Social.	* (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.
	COMUNIDAD - SOCIEDAD	10.-	No existe un canal formal de comunicación entre la empresa y la comunidad	La empresa desconoce de las necesidades y expectativas por parte de la comunidad		X	Definir canales de comunicación bidireccional con la comunidad, incrementando así la retroalimentación para obtener mayores conocimientos sobre las necesidades de la comunidad	* (C) Se requiere una fuente de información para conocer la percepción e imagen de la empresa ante la comunidad en general, pues esto afecta en sí directamente a las ventas y la reputación corporativa.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA COMUNIDAD - SOCIEDAD	11.-	No existe un Balance Social documentado y presentado formalmente, que incluya a este grupo de interés	La comunidad desconoce de la gestión social de la empresa en los diferentes periodos.		X	El Balance Social debe ser documentado, formalizado y divulgado dentro de un periodo, tomando en cuenta en este a la comunidad.	* (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. * (C) El Balance Social permite dar a conocer de manera resumida la gestión de la empresa en un determinado periodo de tiempo a los grupos de interés, entre estos a la comunidad-sociedad permitiéndoles analizar la situación de la empresa y formarse un criterio de la misma.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA COMPETENCIA	12.-	La falta de formalización de un Código de Conducta en donde no solo se mencionen las políticas para una sana competencia con los competidores, sino también se detalle claramente el rechazo a prácticas desleales e ilegales.	Las empresas no cuentan con una clara definición de su postura ante la competencia o resoluciones ante las acciones desleales o ilegales, lo cual puede hacer que se tomen decisiones no adecuadas y se produzca una competencia desleal.		X	Incluir dentro del código de conducta temas relacionados con el trato y políticas con la competencia que generen una sana competencia	* (L) Según el Art. 320 de la Constitución del Ecuador se establece que en las diversas formas de organización de procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. * (C) Es importante que la empresa tenga una declaración clara de como proceder ante conflictos o cuestionamientos éticos que pudiesen presentarse en relación a la competencia, más aún al tratarse del sector de las PYMEs.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA COMPETENCIA	13.-	Falta de información y comunicación con la competencia, y falta de conocimientos sobre asociaciones.	Las empresas no participan en asociaciones con miembros de la competencia, y desaprovechan la oportunidad de trabajar en equipo.		X	Participar de gremios o asociaciones con otros miembros del sector, como por ejemplo, la Cámara de Comercio de Quito o la Cámara de la pequeña y mediana industria de Quito, con el objetivo de conocer sus mutuas necesidades y trabajar en sana competencia.	* (L) Según el Art. 54, numeral h del Código de la Producción, el Consejo Sectorial de la Producción tiene el deber de impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen a la vinculación entre instituciones públicas y privadas que participen en el desarrollo de las PYMEs. * (L) Según el Art. 3 de la Ley Orgánica Antimonopolio, es un deber del Estado promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos para lo cual deberá impulsar la libre competencia económica en forma consistente y sistemática, fomentará la cultura de leal y eficiente competencia y coordinará la ejecución de planes para la difusión de tal cultura.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA GENERACIONES FUTURAS	14.-	No se considera formalmente en el Código de Conducta o en la Declaración de valores los aspectos relacionados con las generaciones futuras.	Las empresas trabajan en el día a día sin considerar el impacto que sus actividades tendrán a futuro y que afectarán al medio ambiente		X	<p>* Definir como prioridad para las empresas el cuidado al medio ambiente y su preservación para las futuras generaciones; al incorporar programas de formación internos encaminados hacia una producción más limpia, prevención y cuidado al impacto ambiental. Esto debe definirse en el Código de Conducta y Declaración de Principios, recalando la importancia de una producción con un uso racional de recursos que garantice un proceso productivo que no dañe al medio ambiente y que incluya un manejo responsable de los desechos.</p>	<p>* (L) Según el Art. 14 De la Constitución de la República del Ecuador, la población tiene derecho a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (...) Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.</p> <p>* (L) Según el Art. 30 de la Constitución, las personas tienen derecho a un habitat seguro y saludable.</p> <p>* (L) El Art. 83 numeral 6 de la Constitución declara que es un deber y responsabilidad de los ecuatorianos respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano, y utilizar los recursos naturales de un modo racional, sustentable y sostenible.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
ETICA Y TRANSPARENCIA GENERACIONES FUTURAS	15.-	No existe un Balance Social presentado formalmente que incluya la gestión de la empresa y su impacto en el ambiente.	Se desconoce de manera clara y comparativa la gestión de la empresa en relación con el impacto en el medio ambiente y/o los cuidados que se toman para reducir este impacto		X	Formalizar la elaboración de un Balance Social en cada periodo no mayor de 1 año en el cual se incluya dentro de sus puntos más importantes la gestión de la empresa en el ámbito ambiental	* (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. * (L) Según el Art. 40 de la Ley de Gestión Ambiental, toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

Fuente: Respuestas de la encuesta aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC

Elaborado por: Gabriela Parra

6.2.2. Calidad de vida

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	1.-	No existen procedimientos para vincular y comunicar a los accionistas e inversionistas con las personas que integran la empresa, con el fin de sensibilizarlos sobre el impacto que las actividades laborales produce en su calidad de vida.	Los accionistas e inversionistas no están sensibilizados sobre las necesidades del resto de grupos de interés, por lo cual sus decisiones pueden afectar la calidad de vida de sus relacionados.	X		* Establecer un mecanismo de quejas y sugerencias que se puedan compartir con los accionistas e inversionistas para luego establecer diálogos sobre las acciones emprendidas y sus resultados de manera directa.	* (L) La norma SA 8000 permite demostrar el compromiso de la empresa con la Responsabilidad Social y la satisfacción de empleados y clientes. Y sobre todo forma parte del proceso de mejorar continuamente su imagen como organización. * (C) Si los accionistas e inversionistas están al tanto de las necesidades de los grupos relacionados de la empresa, poseen mayor información para tomar decisiones que les afecten a los mismos.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA							
ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	2.-	No se cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada que vincule a los accionistas e inversionistas con la gestión de RSE de la empresa y el desarrollo de la misma.	Los accionistas e inversionistas no tienen un verdadero compromiso por la gestión de responsabilidad social de la empresa	X		* Las empresas deben contar con un Código de Conducta y Gobierno Corporativo documentado que considere la importancia de la RSE y sirva como guía para las decisiones de accionistas e inversionistas	*(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 en relación a la RSE.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	3.-	Las empresas no cuentan con métodos o programas que les permitan estar actualizados sobre los cambios en la legislación laboral	Las empresas pueden estar incumpliendo leyes relacionadas con sus colaboradores lo cual podría traer consecuencias legales muy graves por incumplirlas.	X		<p>* Realizar cursos o capacitaciones al menos anuales tanto al área encargada de RRHH de las empresas como a sus gerentes y representantes a fin de que estén al día de la normativa.</p> <p>* Contar con asesoría legal en temas de legislación laboral.</p>	<p>* (C) Contar con asesoría legal y realizar capacitaciones en temas laborales le permite a la empresa estar respaldada y cumplir con todo lo que la ley establece, evitando problemas en este ámbito y mejorando la calidad del trato hacia el trabajador.</p> <p>* (L) Según el Código del Trabajo, en su disposición general única, los derechos consagrados en la presente ley orgánica serán de obligatorio cumplimiento para todas las servidoras y servidores, funcionarias y funcionarios, dignatarias y dignatarios de elección popular o por cualquier otra fuente de designación, (...) y del sector privado, sea cual fuere la Ley de Personal o el régimen legal que en esta materia los regule.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
				CALIDAD DE VIDA			
PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA							
4.-	Los procesos de RRHH incluidos los de desvinculación y medición del ambiente laboral, no son siempre transparentes, no se encuentran documentados, y en muchos casos no consideran el bien particular del trabajador	Al no contar con procesos documentados no existe una base para la estandarización y medición por ende no se puede determinar si funcionan correctamente.	X		Realizar el levantamiento y documentación de todos los procesos.	* (C) Disponer de procesos claros y definidos permite incorporar los controles necesarios y permanentemente aplicar mejoramiento continuo.	
5.-	No se incentiva la participación de los colaboradores	Al no incentivar la participación de trabajadores no se contribuye a su desarrollo integral se produce desmotivación, lo que afecta sus niveles de productividad.	X		Tomar en cuenta las opiniones y sugerencias de los colaboradores en la toma de decisiones o definiciones empresariales, propiciando comités o foros en los que participan representantes de la fuerza laboral de la empresa.	* (C) Al brindar empoderamiento a los trabajadores para tomar decisiones y hacerlos sentir parte de las decisiones que toma la empresa y su desarrollo, se motiva a mejorar sus niveles de productividad y eficiencia.	

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA	PROVEEDORES	6.- No se cuenta con un Reglamento Interno de trabajo ni una Declaración de Principios y valores documentada que permita normar los comportamientos entre miembros de la empresa y Proveedores	Pueden presentarse tratos inadecuados hacia los proveedores por parte de miembros de la empresa.		X	En la Declaración de Principios y Valores y en el Reglamento Interno de trabajo, que deben estar documentados, se debe incluir políticas y normas para el trato con Proveedores	* (L) Según se determina en el Art. 64 del código de Trabajo, las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación. * (C) Normas y directrices documentadas le permiten al personal de la empresa consultar sobre las conductas adecuadas que deben manejar con los proveedores.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA	7.-	No se proporciona al distribuidor, cliente y consumidor la información necesaria sobre el contenido del producto, los insumos utilizados, y las instrucciones de uso	El cliente desconoce del contenido del producto y por ende puede no saber los riesgos que implica el usarlo o las precauciones que debe tomar.		X	Incluir en el empaque o etiqueta del producto todas las especificaciones de uso del producto, el listado de insumos empleados para elaborarlo y las normas de seguridad y salubridad certificadas que el mismo cumple.	* (L) Como se menciona en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el artículo 4 numeral 4, los consumidores tienen derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar. * (L) En la norma técnica ecuatoriana NTE INEN 2 288:2000 relacionada con el etiquetado de precaución de productos químicos industriales peligrosos se establece en los requisitos principales que la etiqueta de precaución para cualquier producto químico peligroso debe estar basada sobre los riesgos que éste implica, incluyendo la declaración de riesgos, medidas de precaución, instrucciones en caso de contacto, antídotos, notas para médicos, instrucciones de almacenamiento, entre otros detalles que permitan la selección de una adecuada acción en caso de exposición.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	8.-	Procesos relacionados con el cliente son deficientes y no se encuentran documentados, incluyendo el proceso de quejas y garantías, las políticas de atención al cliente, y la evaluación de la satisfacción del cliente	El cliente recibe un servicio deficiente cuando aplica el proceso de quejas y garantías, lo cual desemboca en la pérdida de clientes y se proyecta una mala imagen de la empresa.		X	* Definir y compartir con la organización los protocolos o políticas de Atención al Cliente que incluyan procesos de quejas y garantías y sobre dichos procesos establecer mediciones al menos una vez al año para analizar la percepción del cliente, consumidor y distribuidor.	* (L) Según se determina en el Art.4 numeral 12, de la Ley Orgánica del Consumidor, los consumidores tienen derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.
							* (L) Según se determina en el Art.4 numeral 5, de la Ley Orgánica del Consumidor, los consumidores tienen derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA							
GOBIERNO	9.-	Poca o nula participación por parte de los integrantes de la empresa en programas cívicos, sociales o comunitarios	Desconocimiento de lo que ocurre en el entorno de la empresa e indiferencia respecto del desarrollo de la gestión gubernamental.		X	Elaborar un Plan de Participación con los programas gubernamentales, en el cual se defina el interés de la participación de la empresa en programas sociales, cívicos y políticos que beneficien a la comunidad	<p>* (L) Como lo indica la Constitución en el Art. 95 segundo párrafo, la participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria.</p> <p>* (C) Solo mediante la participación en programas gubernamentales se puede obtener una real conciencia y conocimiento de lo que ocurre en con el gobierno y su impacto en las actividades de la empresa.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA COMUNIDAD - SOCIEDAD	10.-	Escasa o nula participación de la empresa en asociaciones y programas de la comunidad donde se desarrollan sus actividades.	Las empresas no tienen claro el impacto de sus decisiones en la sociedad en la cual desarrollan sus actividades por lo que podrían acarrear consecuencias negativas.		X	* Participar en programas comunitarios y foros para comprender las necesidades y problemáticas de la sociedad donde la empresa se localiza.	* (L) Como lo indica la Constitución en el Art. 95 segundo párrafo, la participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria. * (C) La participación de la empresa en programas comunitarios no sólo le permite conocer la situación actual y el impacto de la empresa en la comunidad, sino también abre una puerta de oportunidades hacia asociaciones, trabajo en equipo y la obtención de beneficios que muchas de estas asociaciones ofrece, como lo son créditos, capacitaciones, etc.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA							
COMPETENCIA	11.-	Falta de comunicación con la competencia y desconocimiento de su problemática y necesidades	La adopción de prácticas inadecuadas hacia la competencia		X	Establecer un programa de acercamiento o diálogo con la competencia para comprender sus necesidades lo cual ayuda a manejar un sano ambiente de trabajo.	* (C) Al comprender las necesidades de la competencia, las empresas pueden trabajar en equipo y desarrollarse sin la necesidad de incurrir en prácticas para perjudicarse entre si.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA GENERACIONES FUTURAS	12.-	Las empresas no cuenta con reglamentos de manejo de residuos	La falta de reglamentos y procedimientos no solo genera incumplimiento de la ley sino que aumenta el riesgo de que incremente la contaminación	X	X	* Elaborar manuales de manejo de residuos, apegados a la normativa existente y procurando siempre el cuidado del medio ambiente..	* (L) Según el Art. 9 literal j de la Ley de Gestión Ambiental, el ministerio del ramo tiene la obligación de coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
CALIDAD DE VIDA GENERACIONES FUTURAS	13.-	No se realizan análisis del impacto que genera la empresa al medio ambiente ni se trabaja en buscar métodos para el aseguramiento del cuidado del medio ambiente	La empresa puede incurrir en prácticas que afecten al medio ambiente en el corto o largo plazo, por desconocer y no contar con planes de cuidado del medio ambiente		X	<p>Buscar la asesoría de expertos para analizar el impacto ambiental de la gestión de la empresa en el medio ambiente e implementar políticas para disminuir el impacto negativo que puede generar.</p>	<p>* (L) Según el Art. 28 de la Ley de Gestión Ambiental, toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.</p> <p>* (L) Según el Art. 46 de la Ley de Gestión Ambiental, cuando los particulares, por acción u omisión incumplan las normas de protección ambiental, la autoridad competente adoptará, sin perjuicio de las sanciones previstas en esta Ley, las siguientes medidas administrativas.</p>

Fuente: Respuestas de la Encuesta Aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC

Elaborado por: Gabriela Parra

6.2.3. Generación y distribución de la riqueza

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	1.-	No existen mecanismos de distribución de utilidades, que hagan referencia a las retribuciones y compensaciones a accionistas.	Puede darse una inadecuada distribución de utilidades generando un clima laboral negativo a todo nivel.	X		Definir políticas para distribuir las utilidades de manera transparente tanto para accionistas como cumplir con lo que estipula el Código del Trabajo en cuanto al reparto de utilidades de los colaboradores	* (L) Según el Art. 97 del Código del Trabajo, el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. * (C) La transparencia en la distribución de las utilidades genera confianza por parte de los colaboradores y mejora el clima laboral.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS	2.-	Falta de información y concientización a los accionistas respecto a la distribución de utilidades	Los accionistas no toman medidas correctivas ante malas prácticas de distribución de utilidades causando descontento entre accionistas y colaboradores	X		Realizar reuniones de información para la distribución de utilidades con los accionistas en donde se presenten los Estados Financieros y se analicen.	* (C) Es importante que se presenten los Estados Financieros a los accionistas para conocer los resultados del periodo de manera transparente y evaluar la situación de la empresa. * (L) Según la Ley de Compañías en el Art. 118, indica que son atribuciones de la junta general: el aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes; y resolver acerca de la forma de reparto de utilidades

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA							
PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA							
	3.-	La empresa no demuestra claramente un sistema de sueldos y seguridad social transparente y equitativo	Pueden presentarse denuncias por incumplimiento de la ley de seguridad social, además del deterioro de las relaciones patrono-colaborador.	X		Definir políticas y procedimientos claros respecto al cálculo y pago de los aportes patronales a todos los trabajadores de la empresa, desde el primer día de su ingreso.	* (L) Según el Art. 42 del Código de trabajo, en el numeral 32, las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (...) Las empresas empleadoras que no cumplieren con la obligación que establece este numeral serán sancionadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con la multa de un salario mínimo vital, cada vez, concediéndoles el plazo máximo de diez días para este pago, vencido el cual procederá al cobro por la coactiva.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA PERSONAS QUE INTEGRAN LA EMPRESA	4.-	No se consideran las necesidades tanto materiales como psicológicas de los colaboradores, fomentando su desarrollo, el respeto de su dignidad, la retribución de beneficios adicionales y la preocupación por su vida personal y familiar	Generación de desmotivación, descontento y bajos índices de desempeño de los colaboradores.	X		<p>* Realizar actividades que promuevan las iniciativas de los trabajadores y eventos de socialización que incluyan a familiares de los trabajadores.</p> <p>* Promover programas de capacitación y especialización de trabajadores en sus funciones.</p> <p>* Proporcionar al menos una vez al año, bonos de desempeño u obsequios a los trabajadores para motivarlos por un buen trabajo.</p>	<p>* (L) Según el Código de Trabajo en su Art. 42 numeral 13, es obligación del empleador tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra. Y en el numeral 15 de define también como obligación el atender las reclamaciones de los trabajadores.</p> <p>* (C) Trabajadores desmotivados y que perciben que la empresa no se preocupa por sus intereses son más propensos a formar sindicatos, dejar la empresa o trabajar con disminución en su productividad.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	PROVEEDORES	5.- No se documentan mecanismos de negociación con proveedores donde se defina claramente aspectos relacionados con su retribución y retroalimentación	Inconvenientes y descontento de los proveedores relacionados con temas económicos, generando incumplimiento de acuerdos de pago.		X	Estipular claramente en manuales de procedimiento de manejo de proveedores y en los contratos que se maneje con los mismos, los aspectos relacionados con retribución a los mismos, contemplando formas de pago, plazos, etc.	(C) El incumplimiento de pago de proveedores no solo perjudica la relación con el mismo, sino también deteriora la calidad del servicio y del producto que brinda el proveedor. Si desde el principio se definen políticas con el mismo, se norma la relación.
		6.- Escasa preocupación por el desarrollo de los proveedores, detectar sus necesidades y considerar el impacto que la empresa genera en su actividad	Proveedores desmotivados, lo que afecta las negociaciones y beneficios que se pudiesen obtener entre ellos.		X	Definir compensaciones y mecanismos de motivación a proveedores por el producto o servicio brindado, a través de procesos ganar-ganar o a través de reuniones en las cuales se tomen en cuenta sus puntos de vista como retroalimentación.	(C) La motivación y retroalimentación del proveedor es altamente beneficioso para la empresa, le permite mejorar la relación con el proveedor lo que a su vez optimiza las condiciones de negocio y genera mejoras en el producto suministrado y personalización que permite incrementar la productividad.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	7.-	La carencia o informalidad de un proceso transparente y definido de negociación y trato con Distribuidores, clientes y consumidores, que involucre políticas, planes y programas de desarrollo de los distribuidores.	Desmotivación de distribuidores, clientes y consumidores y sensación de incumplimiento y trato inadecuado por parte de la empresa.		X	Elaborar manuales de procedimiento para Distribuidores, clientes y consumidores, con reglas claras de negocio y políticas que permitan mantener en el tiempo una buena relación, contribuyendo a su desarrollo.	(C) Los Distribuidores transmiten la imagen de la empresa ante los clientes, por ende es importante que se norme la relación a fin de manejar las condiciones de negocio y se considere el desarrollo de los mismos.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA DISTRIBUIDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES	8.-	Falta de mecanismos para mejorar la atención al cliente, conocer sus necesidades y como evalúan a la empresa	Cientes insatisfechos y que consideran que la empresa no se preocupa por sus necesidades y opinión.		X	* Definir un proceso de quejas y reclamos para los clientes, consumidores y distribuidores, el cual incluya Políticas de Atención al Cliente, y cuyos resultados sean medidos al menos anualmente.	(C) Un cliente insatisfecho o que siente que sus necesidades no son consideradas, no transmite una buena imagen de la empresa y es una mala referencia. (L) Según la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en su Art. 4, numeral 1, los consumidores tienen derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos. * (L) Según se determina en el Art.4 numeral 12, de la Ley Orgánica del Consumidor, los consumidores tienen derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	GOBIERNO	9.- No contar con una cultura de cumplimiento de la legislación fiscal	La empresa podría incurrir en incumplimiento de la ley, generando consecuencias graves como multas, mala imagen corporativa e incluso clausuras o cierre definitivo.		X	* La cultura organizacional debe reforzarse con políticas de cumplimiento de la normativa tributaria, tanto en los porcentajes que corresponden como en los plazos establecidos por ley, y dicho cumplimiento debe transparentarse a toda la organización.	* (L) Según lo establecido en el Código Tributario, en el Art. 321 la responsabilidad por infracciones tributarias es personal de quienes la cometieron, ya como autores, cómplices o encubridores. Es real, respecto a las personas naturales o jurídicas, negocios o empresas a nombre de quienes actuaron o a quienes sirvieron dichos agentes.
						* La empresa deberá llevar un control del cumplimiento tributario de sus colaboradores, manejando de manera organizada y documentada las retenciones que se les realiza.	

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA							
COMUNIDAD - SOCIEDAD	10.-	No contar con políticas y mecanismos para conocer las necesidades de la comunidad, su desarrollo, el impacto que genera la empresa y como es evaluada.	Afectación de la reputación corporativa, proyectando una imagen de despreocupación por el desarrollo de la comunidad en el que se desarrolla.		X	Establecer programas de participación y acercamiento con la comunidad en donde está asentada la empresa, con el propósito de que se identifique la percepción de la comunidad sobre la empresa, las necesidades de la comunidad y su desarrollo.	* (L) Como lo indica la Constitución en el Art. 95 segundo párrafo, la participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA							
COMPETENCIA	11.-	Falta de definición de políticas o mecanismos que permitan dar a conocer de manera transparente y honesta las características de productos, servicios y precios propios de la competencia.	La empresa podría incurrir en prácticas deshonestas junto con la competencia y quizás en contra de la competencia, desvirtuando su imagen ante la sociedad.		X	* Manejar catálogos de los productos o servicios de la empresa, con los precios definidos para cada uno de ellos y las características reales de los mismos, catálogo que debe ser consistente con la información que se proporciona a los clientes. *Incluir en el empaque o etiqueta del producto todas las especificaciones de uso del producto, el listado de insumos empleados para elaborarlo y las normas de seguridad y salubridad certificadas que el mismo cumple.	* (L) Como se menciona en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el artículo 4 numeral 4, los consumidores tienen derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA							
COMPETENCIA	12.-	No contar con políticas que establezcan mecanismos de competencia sana y justa, y obtener una retroalimentación de la percepción de la competencia.	Inconvenientes con los competidores en cuanto a prácticas deshonestas de competencia y falta de conocimiento de las ventajas y percepción de la competencia.		X	Establecer un programa de acercamiento o diálogo con la competencia para promover la sana competencia y las prácticas en pro del usuario o cliente.	<p>* (L) En el Art. 4, numeral 2 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado se reitera la defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.</p> <p>* (L) En el Art. 4, numeral 2 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado se da importancia al fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.</p>

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA GENERACIONES FUTURAS	13.-	No contar con procesos, productos y servicios que busquen ser amables con el medio ambiente	Producción y comercialización de productos y servicios que dañen o impacten negativamente al medio ambiente tanto en el corto como largo plazo.		X	* Analizar los procesos y el contenido de productos y servicios a fin de que analizar el impacto de los mismos en el medio ambiente y proponer planes de mejora o remediación.	* (L) Según la Ley de Defensa del Consumidor, en el Art. 58 Productos Riesgosos, en caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto o constituye un peligro o riesgo de importancia para la integridad física, la seguridad de las personas o del medio ambiente, aún cuando se utilice en forma adecuada, el proveedor del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a las que hubiere lugar, informar de tal hecho a los consumidores del bien, retirarlo del mercado y, cuando sea procedente, sustituirlo o reemplazarlo a su costo. * (L) Según la Ley de Defensa del Consumidor en su Art. Art. 74, en caso de incumplimiento a lo dispuesto en el artículo 58 de la presente Ley, el Infractor será sancionado con multa de mil a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) /LEGISLACIÓN(L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA GENERACIONES FUTURAS	14.-	Ausencia de programas y políticas de concientización y cuidado del medio ambiente mediante mecanismos como el reciclaje, tomando acciones ante los resultados de informes de impacto ambiental.	Mayores impactos ambientales, mala reputación corporativa e incumplimiento de leyes relacionadas con el cuidado del medio ambiente.		X	* Establecer políticas de cuidado del medio ambiente, como lo son el uso racional de los recursos y el reciclaje.	* (L) Según el Art. 2 de la Ley de Gestión Ambiental, la gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales. * (L) Según el Art. 46 de la Ley de Gestión Ambiental, cuando los particulares, por acción u omisión incumplan las normas de protección ambiental, la autoridad competente adoptará, sin perjuicio de las sanciones previstas en esta Ley, las siguientes medidas administrativas. * (C) Con políticas como el uso adecuado de los recursos o el reciclaje, se educa a la organización en buenas prácticas de cuidado del medio ambiente.

Fuente: Respuestas de la encuesta aplicada del Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC

Elaborado por: Gabriela Parra

6.3. DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En el punto 5.3 Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas, se especifican los resultados obtenidos en cada una de las líneas estratégicas, que según el Cuadro No. 41 Índice de Congruencia, que clasifica entre bajo, mínimo y sólido a la gestión de las empresas.

En la Línea Estratégica I: Ética y transparencia, el resultado obtenido para el Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos es del 79,55 por ciento, lo cual indica que se ha realizado una gestión sólida y sostenible en el largo plazo para sus stakeholders, las empresas de este subsector han tomado en cuenta las medidas necesarias para que su gestión demuestre un sentido de ética y valores. Es importante que las empresas de este subsector tomen este resultado como una forma de motivarse a continuar con una buena gestión que busque alcanzar un mejor resultado al definir estrategias claras y una definición formal y completa de su Declaración de Principios y Valores, Código de Conducta, Balance Social y Políticas de Gobierno Corporativo, que incorpore a todos sus grupos de interés.

En la Línea Estratégica II: Calidad de vida, el resultado obtenido para este mismo subsector es del 68,84 por ciento, lo cual indica que las empresas del subsector han

iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, existiendo áreas de riesgo importantes en relación a la calidad de vida de sus stakeholders; las empresas deben tomar medidas para mejorar este indicador a fin de que se puedan identificar de manera más específica las áreas de riesgo. Es vital que las empresas realicen un análisis de cada grupo de interés y de la manera en que la empresa aporta a mejorar su calidad de vida, estableciendo estrategias para mejorar esta situación. Mejorar la comunicación con los stakeholders considerando la retroalimentación que pueden proporcionar, contar con una capacitación y participación constante, buscar asesoría legal, levantar y analizar los procesos de la empresa, son entre otras, las opciones que podrían considerar las empresas de este subsector para mejorar el resultado que refleja el índice de congruencia.

En la Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, el resultado obtenido para este subsector es del 67,10 por ciento, lo cual indica que las empresas del subsector han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, existiendo áreas de riesgo importantes en relación a la generación y distribución de la riqueza entre sus stakeholders, en otras palabras, las empresas deben tomar medidas para trabajar en este indicador a fin de que se puedan identificar claramente las áreas de riesgo. Para esto es necesario que las empresas estudien cada grupo de interés y busquen la forma de optimizar el proceso relacionado con la generación y distribución de la riqueza, pudiendo considerarse las políticas y procedimientos relacionados con la distribución de utilidades, pago de sueldos y salarios, incentivos y retribuciones, plazos y formas de pago,

cumplimiento fiscal, uso racional de recursos, entre muchas otras opciones, que podrían ayudar a las empresas de este subsector a mejorar el resultado que refleja el índice de congruencia.

6.4. PROPUESTA DE POLÍTICAS DE RSE

En función a las conclusiones obtenidas en este estudio, se plantean Políticas generales de Responsabilidad Social Empresarial para regular de manera general la gestión de las empresas del Subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, y Políticas específicas relacionadas directamente con cada uno de sus stakeholders, como se detalla a continuación:

Políticas Generales

- a.** Es responsabilidad y mandatorio que las empresas tengan un Código de Conducta, una Declaración de Principios y Valores, Reglamento Interno de Trabajo y un Grupo de Políticas de Gobierno Corporativo, debidamente documentados y publicados para conocimiento de todos sus stakeholders.

- b. Al menos una vez al año, las empresas deben elaborar y presentar el Balance Social o un Informe de Responsabilidad social, que resuma la gestión que se ha llevado a cabo durante ese período en relación a los temas de RSE.
- c. Se debe promover la comunicación entre los distintos stakeholders y su interrelación para trabajar en mejorar la situación actual de las empresas.
- d. Las empresas deben definir de manera clara y transparente la distribución de sus utilidades anuales.
- e. Las empresas deben procurar mantener documentados y actualizados todos los procesos que manejan, sobre todo aquellos que integran la cadena de valor de la organización.
- f. Las empresas deben mantenerse al día respecto a la normativa legal, patronal y tributaria, con todas las actualizaciones aplicables a las PYMEs.

Políticas relacionadas con Los accionistas e inversionistas

- a. La elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, y las Políticas de Gobierno Corporativo, deben elaborarse con la colaboración de todos o una mayoría representativa de Los accionistas e inversionistas; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.

- b.** Es obligación y responsabilidad de Los accionistas e inversionistas analizar los Balances Sociales o Informes de Responsabilidad Social que se presentan al menos una vez al año, y tomar medidas o resoluciones con la información que se presenta en los mismos.
- c.** Es necesario promover el diálogo entre Los accionistas e inversionistas en foros o reuniones periódicas con representantes del resto de stakeholders, con el fin de fomentar la interrelación entre los mismos y obtener una retroalimentación sobre la percepción de la empresa.
- d.** Los accionistas e inversionistas deben estar al tanto de las quejas, sugerencias y comentarios que se hayan recibido por parte del resto de grupos de interés para tomar acciones sobre las mismas.

Políticas relacionadas con las Personas que integran la empresa

- a.** Para la elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, y las Políticas de Gobierno Corporativo, es importante contar con la colaboración de un representante de la fuerza laboral de la empresa; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.

- b.** Las empresas deben tomar en cuenta a sus trabajadores dentro de la planificación estratégica anual, y mantenerlos al tanto sobre las definiciones tomadas y los objetivos anuales planteados.
- c.** Las empresas deben establecer métodos o indicadores que permitan medir el cumplimiento de objetivos y metas planteados a los trabajadores en la planificación estratégica, pudiendo tomar acciones y retroalimentación para que este stakeholder mejore su gestión.
- d.** Las empresas deben mantenerse actualizadas respecto a la normativa legal relacionada con los trabajadores a fin de que esta sea acatada sin excepciones.
- e.** Los procesos relacionados con los colaboradores deben estar documentados y publicados de manera transparente a toda la organización, en especial aquellos relacionados con sus sueldos, salarios y seguridad social.
- f.** Las empresas organizarán y apoyarán eventos que promuevan las iniciativas de sus trabajadores, el trabajo en equipo, y la integración de la vida familiar con la laboral.
- g.** Las empresas son responsables de manejar una constante capacitación a sus trabajadores, enfocándose en promover sus aptitudes y capacidades.
- h.** La motivación a los trabajadores debe ser considerada como una importante estrategia para originar que el personal realice un mejor trabajo.

Políticas relacionadas con los Proveedores

- a. Las empresas deben ratificar el conocimiento y compromiso de sus Proveedores con los valores y políticas de la empresa.
- b. Es importante que las empresas conozcan las acciones relacionadas con la RSE que llevan sus proveedores y tomarlas en cuenta en sus Balances Sociales o Informes de Responsabilidad Social.
- c. Es importante que las empresas incluyan en su Declaración de Principios y Valores y en el Reglamento Interno de trabajo, todos los temas asociados con el trato y relación que manejan con sus Proveedores.
- d. Los procesos relacionados con la selección, contratación, pago y manejo de Proveedores deben encontrarse debidamente documentados y publicados en las empresas.
- e. Las empresas deben definir estrategias o mecanismos de motivación y compensación a los Proveedores, a fin de promover su participación y una mejor gestión por parte de ellos.

Políticas relacionadas con los Distribuidores, clientes y consumidores

- a.** Las empresas tienen la responsabilidad de definir canales de comunicación con sus Distribuidores, clientes y consumidores para que se pueda compartir las características del producto y servicio brindado, la Declaración de Principios y Valores de la empresa, y permitir una adecuada comunicación de reclamos, comentarios y sugerencias.
- b.** Es importante que las empresas consideren dentro de su Balance Social las acciones y políticas de consumo responsable de insumos que se han compartido con este grupo de interés.
- c.** Es importante que se incluya dentro de la Declaración de Principios y Valores y las Políticas de Gobierno Corporativo un acápite que haga referencia a este stakeholder, resaltando la importancia de sus necesidades y expectativas..
- d.** Las empresas deben comunicar sobre las especificaciones de uso de sus productos, los insumos que los componen y las normas de seguridad y salubridad que estos cumplen.
- e.** Deben existir procesos documentados y publicados respecto al manejo de sus clientes, reglas de negocio y a la atención a quejas y reclamos que presenten los consumidores, clientes y distribuidores, manejando estadísticas e historiales de los mismos.

- f. Las empresas deben formalizar y compartir sus Políticas de Atención al cliente, en la que se incluyan los protocolos de atención y las mediciones de la percepción de los clientes, consumidores y distribuidores.

Políticas relacionadas con el Gobierno

- a. Las empresas tienen la responsabilidad de investigar y mantenerse al día sobre los programas que establece el gobierno relacionados con la RSE, promoviendo su participación.
- b. La elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, el Balance Social y las Políticas de Gobierno Corporativo, deben tomar en cuenta las regulaciones del gobierno; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.
- c. Es prioridad y responsabilidad de las empresas el cumplimiento transparente de la normativa tributaria, los valores, plazos y condiciones que esta establece, tanto de la empresa como de sus colaboradores.

Políticas relacionadas con la Comunidad-sociedad

- a.** Las empresas deben establecer canales de comunicación bidireccional con la Comunidad-sociedad, con el propósito de transparentar su gestión, conocer respecto a la percepción que tiene la comunidad, obtener información y retroalimentarla.
- b.** La elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, el Balance Social y las Políticas de Gobierno Corporativo, deben tomar en cuenta las necesidades y situación actual de la Comunidad-sociedad; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.
- c.** Es necesario que las empresas participen en asociaciones del sector de Fabricación de sustancias y productos químicos para que puedan conocer y comprender la realidad de las comunidades donde se encuentran asentadas.
- d.** Es importante que las empresas establezcan programas de participación y acercamiento con la comunidad que les rodea, con el propósito de realizar un análisis de la situación, la percepción de la empresa y se identifiquen sus necesidades y posibilidades de apoyo a su desarrollo.

Políticas relacionadas con la Competencia

- a. La elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, el Balance Social y las Políticas de Gobierno Corporativo, deben tomar en cuenta las necesidades, trato y situación actual de la Competencia; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.
- b. Las empresas deben establecer canales de comunicación con la Competencia, con el propósito de conocer sus necesidades y encontrar una manera adecuada y sana de competir.
- c. Las empresas deben promover su participación en gremios o asociaciones con otros miembros del sector.

Políticas relacionadas con las Generaciones futuras

- a. Las empresas tienen la responsabilidad de considerar al medio ambiente, el impacto generado y su preservación como una prioridad en su gestión, implementando programas de formación sobre su cuidado tanto a nivel interno de la empresa como externo.

- b.** La elaboración del Código de Conducta, la Declaración de Principios y Valores, el Balance Social y las Políticas de Gobierno Corporativo, deben tomar en cuenta el uso racional de recursos y un adecuado proceso productivo que garantice la preservación del medio ambiente; y de igual manera se debe incluir en cada uno de estos documentos un acápite que haga referencia a este stakeholder.
- c.** Las empresas deben diseñar programas de prevención y cuidado ante el impacto ambiental que estas generan al elaborar productos y sustancias químicas, considerando el manejo adecuado de residuos y la seguridad y salud ocupacional.

BIBLIOGRAFÍA

1. ASAMBLEA NACIONAL (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Registro oficial suplemento 351.
2. ASAMBLEA NACIONAL (2008). *Constitución Política del Ecuador*.
3. ASAMBLEA NACIONAL (2011). *Ley Orgánica de Regulación y Control del poder de mercado*. Registro oficial suplemento 555.
4. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2001). *Boletín Anual N°34, Comercio Exterior*
5. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2011). *Catálogo mensual. Producto Interno Bruto por Industria*
6. BANCO MUNDIAL. (2011). [http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL], **Población Total**.
7. BENASSINI M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados: Un enfoque para América Latina*. Pearson Educación.
8. COMISIÓN EUROPEA. *Libro Verde*.
9. CONGRESO NACIONAL. (2013). *Codificación del Código Tributario*. Comisión de legislación y codificación.
10. CONGRESO NACIONAL. (1999). *Codificación de la Ley de Compañías*. Comisión legislativa y codificación.
11. CONGRESO NACIONAL (2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Codificación 19, Registro Oficial Suplemento. Comisión de Legislación y Codificación.
12. CONGRESO NACIONAL (2000). *Ley Orgánica de Defensoría del Consumidor*.
13. DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES. (2009). **“Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)”**. División de Estadística. Informes estadísticos Serie M, No. 4/Rev. 4. Naciones Unidas New York.
14. FERNANDEZ R. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Club Universitario.
15. FORO DE DESARROLLO SOSTENIBLE (2002). *Código de Gobierno para la empresa sostenible*.
16. FORO DE EXPERTOS EN RSE DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES PARA LA RED PACTO MUNDIAL EN ESPAÑA [http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap1_2.htm] **¿Qué es la responsabilidad social empresarial?**.
17. GROOVER M. (1997). *Fundamentos de Manufactura Moderna*. Prentice Hall. Primera Edición.

18. HORNA L., (2009). *Análisis de mercado del sector industrias manufactureras en base a CIU 3 bajo un enfoque de concentración económica en el período 2000-2008 en el Ecuador*. Revista Politécnica. Volumen 30(1)
19. INECPEDIA (2011). [http://www.ecuadorencifras.com:8080/inecpedia/index.php/Consumo_intermedio], **Consumo Intermedio**.
20. INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA. (1996). *Armonización de la Bioseguridad en las Américas*. Área de Concentración II.
21. LEGISLACIÓN AMBIENTAL SECUNDARIA. **Libro VI**.
22. LEY DE REGIMEN PARA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (1992-1996).
23. LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA (2002). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. España. ESADE,
24. MARCHANT L. (2006). *Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional*. Chile. Primera Edición.
25. MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (2010). *Ordenanza Municipal No. 333*.
26. NAVARRO F. *Responsabilidad Social Corporativa*. Segunda Edición ESIC Editorial.
27. NORMA INTERNACIONAL ISO 26000:2010 (2010) [<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>].
28. NORMA INTERNACIONAL ISO 26000:2010 (2010) [http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf].
29. NORMA INTERNACIONAL ISO 26000:2010 (2010). *Guía de Responsabilidad Social Empresarial*. Primera Edición.
30. OLCESE A., (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible*. España: Mc Graw Hill.
31. SALKIND N. (1998). *Métodos de Investigación*. Pearson Education
32. SECILIO G. (2006). *Responsabilidad Social Empresaria hacia un Pacto Global en el Agro*. Argentina: Editorial Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires
33. SENPLADES (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010*. Ecuador: MIC.
34. SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. (2008). *Responsabilidad Social 8000 SA8000*.
35. SUBDIRECCIÓN DE ASESORÍA JURÍDICA DE LA PGE (2011). *Codificación del Código de trabajo*. Comisión de legislación y codificación.
36. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, (2011). *Principales variables financieras por actividad económica*. Anuario estadístico societario NEC.
37. UNIAPAC INTERNACIONAL (2010). *Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral*.
38. WIKIPEDIA. [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_14000], ISO 14000.
39. WORLDOMETERS (2012). [<http://www.worldometers.info/es/>], Población Mundial.
40. ZAMORA G., VILLAMAR X. (2010). *Caracterización de la PYME en la industria manufacturera del distrito Metropolitano de Quito*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

ANEXOS

ANEXO No. 1

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
INFORMACIÓN GENERAL

Nombre o razón social de la empresa _____
RUC / Cédula No. _____
Dirección: Calle principal _____ **No.** _____
Intersección _____ **Barrio** _____
Nombre del Gerente General / Entrevistado _____
Teléfonos empresa _____ **Celular** _____
Correo electrónico: Empresa _____ **Código CIU** _____

I ETICA Y TRANSPARENCIA Vigencia de Valores		NO 0	PARCIALMEN TE 1	SI 2
a) Los accionistas e inversionistas				
1	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores; del código de conducta y de las políticas de gobierno corporativo?			
2	¿Están comprometidos con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
3	¿Se informa adecuadamente a los 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) Personas que integran la empresa				
7	¿Todo el personal conoce, comprende y comparte la misión y visión de la empresa?			
8	¿La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa?			
9	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores y del código de conducta?			
10	¿Están comprometidos, el personal, con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
11	¿Conocen y aplican el código de conducta de la organización?			
12	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
13	¿Apoyan, desde su rol, la realización del plan de la empresa?			
14	¿Aplican un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores?			
c) Proveedores				
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?			
d) Distribuidores, clientes y consumidores				
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?			
e) Gobierno				
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?			

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

II CALIDAD DE VIDA NECESIDADES HUMANAS		NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a los 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 involucrarnos y comprometerlos en el proceso de RSE?			
5	¿Los Accionistas e inversionistas apoyan que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores?			
6	¿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) Personas que integran la empresa			
8	¿Existen programas/eventos, que permiten a su organización estar al tanto y cumplir con la legislación laboral y los cambios que en ésta se presenten?			
9	¿Los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal están documentados, son transparentes y se rigen bajo una política de no discriminación (de ninguna clase ni tipo) y son aplicados consistentemente?			
10	¿Cuenta la empresa con criterios establecidos y conocidos para desvincular al personal, que tienen como objetivo considerar también el bien particular de la persona?			
11	¿Cuenta con mecanismos que permitan incentivar la participación y la productividad de los colaboradores?			
12	¿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?			
	c) Proveedores			
16	¿Cuenta con mecanismos, transparentes y legales que le permita conocer las prácticas laborales de sus proveedores?			
17	¿Existen medidas previstas para el caso en que los proveedores den atenciones o regalos a sus colaboradores?			
18	¿Cuenta con reglas precisas y documentadas para el trato respetuoso con sus proveedores?			
19	¿Ha establecido y documentado mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores?			
20	¿Documenta debidamente y con transparencia los procesos de selección, contratación y evaluación de proveedores?			
21	¿Rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores con malas prácticas laborales o ambientales?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
22	¿Informan de manera clara y precisa el contenido de sus productos y servicios?			
23	¿Utiliza insumos que cumplen las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y/o servicios?			
24	¿Se facilita la información necesaria sobre seguridad y salubridad de los productos y sobre instrucciones de uso adecuado?			
25	¿Cuenta con reglas precisas para el trato respetuoso con sus clientes, consumidores y distribuidores?			
26	¿Ha documentado y establecido políticas para hacer efectivas las garantías y quejas?			
27	¿Los clientes siempre reciben los bienes / servicios comprometidos?			
28	¿Cuenta con mecanismos permanentes para la evaluación de la satisfacción de sus clientes, consumidores y distribuidores?			
29	¿Cuenta con una política de atención a clientes?			
	e) Gobierno			
30	¿Existen programas/eventos, que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de la participación político/social como parte del desarrollo integral de las personas y las comunidades?			
31	¿Tiene programas de comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social?			
32	¿Ha participado en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común?			
33	¿Participa en proyectos de desarrollo local?			
34	¿Evalúa su participación político/social?			
	f) Comunidad – sociedad			
35	¿Incentiva la participación social y gremial de todos sus grupos involucrados?			
36	¿Participa en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común?			
37	¿Ha tenido acercamientos con Organizaciones no Gubernamentales para colaborar en proyectos comunes?			
38	¿Cuenta con mecanismos de evaluación que mida el impacto de su participación social y gremial?			
39	¿Existe un informe específico de las causas sociales y gremiales apoyadas por la empresa?			
	g) Competencia			
40	¿Cuenta con mecanismos de acercamiento sanos con sus competidores y las autoridades para evitar prácticas monopólicas?			
41	¿Ha establecido mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector?			
42	¿Ha generado y documentado algún mecanismo para compartir mejores prácticas entre competidores?			
43	¿Ha implementado junto con su competencia acciones a favor de su comunidad?			
44	¿Sus competidores cuentan con la confianza de acercarse a dialogar con su empresa?			
	h) Generaciones futuras			
45	¿Cuenta con mecanismos documentados de aseguramiento del cuidado del medio ambiente?			
46	¿Cuenta con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad?			
47	¿Ha establecido procedimientos para el manejo adecuado de residuos y/o desperdicios provenientes de su operación?			
48	¿Participa en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente?			
49	¿Incorpora en sus políticas y prácticas el reconocimiento del impacto negativo de sus operaciones en las generaciones futuras?			
50	¿Incorpora en el Informe de RSE de la empresa el tema del impacto ambiental y el progreso logrado?			

III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES MATERIALES		NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
a) Los accionistas e inversionistas				
1	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación equilibrada de participación de la riqueza que beneficien a todos los grupos relacionados?			
2	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren la formación/concientización de los accionistas e inversionistas?			
3	¿Cuentan con programas de Inducción a los objetivos económicos, sociales y ambientales?			
4	¿Retribuyen a los inversionistas según lo acordado?			
5	¿Realizan varias reuniones, durante el año, para informar a los inversionistas de los resultados?			
6	¿Han propuesto ante sus accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores?			
b) Personas que integran la empresa				
7	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y psicológicas de sus colaboradores?			
8	¿Existen programas y/o eventos en la empresa, que involucren la formación de los colaboradores?			
9	¿Cuentan con un sistema de sueldos y seguridad social legal, transparente y conocido por los colaboradores; que reconozca equitativamente las aportaciones y que incluya mecanismos de participación en los beneficios?			
10	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respeten la dignidad de la persona?			
11	¿Cuentan con un sistema de beneficios al personal no obligatorios que la empresa ofrece y que son aplicados con justicia y equidad para todos y no discriminatorio?			
12	¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-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?			
c) Proveedores				
14	¿Cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus proveedores?			
15	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus proveedores?			
16	¿Han establecido un programa o mecanismo para impulsar y/o incrementar la participación de proveedores locales?			
17	¿Se desarrollan acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo?			
18	¿Retribuyen a los proveedores según lo acordado en tiempo y forma?			
19	¿Existen mecanismos que le permitan conocer como lo evalúan sus proveedores?			
20	¿Han realizado un censo del impacto en empleo que se genera alrededor de su actividad?			
d) Distribuidores, clientes y consumidores				
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?			

	e) Gobiernos			
29	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de ser contribuyentes cumplidos?			
30	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a su organización estar al tanto y cumplir con los cambios en la legislación fiscal que le compete?			
31	¿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?			
	f) Comunidad - sociedad			
34	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y sociales de la(s) comunidad(es) en la(s) que está(n) asentados?			
35	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de la comunidad?			
36	¿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?			
	g) Competencia			
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?			
	h) Generaciones Futuras			
46	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren la concientización acerca de la conservación del medio ambiente?			
47	¿Diseñan procesos, productos y servicios amables con el medio ambiente?			
48	¿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?			

ANEXO No. 2

DENOMINACION	TIPO CIA	CIUDAD	BARRIO	SEGMENTO	
				MEDIANA	PEQUEÑA
ADITEC ECUATORIANA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN ALTO	1	
AGHEMOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	SOLANDA		1
AGROINDUSTRIA Y REPRESENTACIONES AGROREPRAIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO	EL BATAN BAJO	1	
AGROQUIM C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	COCHAPAMBA	1	
AGUA Y GAS DE SILLUNCHI SA	ANÓNIMA	QUITO	GUAJALO		1
ALPHACHEMICAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO	VIA A CALACALI		1
AMAQUIM C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	(en blanco)		1
ANDESCHEMIE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	GUANGOPOLO	LA ARMENIA		1
ANNQUIMICA S.A	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN		1

APRESTOS Y RESINAS CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	GUAJALO		1
ASEOTOTAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO	ALANGASI		1
AXAQUIMICA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	ANASAYAS		1
BIOCENTRICSOL CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CUMBAYA	1	
BLENASTOR CA	ANÓNIMA	CONOCOTO	LA ARMENIA	1	
CHENWAX DEL ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN INDUSTRIAL		1
DERYQUIM, QUIMICOS Y DERIVADOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	CONOCOTO	URB. LA ARMENIA		1
DURACOAT S.A	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN INDUSTRIAL	1	
ECOHARMONY S.A.	ANÓNIMA	QUITO	COMITE DEL PUEBLO		1
ECUACALCIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO	BENALCAZAR		1
EMPRESA ECUATORIANA DE OPERACIONES AGROPECUARIAS ECOAGRO S.A.	ANÓNIMA	QUITO	(en blanco)		1

EMPRESA UNIDA Y REPRE ORGANIZADA DE CINTAS CIA IND Y COM EUROTAPE S.A.	ANÓNIMA	QUITO	JIPIJAPA		1
FLORASINTESIS, FRAGANCIAS Y AROMAS C. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN ALTO	1	
FOSFORERA ECUATORIANA SA	ANÓNIMA	QUITO	SAN BARTOLO	1	
GLOBALCHEM QUIMICOS INDUSTRIALES Y AGRICOLAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN BAJO		1
IMPLASBE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	ALANGASÍ	CENTRAL		1
INDUALCA S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARRETAS		1
INDUSTRIA DE PLASTICOS EXPANDIBLES PLASTEX S.A.	ANÓNIMA	QUITO	SAN BARTOLO	1	
INDUSTRIA METAL QUIMICA GALVANO MFP C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	PONCIANO ALTO	1	
INDUSTRIAS OZZ S.A.	ANÓNIMA	QUITO	(en blanco)	1	
INEXA INDUSTRIA EXTRACTORA CA	ANÓNIMA	QUITO	(GUAPULO)	1	
INQUINAM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	COTOCOLLAO		1

KEMCEPSA S.A.	ANÓNIMA	QUITO	LA MARISCAL		1
LABORATORIOS LATURI C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	SAN BARTOLO		1
LABORATORIOS WINDSOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO	COTOCOLLAO		1
LIM FRESH CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	GUAMANI		1
MAGIC FLAVORS S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN ALTO		1
MASTER FIRE PREVENCIÓN DE INCENDIOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN		1
MEGAPINTURAS CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	(en blanco)		1
MONTGAR C.A.	ANÓNIMA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	EL ARENAL	1	
NCH ECUADOR SA	ANÓNIMA	QUITO	COMITE DEL PUEBLO		1
NEOQUIM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA KENNEDY		1
NERELIA TORRES PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AGRICOLAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO	JIPIJAPA		1

OBSIDIAN C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA CAROLINA	1	
OROPOLIMEROS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	SANTA CLARA		1
PARIS QUITO SA P.Q.S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CUMBAYA	1	
PINTUQUIMICA CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	(en blanco)		1
PINTURAS AMERICA PINTAMER S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN	1	
PLADELFIN PLASTICOS DEL FIN S.A.	ANÓNIMA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	SAN CAMILO		1
PLASTIKYTO C.A. PLASTICOS PARA EL DESARROLLO	ANÓNIMA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	MARIANTAS		1
PLASTIMALLA CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	AEROPUERTO		1
POLIACRILART PRODUCTOS ACRILICOS C. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	ENTRADA LLANO GRANDE	1	
PRIMEXINTER CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN		1
PRODISQUIM C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA MARISCAL		1

PRODUCTOS PLASTICOS MOANPLAST C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	LA MARCA		1
PRODUCTOS QUIMICOS PAC PROQUIPAC C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	OSORIO		1
PRODUCTOS SAN JOSE PROSANJO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN		1
PROINDUSQUIM S.A.	ANÓNIMA	QUITO	SAN BARTOLO		1
PROMOCION INTERNACIONAL Y MATERIALES PRIMA S.A	ANÓNIMA	QUITO	(en blanco)		1
PROQUIM SA	ANÓNIMA	POMASQUI	SECTOR PUSUQUI		1
PROVEEDORA GRAFICA DEL ECUADOR PROGRAFICA S.A.	ANÓNIMA	QUITO	(en blanco)	1	
PUNTOMARCAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	MARISCAL SUCRE		1
PUNTOQUIMICA S.A.	ANÓNIMA	QUITO	CRISTIANIA		1
QUALIPHARM LABORATORIO FARMACEUTICO S.A.	ANÓNIMA	QUITO	EL CONDADO	1	
QUIMICA SUPERIOR UNICHEM S.A.	ANÓNIMA	QUITO	SAN CARLOS	1	

QUIMICOS ASOCIADOS, QUIMASOC S.A.	ANÓNIMA	YARUQUÍ	MIRAFLORES ALTO		1
QUIMICOS ECUATORIANOS ECUAQUIM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	(en blanco)		1
QUIMPEC QUIMICAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	EL DORADO		1
QUITO CLEAN TECHNOLOGY QCT CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CRISTIANA		1
REPCOMPLAST C.A.	ANÓNIMA	QUITO	QUITO NORTE	1	
RESINAS Y QUIMICOS DEL ECUADOR S.A. REQUIMEC	ANÓNIMA	QUITO	SAN BARTOLO		1
REVESTISA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	URB LOS MASTODONTES		1
ROSALMA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	PUEMBO	NUEVA ANDALUCIA		1
SABIJER'S S.A.	ANÓNIMA	QUITO	VIA A LA MITAD DEL MUNDO	1	
SAUL ESPINOZA E HIJOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	VILLAFLORA	1	
SERYPLAS SA	ANÓNIMA	QUITO	LA CRISTIANA	1	

SINTESA SINTETICOS TECNICOS S.A.	ANÓNIMA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	VIA CALDERON	1	
SOLAGRO S.A. SOLAGREMSA	ANÓNIMA	QUITO	(en blanco)	1	
STOKIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO	UNION NACIONAL		1
SUPER SYNTEKO COMERCIO E INDUSTRIA C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	EL INCA	1	
TARSIS S.A	ANÓNIMA	QUITO	EL BATAN	1	
TECNOLOGIA DE SERVICIOS QUIMICOS TESQUIMSA C.A.	ANÓNIMA	QUITO	CARCELEN		1
TEXTIQUIM COMPANIA LIMITADA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	CARCELEN ALTO		1
ZAPHIREDELCOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO	(en blanco)		1