

**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 C15:
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS
CONEXOS**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

INGRID GABRIELA CHÁVEZ AYALA

DIRECTOR : Ing. GENOVEVA ZAMORA, MBA

QUITO, SEPTIEMBRE 2012

Directora:

Ing. Genoveva Zamora, MBA

Informantes:

Ximena Villamar, Mgtr

Econ. Pablo López, MBA

INTRODUCCIÓN, 1

CAPITULO 1. ANTECEDENTES

- 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, 3
- 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, 5
- 1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN, 5
 - 1.3.1 General, 5
 - 1.3.2 Específicos, 5
- 1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN, 6
 - 1.4.1 Teórica, 6
 - 1.4.2 Práctica, 15

CAPÍTULO 2. FUNDAMENTOS DE LA RSE, 17

- 2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS, 18
 - 2.1.1 Contexto Mundial y Desarrollo sostenible, 27
 - 2.1.2 Responsabilidad de la empresa ante la sociedad, 33
- 2.2 LA RSE, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS, 37
 - 2.2.1 Grupos de interés, 39
 - 2.2.2 La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE, 44
- 2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE, 49
 - 2.3.1 Normativa internacional, 51
 - 2.3.2 Memorias de Sostenibilidad (GRI 3), 71

CAPÍTULO 3. LA RSE EN EL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS, 80

- 3.1 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS, 84
- 3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS SUBACTIVIDADES, 90
- 3.3 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMES, 99

CAPÍTULO 4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- 4.1 METODOLOGÍA APLICADA, 108
 - 4.1.1 Técnicas de recolección de información, 110
 - 4.1.2 Población y Muestra, 111
 - 4.1.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas, 112

- 4.1.3 Trabajo de Campo, 113
- 4.1.4 Tabulación de Datos, 115
- 4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs, 115
 - 4.1.5.1 Matriz de sostenibilidad y congruencia, 116

CAPÍTULO 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

- 5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 122
 - 5.1.1. Ética y transparencia, 122
 - 5.1.2 Calidad de vida, 125
 - 5.1.3 Generación y distribución de la riqueza, 127
- 5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, 130
- 5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 133

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU15 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

- 6.1 DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN, 136
- 6.2 DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, 138
 - 6.2.1 Ética y transparencia, 138
 - 6.2.2 Calidad de vida, 140
 - 6.2.3 Generación y distribución de la riqueza, 141
- 6.3 DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 142
 - 6.3.1 Generación y distribución de la riqueza, 142
 - 6.3.2 Calidad de vida, 143
 - 6.3.3. Ética y transparencia, 145
- 6.4 RECOMENDACIONES, 145

BIBLIOGRAFÍA, 161

ANEXOS

- ANEXO 1 ENCUESTA, 164
- ANEXO 2 BASE SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, 170
- ANEXO 3 OBTENCIÓN MUESTRA, 171

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio analiza la necesidad de difundir la RSE y sus ámbitos de aplicación, tendencias y beneficios entre las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos. Con el fin de analizar todos los aspectos relacionados con este tema se desarrollan los siguientes capítulos:

El primer capítulo aborda los antecedentes y objetivos propuestos para esta investigación. El segundo capítulo hace referencia a los motivos que impulsan a una empresa a adoptar acciones de RSE; y como su adopción modifica la manera en la que la organización se relaciona con los distintos grupos de interés. Se mencionan las herramientas de gestión y comunicación de la RSE, como medios para garantizar su implementación, desarrollo y verificación.

El tercer capítulo se enfoca en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, su trayectoria y características, es el marco de referencia conceptual de la RSE en las PYMEs.

El cuarto capítulo comprende el desarrollo de la metodología UNIAPAC para PYMEs, el trabajo de campo realizado y la tabulación de datos; para este fin se recopila la información a través de una encuesta aplicada a las industrias manufactureras pertenecientes al CIIU 15.

El quinto capítulo se orienta en el análisis del índice de sostenibilidad y congruencia, por línea estratégica y grupos de interés.

Finalmente con toda la información recopilada y analizada, en el sexto capítulo se presentan las conclusiones del estudio y las recomendaciones para la implementación de la RSE, en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos anexos; con las que se pretende dinamizar la adopción de la RSE como modelo de gestión estratégica empresarial.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, una empresa no obtiene éxito y logra mantenerse en el mercado, enfocándose solamente en la maximización de sus utilidades; es necesario que desarrolle sus actividades de manera responsable, tomando en cuenta los requerimientos de los grupos de interés tanto internos (trabajadores, proveedores, inversionistas, etc.), como externos (clientes, competidores, gobiernos, sociedad). Para lograr la conciliación de los diferentes intereses la empresa debe asumir la responsabilidad social, como modelo de gestión, el cual le permitirá contribuir a elevar los niveles de: desarrollo social, protección medioambiental y respeto por los derechos humanos.

A partir de 1970 la RSE cobra fuerza dentro del ámbito empresarial, como consecuencia de: el surgimiento de nuevas expectativas de los ciudadanos y consumidores, aumento de la preocupación sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica y la necesidad de mayor transparencia de las actividades empresariales, como respuesta a estos requerimientos la RSE establece responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica; que deben ser asimiladas por la organización como un marco de referencia.

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un intangible valioso para las empresas; ya sean grandes, medianas o pequeñas. Las PYMEs a nivel mundial constituyen más del 90 por ciento de las empresas, en el caso de América Latina, más del 60 por ciento de

las unidades productivas son PYMEs y proporcionan entre el 40 y 50 por ciento del empleo. Debido a la influencia de las PYMEs en el desarrollo y progreso económico de un país, es necesario que adopten prácticas responsables; que contribuyan al logro de sus objetivos económicos, sociales y medioambientales.

CAPITULO 1. ANTECEDENTES

1.4 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. También ha influenciado la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no pueden seguir consumiéndose al ritmo actual, existe una sensibilidad general hacia la preocupación de la responsabilidad empresarial con la sociedad.

Este proyecto pretende realizar un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs en 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.

La identificación de los elementos primordiales que influyen en las relaciones con los grupos de interés, permitirá a las PYMEs, desarrollar estrategias de responsabilidad que se

adecuen a sus características particulares; tomando en cuenta sus valores y el entorno competitivo en el que opera. Para lograr el involucramiento de las PYMEs en la responsabilidad social es necesaria la participación y colaboración de la gerencia, los empleados los cuales necesitan ser educados, las asociaciones empresariales que deben implementar programas para promover estas prácticas y los gobiernos que deben estimular su adopción.

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. Es necesario destacar que el gestionar de manera responsable incluye el establecimiento de nuevas y mejores relaciones entre: empresarios, trabajadores, proveedores y comunidad; dando como resultado un desarrollo sustentable en el que además se valora la diversidad cultural, social y territorial del país.

Los resultados del estudio conjuntamente con las acciones de promoción, acerca de la responsabilidad social en el Distrito Metropolitano de Quito (Ordenanza municipal [333](#) de Responsabilidad Social Empresarial), darán a las empresas los cimientos en los cuales podrán construir una cultura organizacional, en la que predominen acciones, comportamientos y prácticas éticas en el desarrollo de sus relaciones con empleados, comunidad y medio ambiente.

1.5 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?

1.6 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 C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos.

1.3.2 Específicos

- ✚ Examinar las características del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, 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 C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos para orientar la gestión de RSE.

- ✚ Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, 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 generación y distribución de riqueza.
- ✚ Determinar el índice de sostenibilidad global de las PYMEs del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, 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, debido a que: existe una sociedad más informada, al avance tecnológico, la globalización, movimientos activistas preocupados por el bienestar de la sociedad en su conjunto; exigiendo un comportamiento ético, valores llevados a la práctica a través de la manera que se producen o como se realizan los negocios. La necesidad de procurar una visión de desarrollo sostenible, a través de las actividades cotidianas y lógicas económicas, ambientales y sociales coherentemente alineadas. El desafío es plasmar en las pequeñas y medianas empresas la ética de responsabilidad social, despertando su interés y conciencia sobre la ventaja competitiva que pueden lograr al adoptarla.

La RSE está intrínsecamente vinculada al concepto del desarrollo sostenible. Según la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU: “El desarrollo sostenible puede ser definido como un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.”¹

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. Forma parte de la estrategia fundamental de toda organización, a través de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles. Este modelo de gestión se basa tanto en la actuación ética, transparente y responsable de la empresa, así como en la visión de sostenibilidad de largo plazo de la misma.

La RSE implica una alineación entre las estrategias y las operaciones de una organización, para que generen un proceso de mejora continua, que se extienda a lo largo de la cadena de valor de la organización y que permita crear valor para los stakeholders. La mejora continua potencia la innovación, el emprendimiento social y empresarial; debido a que las empresas deben responder de distinta modo a las demandas de los grupos de interés; para de esta manera, diferenciarse de sus competidores.

¹ CINU. [<http://www.cinu.mx/temas/medio-ambiente/medio-ambiente-y-desarrollo-so/>], **Medio ambiente y desarrollo sostenible**

La RS tiene tres pilares, que son la responsabilidad social interna, externa y ambiental²; las cuales involucran un compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente; siendo un proceso global para mejorar continuamente el desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de la sociedad en general.

La RSE requiere de la generación e implementación de una cultura de diálogo, a nivel interno y externo de las organizaciones; que propicie el entendimiento de las necesidades e intereses de todos los involucrados; para lo cual es necesario mantener mecanismos de comunicación estructurados con los grupos de interés, con base en una estrategia de ganar-ganar.

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

² CATHOLIC RELIEF SERVICES. (2008). *Síntesis del Estudio sobre la Situación de la Responsabilidad Social en el Ecuador*. Primer Informe. p.4

Para responder a las necesidades de los grupos de interés; teniendo como base la RSE, la organización debe: desarrollar y proveer productos y servicios socialmente beneficiosos, seguros y satisfactorios. Propiciar relaciones leales, transparentes y libres; con competidores, órganos políticos y gubernamentales. Desarrollar comunicación con los accionistas, divulgando la información corporativa de forma activa y con justicia. Garantizar un ambiente seguro y cómodo de trabajo, respetando la diversidad, el carácter y la personalidad de los empleados.³

De la mano con la RSE está la generación de alianzas multisectoriales, las cuales tienen como meta lograr el desarrollo sostenible teniendo en cuenta que este es corresponsabilidad de todos. Así, la RSE involucra y responsabiliza a entidades del Estado, a las Empresas y a la Sociedad Civil.⁴

En Ecuador, a partir del año 1998 se inicia la promoción de la RSE, cuando la Fundación Esquel Ecuador junto a otras organizaciones del país, dan los primeros pasos en la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres), y en el año 2005 se constituye esta ONG, como miembro de la Red Continental de Forum Empresa.

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) entiende por responsabilidad social a una forma de gestión que se define por la capacidad de respuesta que tienen las organizaciones humanas para enfrentar las consecuencias de sus acciones sobre los distintos públicos y espacios naturales con los cuales se relacionan. Las organizaciones son socialmente responsables cuando adquieren un compromiso con el desarrollo social,

³ Cfr. PELEKAIS C. (2008). *Hacia una cultura de responsabilidad social*. México. Pearson. p. 44

⁴ CATHOLIC RELIEF SERVICES. (2008). Op. Cit. p.5

político y económico de su ambiente, en los contextos internos y externos de sus actos.⁵

En 2006 nace el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador (IRSE) como una organización sin fines de lucro y tiene el fin de dar soporte y asesoría en la implementación de la RS en las organizaciones nacionales. En la actualidad, CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social) conjuntamente con el IRSE (Instituto de Responsabilidad Social Empresarial), dirigen sus acciones a difundir la RSE, en Ecuador, basada en la búsqueda del bien común, la dignidad humana y la solidaridad.

Existen iniciativas públicas que pretenden consolidar y hacer visible la RSE en Ecuador. El Estado ecuatoriano se ha involucrado con la RS, proporcionando un respaldo e impulso; el cual tiene como punto de partida el establecimiento del “Buen Vivir”; que implica: “la satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida digna, el amar y ser amado, y el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. (Ramírez; 2008: 387).

El “Buen Vivir” constituye una ruptura y una propuesta hacia un sistema económico social y solidario con una estrategia incluyente, sostenible y democrática; en la cual la RS se considera un derecho y un deber necesario para su consecución. Esto se manifiesta en la Constitución de la República del Ecuador en los artículos:

⁵ ABREU J.,(2006). “Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial”. *International Journal of Good Conscience*. Volumen 557, p.64.

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.⁶

La importancia de la inclusión de la RS dentro de la Constitución de la República del Ecuador, radica en que su aplicación en las empresas y actividades económicas,

⁶ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008).

contribuye al desarrollo de todo el país, en distintos ámbitos tales como: económico, fiscal, educativo, cultural, ambiental, participativo, entre otros. Una empresa socialmente responsable es aquella que perdura, que tiene ideales y cuyo motor son los valores; esto las vuelve competitivas, lo que les permite generar más empleos con una mejor remuneración, fortaleciendo así el mercado interno y propiciando un mayor desarrollo económico. Dicho desarrollo conlleva una mayor recaudación fiscal que permite realizar inversiones en: infraestructura, educación, investigación, gasto social, etc. Lo que permite transformar al país en un ente competitivo cuya cultura ciudadana sea de participación, transparencia y rendición de cuentas.

Erróneamente se piensa, que la aplicación de la RSE se limita solamente a grandes empresas; pero la realidad es que las prácticas responsables de las PYMEs pueden tener un mayor impacto sobre la sociedad. Debido a la influencia económica y social que las PYMEs tienen en su entorno, resulta necesario que encaminen sus acciones a impulsar el desarrollo de la comunidad esto es, a través del mejoramiento de la calidad de vida de su fuerza laboral; los que a su vez invertirán en el progreso individual y familiar, lo que se reflejará en la economía de un país.

La iniciativa de la RSE, está basada en la norma ISO 26000, de la que se desprende: una comprensión global de lo que es la RSE, líneas en materia de Responsabilidad Social y lo que las organizaciones tienen que hacer para operar de una manera socialmente responsable. La norma ISO 26000 ha influenciado [en](#) programas a nivel nacional, tales como: Sellos Hace Bien y Hace Mejor impulsados por el Ministerio

Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad; y el Programa Punto Verde del Ministerio del Ambiente.

Ante la necesidad de generar una cultura empresarial basada en la ética y la responsabilidad social; en la que las empresas definan sus objetivos con visión de sostenibilidad, incorporando la generación de riqueza y la rentabilidad, así como valores de equilibrio ambiental y equidad social; el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito expide el 14 de marzo en el Registro Oficial, la Ordenanza Municipal N° 333. Dicha ordenanza tiene como objetivo generar una cultura basada en la ética y la responsabilidad social e 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. LA RSE es una filosofía corporativa para actuar en beneficio del ambiente y de los “stakeholders”, más allá de las exigencias legales y normativas.

La intención de esta nueva normativa es que las organizaciones e instituciones, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, ejecuten estrategias de Responsabilidad Social que maximicen la contribución a un Desarrollo Sostenible, generando planteamientos integrales acordes al contexto del DMQ.

Esta ordenanza surge ante la necesidad de mejorar la gestión de las empresas del DMQ; en aspectos que han sido descuidados o a los cuales no se les ha dado la importancia que les corresponde, los más importantes son: gobernanza de la organización; Derechos Humanos; prácticas laborales; naturaleza y ambiente;

prácticas operacionales justas; asuntos de consumidores; participación activa y desarrollo de la comunidad.

La Ordenanza Municipal N° 333 contempla de una forma integral la Responsabilidad Social, pues toma en consideración:

- ✚ Día de RS: concienciar, motivar e involucrar a la ciudadanía sobre la importancia de vivir de una manera responsable, así como la generación de un territorio.
- ✚ Banco de datos de RS: registrar y difundir los informes de las organizaciones asentadas en el Distrito, generación de informes y sistematización de las buenas prácticas.
- ✚ Consejo Metropolitano de RS: espacio de diálogo y participación institucionalizado en el que distintos grupos de interés puedan expresarse de forma transparente, pública y sistemática, sobre la situación actual y el fomento de la Responsabilidad Social.⁷

La Ordenanza se encuentra acompañada de proyectos de incentivos para difundir e integrar la Responsabilidad Social; estos son: programas de fomento para mejoras de la competitividad responsable, asistencia técnica, incentivos tributarios, mejor calificación para el proceso de compras públicas, participación en foros, etc.

Se puede afirmar que las prácticas responsables pueden representar una ventaja comparativa para la empresa, no solamente por la diferenciación y la aceptación que los consumidores y clientes le den a los productos manufacturados de forma responsable, sino que muchas prácticas son más eficientes. Las empresas deben ser responsables por razones éticas o morales porque es lo que “hay que ser” y “hacer”, un cambio de paradigma que responde a los tres objetivos de la línea base,

⁷ REVISTA EKOS. (2011). **La “estrategia RS” se mueve por la ciudad**. p 109. Entrevista realizada a Eduardo Dousdebés, Secretario de Desarrollo Productivo y Competitividad del DMQ.

económico, social y ambiental. Se propone en el estudio realizar un diagnóstico de sostenibilidad que permita valorar la gestión de RSE en las PYMEs del DMQ.

1.4.2 Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- **Impactos científicos:** concienciar, motivar e involucrar a las PYMEs sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.
- **Impactos tecnológicos:** Motivar la generación de informes de responsabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y práctica habitual de convivencia; sistematizar, registrar y difundir las buenas prácticas de RSE en forma transparente.
- **Impactos educativos, culturales:** El proyecto propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permitirá el éxito del trabajo de campo.
- **Impacto en la solución de problemas de la sociedad:** Promover el desarrollo sostenible, que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible se refiere a la integración de los objetivos de calidad de vida elevada, salud y prosperidad con la justicia social y al mantenimiento de la

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

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

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTOS DE LA RSE

“El sustento de la RSE está en la concepción de la empresa como una organización que responde a criterios éticos de comportamiento”. (CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS INNOVADORAS, 2008:4).

La empresa es una organización con metas establecidas, y para lograrlas, lleva a cabo diferentes acciones día a día; partiendo de su libertad para actuar y para tomar decisiones; las cuales deben guiarse por la ética. “La ética es una reflexión sobre las decisiones que hay que tomar y desarrollar los criterios para jerarquizar las prioridades entre valores y propósitos.” (McCOY, 1985).

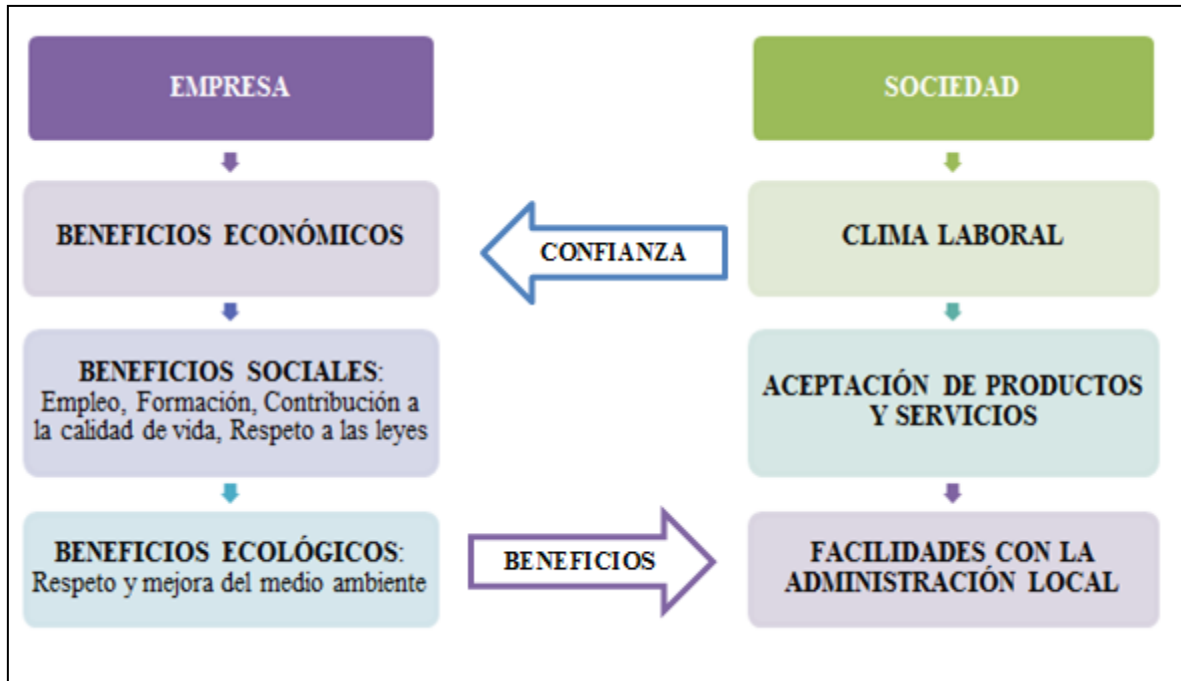
En el marco de libertad en el que actúa la empresa, esta va construyendo su cultura empresarial; que le permite responder a las exigencias de sus diferentes grupos de interés, tomando en cuenta las consecuencias que sus acciones y decisiones tendrán sobre estos. El planteamiento ético de la empresa deviene en una Ética de la Responsabilidad frente a los diferentes grupos de interés.

Para una empresa, responsabilidad, implica responder a las expectativas de la sociedad asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca; además de entregar información clara acerca de sus operaciones y su gestión cuando ésta la requiera.

Esto genera confianza en la sociedad, que es la base para que la empresa logre mantenerse a largo plazo, como se detalla en el Cuadro No. 1 Bases éticas de la confianza.

Cuadro No. 1

BASES ÉTICAS DE LA CONFIANZA



Fuente: Marzá (2004). Ética empresarial del diálogo a la confianza.

Elaborado por: Centro Europeo de Empresas Innovadoras

2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS

“La preocupación social de la empresa es milenaria, y donde existió una actividad empresarial, desde su más lejano origen, se podrían encontrar ejemplos de RSE”.
 (ELKINGTON, 2004:7).

Es en 1953, con la publicación del libro “Social Responsibilities of the Bussinesman” de Howard R. Bowen en el que se da un concepto de responsabilidad social, definiéndola como: “obligación del empresario de tomar decisiones, acompañar líneas de acción deseables y adoptar políticas sociales, según los objetivos y valores de la comunidad y sociedad”. A partir de este concepto, la RSE ha ido evolucionando a través de distintas fases o generaciones, como se aprecia en el Cuadro No. 2.

La primera generación es filantrópica (primera mitad del siglo XX), caracterizada por la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, a través de actividades filantrópicas puntuales; actividades al margen del negocio, sin ninguna connotación estratégica y con costos relativamente insignificantes.

En la segunda generación (segunda mitad del siglo XX), se toma conciencia sobre la influencia del sector privado para solucionar problemas sociales al reconocer los daños y riesgos que sus actividades causaban al entorno. Por lo que el Estado intervino imponiendo normas para proteger a los intereses públicos y a los recursos naturales.⁸ La responsabilidad a este nivel involucra un pensamiento estratégico, que implica obtener y asumir mayores beneficios, riesgos, y costos.

La tercera generación y la más reciente, involucra la necesidad de acciones colectivas, entre las empresas y grupos de interés, que estén alineadas hacia el logro de la competitividad responsable. “La Competitividad Responsable significa integrar metas y

⁸ Cfr. J., CORREA (2007). *Evolución histórica de los conceptos de RSE y balance social*. Semestre Económico. Volumen 10, p.90

resultados sociales y ambientales en el corazón mismo de la competitividad.” (ZADEK, 2001:31). La competitividad responsable implica reformular estrategias y prácticas de negocios, tomando en cuenta los impactos sociales, económicos y ambientales de la organización; para desarrollar nuevos modelos de negocio que permitan mejorar la productividad⁹.

Cuadro No. 2

GENERACIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



Fuente: Zadek, 2003

Elaborado por: Banco Interamericano de Desarrollo

Existen diversas definiciones o enfoques acerca de la RSE, las cuales hacen referencia a una visión de negocios que incorpore el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Entre las distintas definiciones se destacan aquellas promovidas por organismos internacionales; puesto que estas a través de la práctica se han

⁹ Cfr., S., ZADEK (2006). *Competitividad responsable. La reformulación de los mercados globales a través de Prácticas empresariales responsables- América Latina*. p.31

logrado consolidar y convertirse en un referente. A continuación se enumeran algunas de las definiciones de RSE:

✚ “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”. (THE WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT, 2005)

✚ “Es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general”. (BANCO MUNDIAL)

✚ “Es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa”. (BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO)

✚ “Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. (LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001)

✚ “Es la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley” (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO).

Ante esta diversidad de interpretaciones y conceptos acerca de lo que significa y lo que implica la RSE, el WORLD ECONOMIC FORUM recomienda que cada empresa, junto a sus grupos de interés, reflexione acerca de lo que la RSE o Ciudadanía Corporativa Global significa para ellos y para su entorno. Tomando en cuenta cuatro áreas: personas, gobernabilidad y ética, medio ambiente y contribución al desarrollo.

Si bien, las definiciones son distintas, poseen elementos en común, como: la decisión voluntaria de las empresas de adoptar acciones de RSE, comprometiéndose a operar de tal manera que sus labores beneficien a la sociedad, al ambiente y a los stakeholders; tomando como punto de partida una conducta ética en la que se incluyen las expectativas, tanto de la organización como de los miembros de la sociedad. El contenido de la RSE es dinámico, variable y se adapta al contexto y realidad en el que la empresa opera.

Una conducta empresarial responsable implica involucrar: gestión del recurso humano, la administración ambiental, el desarrollo de proveedores, la ética, el manejo de las relaciones con los clientes e inversionistas, entre otros temas. En la actualidad de acuerdo

a la organización ACCIÓN EMPRESARIAL existen dos vertientes que lideran el desarrollo de una conducta empresarial responsable, la europea y la norteamericana.

✚ “La vertiente estadounidense se caracteriza por un desarrollo y promoción del tema desde el mundo empresarial y con una visión pragmática al respecto: Hacer el bien, hace bien al negocio”. (ACCIÓN EMPRESARIAL,2003:19)

Esta vertiente se fundamenta en la creencia de que un empleado funciona mejor cuando: entiende que su trabajo es significativo para la consecución de metas de la empresa, desarrolla sus actividades en ambientes saludables, se siente respetado, su salario es razonable y disfruta de un balance entre su trabajo y su vida familiar.

Según Antonio Vives y Estrella Vara para definir la RSE, la perspectiva norteamericana considera que: “Las empresas deben tener una visión de largo plazo de sus operaciones. Las decisiones deben hacerse con una amplia perspectiva de tiempo y de grupos afectados”. Para de esta manera, obtener productos y servicios de mayor calidad, maximizando eficientemente sus recursos y mejorando su reputación corporativa.

✚ “La vertiente europea se caracteriza por un desarrollo y promoción del tema liderado por los gobiernos y los consumidores, con una visión más “humanista” (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003: 19). Cuyo punto de partida debe ser un enfoque voluntario, y de ser necesario un enfoque reglamentario.

Al incorporar el concepto de desarrollo sostenible a la manera de hacer negocios, las empresas europeas han logrado identificar ahorros y oportunidades en lo que antes sólo percibían costos y dificultades; han extendido y compartido su visión acerca de RSE con sus partes interesadas (stakeholders).¹⁰ De acuerdo a la Comisión Europea la Responsabilidad Social, es: “La incorporación voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y medioambientales a sus actividades comerciales y a sus relaciones con las partes interesadas”.

En el caso de Latinoamérica, las prácticas socialmente responsables datan del siglo XIX, fundamentalmente como iniciativas de asistencia u obras de caridad efectuadas por la iglesia católica, y financiadas por agentes privados (incluidas las empresas). En el siglo XX, las transformaciones sociales, políticas y culturales permiten el desarrollo de la filantropía, la cual consistía en donaciones que las empresas realizaban a instituciones de beneficencia y obras sociales. Las actividades filantrópicas no se encontraban vinculadas a la estrategia de la organización.

En los años ochenta surge el concepto de inversión social, con el que se deja de lado la visión asistencialista de las empresas, promoviendo el desarrollo de las comunidades a través de acciones alineadas con políticas de gestión ambiental y teorías de desarrollo sostenible. A partir de los años noventa, se comienza a difundir la expresión Responsabilidad Social Empresarial, así como la implementación de sus prácticas.¹¹

¹⁰ Cfr. A., VIVES (2010). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. p. 37 y 38.

¹¹ Cfr. A., VIVES (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica*. p. 16

En el Cuadro No. 3 se detallan los elementos que intervienen en la Evolución del concepto RSE en el Contexto Latinoamericano.

Cuadro No. 3

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE RSE: CONTEXTO LATINOAMERICANO

	FILANTROPIA	INVERSIÓN SOCIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL
Motivación	Exclusivamente altruista	Obtención de beneficios para la empresa a través de beneficios a la comunidad	Obtención de beneficios para sus trabajadores, a sus familias y la comunidad; con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo
Impacto deseado	Mejorar la calidad de vida de la sociedad	Mejorar la calidad de vida de la comunidad de influencia de la empresa	Mejorar la calidad de vida de la sociedad, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores
Beneficios esperados por la empresa	Satisfacción personal	Mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa	Mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa. Incremento de las utilidades de la empresa. Satisfacción personal
Instrumentos de medición de los efectos	Reportes de actividades de la institución ejecutora	Evaluaciones eventuales de impacto. Apreciaciones sobre la repercusión de la acción.	Balance social. Evaluaciones de impacto. Métodos de mercadotecnia social

Fuente: Caravedo, B., “Perú: empresas responsables”, 1998.

Elaborado por: Banco Interamericano de Desarrollo

La aplicación de la RSE varía de acuerdo a las condiciones sociales, económicas y culturales de la región; las prioridades para las empresas y las expectativas de las partes interesadas en Latinoamérica no son las mismas que las de los países desarrollados.

En Europa y Estados Unidos existe una economía social, en la cual las empresas, el gobierno, la sociedad civil y los trabajadores cumplen sus responsabilidades fácilmente y participan activamente de los procesos de toma de decisión. En América Latina se espera que las empresas solucionen fallas del Estado y atiendan asuntos que no les corresponden (acceso a servicios básicos, educación, seguridad, etc.).

Aunque existen temas universales de RSE, como el medioambiente, los derechos humanos, condiciones laborales, etc., en América Latina sobresalen asuntos como: el cambio climático, oportunidades económicas para los excluidos, trabajo forzado y las PYMEs.

- ✚ El cambio climático cobra una relevancia especial en el caso de economías emergentes como las de Latinoamérica, puesto que se da un crecimiento paulatino de la actividad económica y productiva (en condiciones normales) que no se ve acompañada con una legislación medioambiental que crezca al mismo ritmo, y al mayor uso de recursos naturales.¹²
- ✚ Las empresas crean oportunidades de trabajo que permitan la inclusión de las poblaciones pobres y vulnerables en las cadenas de valor de empresas.
- ✚ En muchos países de Latinoamérica la legislación laboral resulta insuficiente para asegurar condiciones de trabajo, seguridad y salarios dignos; ante lo cual las empresas, por razones de productividad e imagen, deben ampliar sus funciones.
- ✚ La RSE entre las PYMEs requiere de una visión distinta a la que normalmente se utiliza en el caso de las empresas grandes debido a sus características particulares: baja intensidad de capital, presencia de propietarios/ socios/familiares como mano

¹² Cfr. A., VIVES (2010). Op. Cit.p.74.

de obra, estructura burocrática mínima, poder centralizado, dificultades para el acceso a financiación exterior o subordinación a grandes empresas.¹³

Las prácticas responsables de las PYMEs tienen un impacto mayor sobre la sociedad, que el de las grandes empresas, ya que proporcionan empleo a segmentos de la población menos capacitados, contribuyendo a la cohesión y estabilidad social.

2.1.1 Contexto Mundial y Desarrollo sostenible

Ante la aparición de distintos retos económicos, sociales y medioambientales; ha surgido un nuevo paradigma de empresa, que incorpora a su accionar una gestión socialmente responsable. En la actualidad, la sociedad ya no espera que sean sólo los gobiernos, sino también las empresas, las que den respuesta a los problemas, locales y globales derivados de la globalización. Las empresas pueden contribuir a la solución de conflictos y generación de un cambio positivo en el aspecto económico, social y medioambiental de la sociedad, al generar ideas y soluciones, a partir de su capacidad de innovación.

Entre las principales motivaciones de las empresas para un cambio de comportamiento, encontramos:

- ✚ Las crisis económicas, políticas y sociales que sufrieron varios países; que obligaron a buscar nuevas estrategias para vincularse con la comunidad.

¹³ Cfr. A., VIVES (2005). Op. Cit. p. 21

- ✚ El cambio climático; que afecta más a los países emergentes que no cuentan con los recursos necesarios para invertir en programas de prevención y reconstrucción.

“Aproximadamente el 60% de los servicios que prestan los ecosistemas están siendo degradados o usados de forma insostenible.” (RODRIGUEZ, 2005:5). Las consecuencias de esta explotación, recaerán sobre las generaciones futuras.

- ✚ “La existencia de un consumidor responsable, sensible, consiente y por sobre todas las cosas, muchísimo más exigente.” (GONZALEZ, 2003:31).
- ✚ La globalización de los mercados, que obliga a adherirse a estándares, exigencias y obligaciones.
- ✚ La presión social, generada por el descontento y la inequidad.
- ✚ La importancia de la reputación empresarial como factor indispensable para considerar a una empresa competitiva.
- ✚ Adopción de los propietarios, gerentes o responsables de las empresas, de una visión más amplia y responsable hacia el entorno.

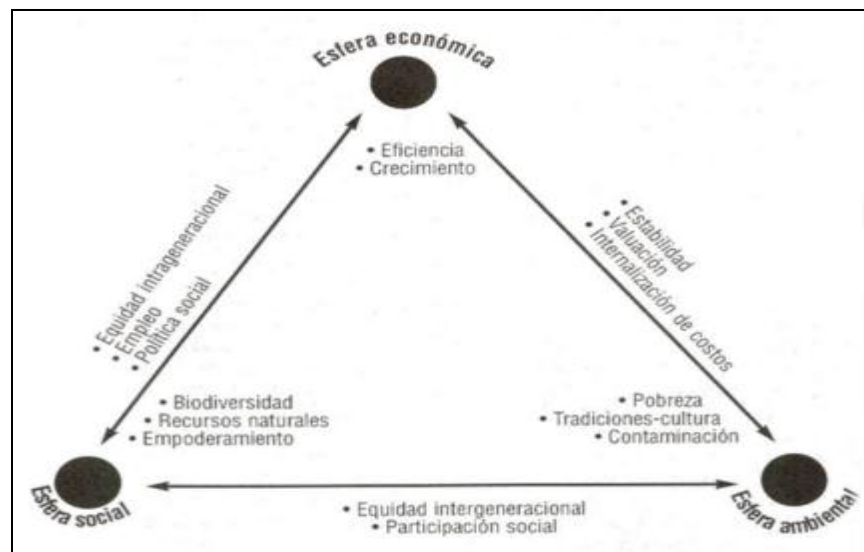
Los problemas sociales como la sobrepoblación, subdesarrollo, pobreza, hambre, inequidad y deterioro de la calidad de vida, conjuntamente con los desastres ecológicos; han obligado al ser humano y a las empresas a replantear la manera en la que están utilizando los recursos y su modo de mirar y afrontar el futuro. “Uno de los objetivos intrínsecos para el movimiento de RSE es lograr cambios de comportamiento que tiendan hacia la sostenibilidad y la transformación social”. (KORIN, 2011:22).

La sostenibilidad implica la voluntad de mejorar la calidad de vida, de las generaciones actuales y futuras; a través de la conciliación del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente¹⁴.

El desarrollo sostenible cuenta con distintos elementos, mencionados en el Cuadro No. 4; los cuales deben relacionarse de manera armónica, puesto que el desarrollo sostenible se dará cuando: el desarrollo económico optimice habilidades, conocimiento y recursos del entorno y sus participantes, sin destruir al ecosistema y contribuyendo a erradicar la pobreza, promoviendo la justicia social, equidad y empleo.

Cuadro No. 4

ELEMENTOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE



Fuente: Cardona. 1997. Gestión de desechos sólidos y educación ambiental.
Elaborado por: Alberto Cortez. Desarrollo sustentable, pobreza y calidad de vida.

¹⁴ UNESCO (2007). *Decenio de las naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005-2014*. p.3

Ante la importancia de contar con un organismo internacional que trabaje a favor de la consecución del desarrollo sostenible; en 1983 la Asamblea General de las Naciones Unidas estableció la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, con el objetivo de generar un plan de acción global que conciliara estrategias medioambientales a largo plazo, desarrollo sostenible y protección de los recursos. Este organismo define al desarrollo sostenible como: "Un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades".

En 1992 se convocó a la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro, en la cual se proclamaron 27 principios con el objetivo de: establecer una alianza mundial equitativa con la cooperación de Estados, sociedades y personas, procurando alcanzar un progreso económico a largo plazo protegiendo del sistema ambiental y desarrollo mundial.

La segunda cumbre se desarrolló en el año 2002 en Johannesburgo, y la tercera en el año 2012 en Río de Janeiro; llamada Cumbre de la Tierra Río+20 o Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable. Los ejes centrales de la tercera cumbre se relacionan con el desarrollo de una economía ecológica, erradicación de la pobreza y creación de un marco institucional para el desarrollo sustentable.

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el desarrollo sostenible implica: “generar un esfuerzo común en la lucha contra la pobreza, la prevención y recuperación de conflictos, el empoderamiento de las mujeres y de las niñas y la construcción de instituciones de gobierno responsables”. Para lo cual es necesaria la

participación de todos los sectores de la sociedad civil, destacando la intervención de: mujeres, Organizaciones no gubernamentales, Industrias, niños y jóvenes, Pueblos Indígenas, autoridades locales, trabajadores y sindicatos, comunidades científicas y tecnológicas.

“Lejos de ser una carga, el desarrollo sostenible supone una oportunidad excepcional: desde el punto de vista económico, para crear mercados y empleos; desde el punto de vista social, para integrar a los marginados; y desde el punto de vista político, para que todos los hombres y mujeres tengan voz y voto al decidir su propio futuro”.¹⁵

La incorporación del concepto y la práctica de la sostenibilidad resultan primordiales ante los desafíos que se avecinan, como los provenientes del crecimiento demográfico y sus implicaciones: dentro de cuarenta años en el planeta habrá, por lo menos, un 30% más de personas. La mayor parte de los nuevos habitantes nacerá en los países emergentes o en desarrollo; lo que acarreará problemas de desarrollo de infraestructuras, prestación de servicios, distribución de los recursos naturales, entre otros.

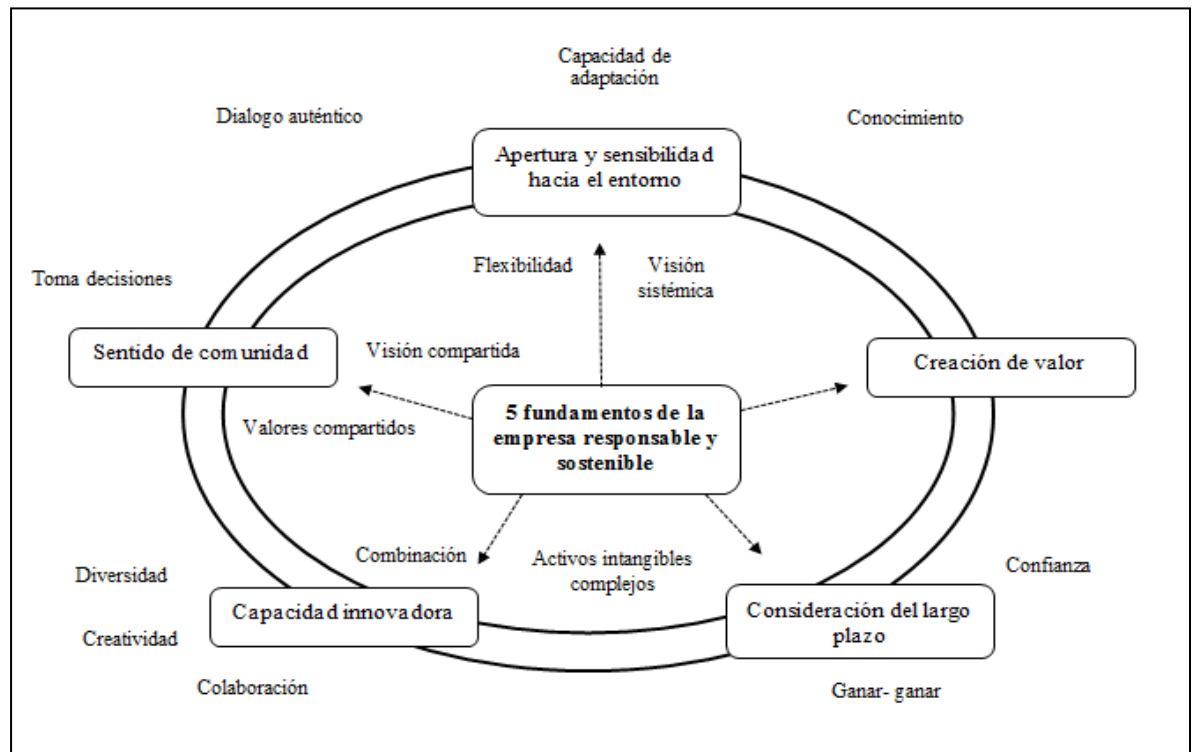
El desarrollo sostenible consiste en redefinir el progreso humano y el bienestar global. Se requiere un cambio en cómo medimos el progreso, tanto en el sector privado como en el público. Para afrontar los desafíos y lograr una transición hacia el desarrollo sostenible, se debe empezar por una reestructuración de las unidades productivas; asumiendo un nuevo modelo de empresa, que dirija sus inversiones a proyectos sostenibles y de alta rentabilidad social.

¹⁵ Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas

Miguel Ángel Rodríguez, en su obra Manual de la empresa responsable y sostenible, afirma que el nuevo paradigma de empresa será el de la responsabilidad y la sostenibilidad, cuyos fundamentos son los siguientes: apertura y sensibilidad hacia el entorno, sentido de comunidad, capacidad innovadora, consideración del largo plazo y creación del valor como se observa en el Cuadro No. 5.

Cuadro No. 5

FUNDAMENTOS DE LA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE



Fuente: Manual de la Empresa Responsable y Sostenible

Elaborado por: Miguel Ángel Rodríguez

La apertura y sensibilidad hacia el entorno, parte de un diálogo auténtico con los stakeholders, el cual permite a la empresa entender la realidad y necesidades del entorno, lo que le aporta flexibilidad y capacidad de adaptarse, generar y liderar cambios. Al tener una visión compartida con los integrantes del entorno

se promueve el aporte de conocimiento, potencial y experiencia. La capacidad innovadora es la clave para que la empresa sea sostenible en la doble acepción de la palabra: contribuir a la sostenibilidad de nuestro planeta y perdurar en el tiempo.¹⁶

Para lograr la sostenibilidad es necesario que las empresas realicen cambios en sus actividades primarias y secundarias de la cadena de valor. En las actividades primarias por medio de: el uso de materias primas provenientes de fuentes sostenibles, reduciendo el empaque, diseñando procesos más eficientes y menos costosos en uso de energía y recursos. En las actividades secundarias a través de: medición de los impactos sociales y ambientales, desarrollando procesos limpios y productos con especificaciones ambientales y creando una conciencia y cultura de sostenibilidad.¹⁷

2.1.2 Responsabilidad de la empresa ante la sociedad

La RSE implica una toma de posición ética frente a la sociedad. Y la ética, como expresión de la cultura, designa los valores, estilos de vida y modelos de comportamiento aceptados en esta. (SILVA Y VENZA, 1998:21)

La ética empresarial se refiere a la manera en la que una organización integra valores (honestidad, confianza, respeto, responsabilidad, entre otros) a sus políticas y prácticas. Una posición ética induce a la empresa a involucrarse en: la resolución

¹⁶ Cfr. M. RODRÍGUEZ (1999). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. España: McGraw-Hill. p. 20-22

¹⁷ Cfr. M. EPSTEIN (2009). *Sostenibilidad Empresarial*. Colombia: Ecoe Ediciones. p. 78 y 79.

de problemas, relacionados con el desarrollo de la sociedad; y en la construcción de una comunidad democrática, sustentable y solidaria.

“La RSE es una nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa ingresa a un nuevo mercado de competitividad basado en la ética de sus operaciones.” (CERES, 2010:15). La ética empresarial demanda a las organizaciones que sus decisiones y operaciones se gestionen en base a la equidad, justicia e imparcialidad. Para lo cual, se debe tener como base un Código de ética; el mismo que precisa incluir: filosofía, misión, valores, estrategias comunicacionales éticas y capacitación en ética. Esto permite establecer una cultura y clima ético que favorece el desarrollo de relaciones sólidas y respetuosas con los grupos de interés, la resolución de conflictos, la dirección por valores, la identificación con la comunidad y la formación del personal.

Eduardo Soto Pineda, en el libro *Ética en las Organizaciones* plantea una serie de principios generales a tomarse en cuenta para adoptar una actitud éticamente comprometida con la sociedad actual, estos son: principio personalista, de orientación al bien común, de orden de responsabilidades y de prudencia directiva.

Principio personalista

“La persona es siempre un valor en sí misma y por sí misma, nunca puede ser utilizada como objeto de propiedad”. (SOTO, 2007:35). Uno de los objetivos de la empresa es el desarrollo del individuo; ya sean empleados, clientes u otros grupos de interés. En lo referente a los empleados, la

empresa debe respetar derechos como: salario justo, puesto de trabajo digno, desarrollo personal, etc. En lo relacionado a los clientes, a la empresa le corresponde proporcionar servicios y productos útiles; y con los demás stakeholders han de cumplir sus obligaciones con justicia.

La gestión del capital humano, enfocada en el principio personalista, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo, que propicia el desarrollo humano y profesional de los distintos grupos de interés, contribuyendo a una mejor calidad de vida.

Principio de Orientación al Bien Común

La orientación al bien común impulsa al individuo a ir más allá de sus intereses particulares y buscar lo que es beneficioso para toda la sociedad. Tiene como puntos de referencia el principio de solidaridad y subsidiariedad; que se relacionan con el derecho de actuar libremente pensando en el bien global.

Principio de Orden de Responsabilidades

Este principio ayuda a señalar prioridades en las responsabilidades del individuo; de acuerdo a cercanía, espacio y cumplimiento de obligaciones personales y profesionales. Esto permite no caer en una postura minimalista o maximalista (sentirse responsable de todo).

Principio de Prudencia Directiva

Se relaciona con la actitud de los directivos de detenerse a pensar y considerar todas las variables involucradas en una decisión.

La ética en la organización trae numerosos beneficios para la empresa, como menciona Kidder: mejoramiento del desempeño financiero, fortalecimiento de la lealtad y el compromiso de los trabajadores, reducción de pérdidas del negocio, incremento en la capacidad de acceso a mayores capitales, fortalecimiento de la imagen y la reputación corporativa.

La reputación es el intangible más importante para los directivos, se fundamenta en la buena información que los clientes, proveedores y competidores tienen de la compañía, y en la capacidad que tiene ésta a adaptarse a sus necesidades.¹⁸

La reputación proyecta la identidad de la empresa, genera valor y satisface las necesidades de los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos. La empresa que satisface necesidades a largo plazo y de forma sostenible, es percibida y valorada por los stakeholders y es ahí efectivamente, cuando la reputación se fortalece.

Es necesario gestionar la ética para consolidar la reputación corporativa; a través de la prevención de actos de corrupción, fraude, uso inadecuado del poder y

¹⁸ D., TEECE. (1997). “**Dynamic capabilities and strategic management**”. *Strategic Management Journal*. Volumen 18.p. 521

fomentando un comportamiento íntegro en los empleados. La reputación corporativa se refleja en la lealtad de clientes, la pertenencia y orgullo de sus empleados y en la confianza que los mercados financieros entregan a la empresa.

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

En el mundo actual, las empresas deben funcionar en un escenario complejo y cambiante que conjuga aspectos económicos, ambientales y sociales. Según un artículo de Pierre Hupperts, el nuevo escenario impone a las empresas el desafío de desarrollar una estrategia empresarial que contenga un balance en tres dimensiones; lo social (People), lo ecológico (Planet) y lo económico (Profit).

La dimensión social implica una comercialización responsable, respeto a los derechos humanos y laborales, formación y desarrollo de los empleados. El compromiso ambiental involucra la difusión y uso de tecnologías amigables con el medio ambiente, prevención y reducción de impactos ambientales, apoyar a iniciativas de responsabilidad ambiental. El crecimiento económico se logra a través de la integridad, transparencia e implementación de un gobierno corporativo.¹⁹

Los desafíos a los que se enfrenta la empresa, provienen de las exigencias de los distintos grupos de interés con los que se relaciona, destacándose: los gobiernos con marcos regulatorios más exigentes en materia social y ambiental, los consumidores mejor informados y más conscientes respecto a temas de sostenibilidad; las presiones de algunas fuentes de financiamiento respecto al desempeño ambiental y social (fondos de inversión socialmente responsables); la influencia de los competidores y los medios de

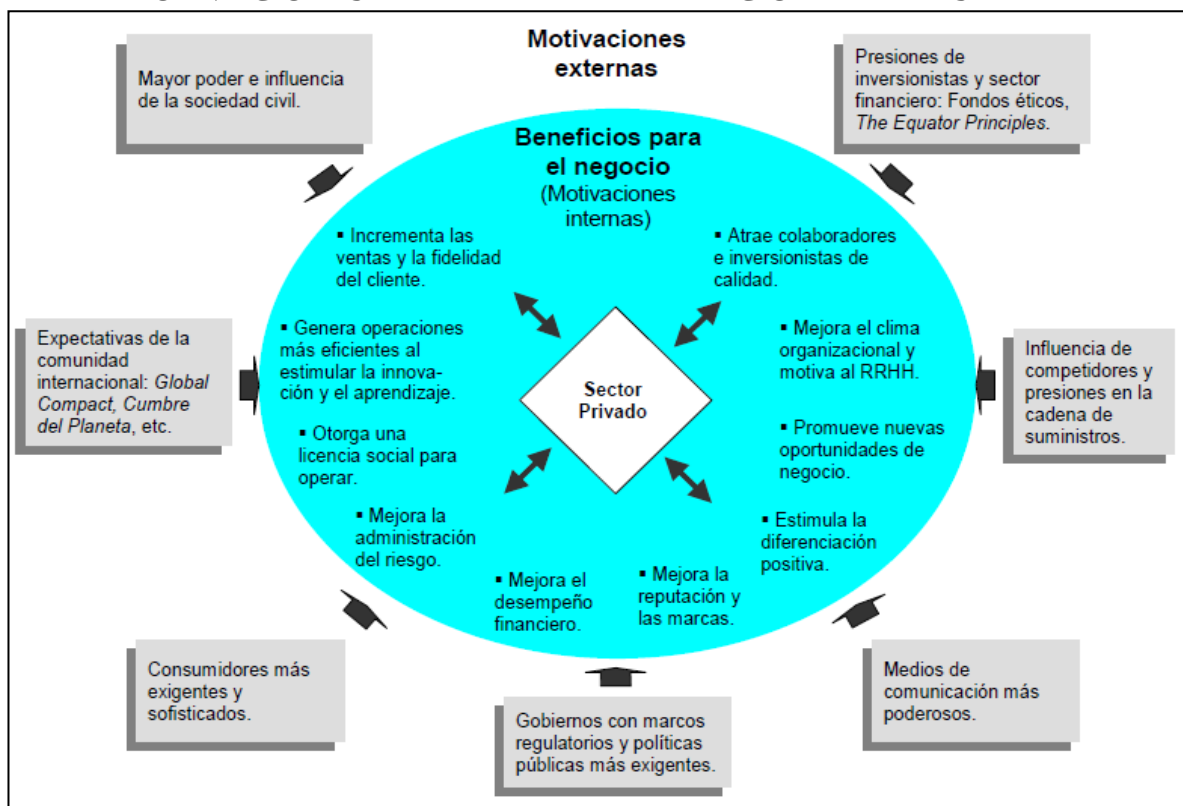
¹⁹ R. CHAVARRI. (2006). *La Responsabilidad Social desde una Perspectiva Estratégica para Pymes*. Chile: p. 6.

comunicación y una sociedad civil mejor organizada a través de asociaciones o fundaciones enfocadas en la protección ambiental, defensa de los consumidores, defensa de los empleados, desarrollo sostenible y lucha contra la corrupción, entre otras.²⁰

En el Cuadro No. 6 se encuentran las exigencias de los distintos grupos de interés, que se convierten en motivaciones externas para adoptar la RSE, y los beneficios de su implementación.

Cuadro No. 6

MOTIVACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE



Fuente: Índice de Competitividad Responsable 2003: Resultados para América Latina

Elaborado por: Juliano Flores

²⁰ Cfr. J., FLORES (2005). *Índice de Competitividad Responsable 2003: Resultados para América Latina*. p. 7

Para afrontar estos retos se requiere una nueva forma de gestión de las empresas, que incorpore la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los stakeholders. Es así, que la RSE surge como: “Una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos.” (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003:7). Con el fin de que la empresa logre diferenciarse, obtener una ventaja competitiva y resultados financieros positivos. De esta manera, la RSE ha pasado de ser una opción, para convertirse en una norma de observancia.

2.2.1 Grupos de interés

Existen varias teorías que estudian las relaciones entre las organizaciones empresariales y los grupos de interés de la sociedad: teoría de los accionistas, del contrato social y de los stakeholders.

La teoría de los accionistas indica que la única responsabilidad social de las empresas es maximizar sus utilidades, dentro de una competencia libre y abierta. La teoría del contrato social se fundamenta en una visión ética que subordina los fines de la empresa a la consecución de objetivos sociales, respetando deberes y derechos humanos universales.

“La teoría de los stakeholders nace como una alternativa a la “visión tradicional” que ve en la búsqueda de la maximización de la riqueza de los accionistas la razón

de ser de las actividades empresariales.” (RIVERA, 2011:21). En 1984, R. Edward Freeman popularizó el concepto de stakeholder aplicado a las empresas en su libro “Strategic Management: A Stakeholder Approach”, en el cual establece una relación entre la teoría de stakeholders y la planeación estratégica, indicando que la misión de la empresa debe involucrar a todos los stakeholders y sus necesidades y no solamente a los accionistas.

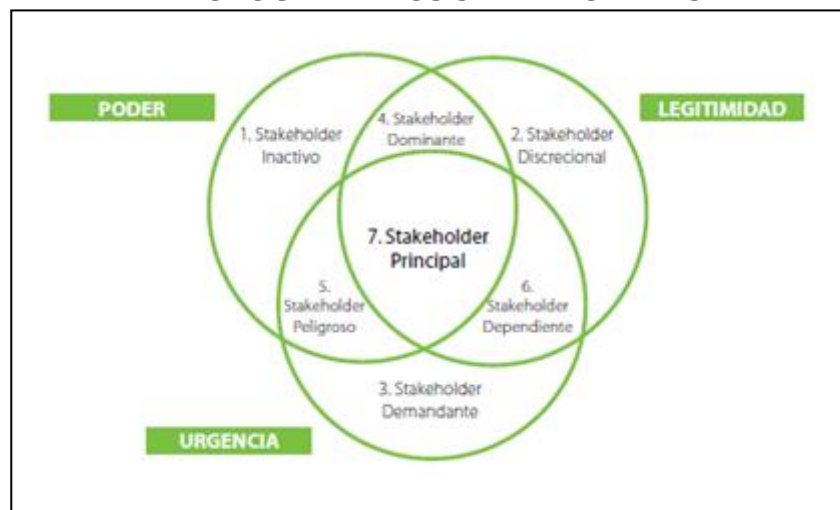
Freeman define a un stakeholder como: “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa.”; e identifica los siguientes: “organizaciones de la comunidad, propietarios, representantes de los consumidores, clientes, competidores, medios de comunicación, empleados, ecologistas, proveedores y gobiernos”. (FREEMAN, 1984:25). Este autor propone cuatro campos de investigación apoyados en la teoría de los stakeholders: teorías normativas, gobierno corporativo, gestión estratégica y responsabilidad social corporativa.

Debido a la interacción de la empresa con diversos grupos, es necesario realizar una identificación de quiénes son realmente los stakeholders de una empresa; ante esta necesidad Mitchell (1997) realiza una identificación de acuerdo a tres variables: poder, legitimidad y urgencia. El poder es la facultad de imponer a otro su voluntad; la legitimidad es la validez de las demandas realizadas y la urgencia es la importancia que dan los grupos de interés a sus necesidades y la reacción ante los retrasos en la atención de las mismas.

La posesión de estos atributos determina la importancia y prioridad del stakeholder dentro de la empresa. Se distinguen 7 tipos de stakeholders: inactivo, demandante, discrecional, dominante, peligroso, dependiente y principal; tal como se aprecia en el cuadro No.7, agrupados en tres categorías: latentes, expectantes y definitivos.

Cuadro No. 7

TIPOLOGÍA DE LOS STAKEHOLDERS



Fuente: RSE, La responsabilidad social de la empresa en América Latina

Elaborado por: Mitchell, Agle y Wood (1997).

Los stakeholders latentes poseen un solo atributo: inactivo (poder), discrecional (legitimidad) y demandante (urgencia). Los expectantes poseen dos de los tres atributos: los dominantes poseen poder y legitimidad lo que garantiza que sus necesidades son tomadas en cuenta; los dependientes tienen intereses urgentes y legítimos pero al no ejercer poder dependen de otros stakeholders; los peligrosos disponen de poder y consideran que sus peticiones deben ser atendidas inmediatamente. Los stakeholders definitivos son aquellos grupos que son atendidos

inmediatamente; ya que sus exigencias son legítimas, urgentes y tienen el poder para que así se haga.

Para lograr la identificación de los distintos stakeholders es necesario que la empresa establezca con ellos un diálogo sincero, incluyente y recíproco. Una vez que la empresa identifica a sus stakeholders, procede a diseñar y generar estrategias y políticas que den respuesta a las expectativas legítimas de los distintos grupos.

Cuando la empresa tiene en cuenta los intereses de sus diferentes grupos de interés, ha dado el primer paso hacia la gestión de la responsabilidad social de la empresa. A continuación, en el Cuadro No. 8, se mencionan algunas acciones de responsabilidad social que pueden ser realizadas, de acuerdo al grupo de interés con el que se esté trabajando.

Cuadro No. 8
ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

STAKEHOLDER	ACCIONES
Accionistas e Inversionistas	Cumplir con las metas financieras en el tiempo y términos acordados. Dar información veraz sobre las operaciones de la empresa.
Personas que integran la empresa	Establecer un sistema de remuneraciones y recompensas equitativas. Definir políticas laborales de: selección, capacitación, plan de carrera, rotación y desvinculación. Precisar jornada laboral, carga de trabajo, indicadores de desempeño. Medir la satisfacción laboral. Desarrollar programas de seguridad y salud ocupacional. Mantener un trato equitativo. Facilitar la conciliación familiar.

Proveedores	Cumplir contratos. No utilizar poder de compra de manera inescrupulosa. Emplear prácticas comerciales transparentes. Evitar que los empleados reciban regalos, favores de los proveedores.
Distribuidores, clientes y Consumidores	Respetar sus derechos. Ofrecer productos y servicios de calidad. Suministrar información verdadera y útil. Servicio de atención al cliente. Atender reclamos, quejas y cumplir garantías. Mantener una publicidad y promoción honesta.
Gobierno	Cumplir con las obligaciones impuestas por las instituciones del Gobierno. Participar en proyectos impulsados por el Gobierno nacional o local.
Comunidad – sociedad	Establecer un diálogo y relación con medios de comunicación, gremios, centros educativos, asociaciones, etc. Programas de desarrollo comunal, filantropía, inversión social.
Competencia	Emplear prácticas de comercio justo. Evitar comportamientos desleales de desacreditación.
Generaciones futuras	Evaluar el impacto ambiental. Desarrollar proyectos de reciclaje, control de residuos. Emplear criterios ambientales en la selección de proveedores, distribuidores. Diseñar productos amables con el medio ambiente.

Fuente: RSE, La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina

Elaborado por: Ingrid Chávez

Una adecuada relación con los grupos de interés permite: gestionar confianza, riesgo y reputación; mejorar productos y servicios; identificar oportunidades estratégicas; mejorar procesos de toma de decisiones; combinar recursos

(conocimiento, personas, dinero y tecnología) para resolver problemas y alcanzar los objetivos planteados.

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

Michael Porter y Mark Kramer en su artículo “Creando Valor Compartido”, plantean que en años recientes las empresas son percibidas como las causantes de los problemas sociales, ambientales y económicos; lo que ha traído como consecuencia la disminución de su legitimidad y el establecimiento de políticas de control que afectan la competitividad y el crecimiento económico. Esto es, producto de la visión de las empresas acerca de la creación de valor; que se enfoca en la consecución de objetivos financieros a corto plazo, descuidando otros factores que determinan el éxito a largo plazo. Porter expresa que el propósito de una empresa es la creación de valor compartido, y que este solo puede ser el resultado de una efectiva colaboración entre las partes. Valor es un beneficio económico y social relativo a los costos.

Valor compartido puede ser definido como el conjunto de políticas y prácticas que permiten mejorar simultáneamente, la competitividad de la empresa y las condiciones económicas y sociales de la comunidad en la que opera.²¹ Los beneficios económicos no deben ser obtenidos a costa de la sociedad, ya que solamente una sociedad sana y estable permite la existencia de empresas exitosas. Para lograr esta relación de beneficio mutuo entre empresa y sociedad es

²¹ Cfr. M., PORTER. y M., KRAMER. (2011). “**Creating Shared Value**”. *Harvard Business Review*. p. 4.

fundamental que las empresas demuestren un comportamiento responsable, fortalezcan las relaciones con la sociedad civil, propicien canales de participación y desarrollen un proceso productivo sustentable.

Los componentes de la creación de valor en una empresa son: gobierno corporativo, estrategia, estructura; sistemas de innovación, de gestión ambiental, de gestión de proveedores, de relación con los clientes; programas de acción social y gestión de personas.²²

El gobierno corporativo es el conjunto de prácticas, formales e informales que comandan las relaciones entre los inversionistas de recursos (accionistas y acreedores) y quienes los administran. La buena práctica de gobierno corporativo precautela y garantiza la utilización adecuada de los recursos, la transparencia financiera y contable, elimina drásticamente los problemas de la no disponibilidad de la información y sirve de aval para el acceso de las organizaciones a los mercados de capital.²³

El Gobierno Corporativo y la Responsabilidad Social de la Empresa, parten de la ética y la transparencia en las prácticas de toma de decisiones. El Gobierno Corporativo se propone regular los diversos intereses, generar equilibrio entre los objetivos económicos, sociales, ambientales y familiares, alcanzar los objetivos individuales de los accionistas y los intereses comunitarios.

Las tres claves para la creación de valor compartido son: reinversión de productos y mercados, redefinición de la productividad en la cadena de valor y desarrollo de clusters donde se inserta la empresa. (WAGNER, 2011:5).

²² A. SANTOJA. (2011). *Responsabilidad Social de la Empresa y creación de valor*. España: Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. p.31

²³ M, SALAZAR. (2010). *Actualidad Organizacional “Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social”*. p. 2

- ✚ La reinversión de productos y servicios requiere la identificación de las necesidades reales de la sociedad; para a partir de estas, generar nuevos productos y oportunidades que permitan crear valor para los consumidores, a través de la resolución de sus problemas.

- ✚ La redefinición de la productividad en la cadena de valor implica la generación de políticas relacionadas con: uso responsable de energías y recursos, logística, obtención, distribución, productividad de los empleados y ubicación. Con el objetivo de disminuir el impacto ambiental y crear condiciones de justicia e igualdad en las relaciones con todos los stakeholders.²⁴

- ✚ Un clúster es un grupo de empresas y asociaciones interconectadas, que tienen ventajas comparativas a partir de su localización geográfica. El desarrollo de un clúster crea valor puesto que es una fuente de productividad, que permite fortalecer los mercados abiertos y transparentes, y reducir las diferencias sociales.

La creación de valor compartido es una forma de implementar una estrategia de RSE, que supone el cumplimiento de leyes y estándares éticos que permiten fortalecer la capacidad innovadora, posición competitiva, reputación y eficiencia operativa de la empresa. La creación de valor genera círculos virtuosos entre la empresa y sus grupos de interés; trayendo consigo beneficios para cada uno de los involucrados.

²⁴ Cfr. M., PORTER .y M., KRAMER. (2011). Op. Cit. p. 8 y 9.

Entre los beneficios que aporta la adopción de prácticas de RSE, encontramos:

 Mejoramiento del desempeño financiero

Reduciendo costos operativos, optimizando esfuerzos y enfocando el uso de recursos ase hacia el desarrollo sustentable.

 Atracción y retención de inversionistas y socios de calidad

Los inversionistas buscan empresas con un buen gobierno corporativo transparencia, valores y principios éticos que respeten los derechos humanos, laborales y ambientales.

 Fortalecimiento de la imagen de Marca y Reputación

Una buena reputación corporativa genera confianza y lealtad. Una manera de fortalecerla es a través de la implementación de prácticas de marketing responsable, que se centran en: “calidad de los productos, servicios, atención y trato al cliente; publicidad y promoción; información al consumidor, gestión de los daños, precios y créditos, respeto por la privacidad del consumidor, ética y compromiso social”. (VIVES, 2011:98).

 Estimulación de la innovación y la diferenciación positiva.

 Generación de operaciones más eficientes.

 Promoción de nuevas oportunidades de negocio.

La comunicación con los distintos grupos de interés permite identificar nuevas oportunidades comerciales.

 Incremento de las ventas y de la fidelidad del cliente

Los consumidores al momento de realizar sus compras no buscan solamente satisfacer criterios tradicionales como: precio, calidad, disponibilidad, seguridad y conveniencia; sino que actualmente basan sus compras en valores y criterios éticos que las empresas empleen, como: la no utilización de trabajo infantil, la protección del medio ambiente, o la ayuda a la comunidad.

 Acceso a nuevas fuentes de financiamiento Mejora del clima organizacional

Las acciones de RSE motivan a los empleados, fortalecen su sentido de pertenencia y mejoran los niveles de productividad.

 Atracción y retención de empleados de calidad

Al proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables que permiten el desarrollo profesional, la participación y el aprendizaje se promueve la lealtad de los empleados que disminuye los índices de rotación y los costos adjuntos de reclutamiento, selección y capacitación de nuevo personal.

 Fortalecimiento de las relaciones con Gobiernos

El trabajo conjunto con los gobiernos contribuye a la solución de problemas sociales y desarrollo de proyectos educación, infraestructura, seguridad, etc.

Reducción de riesgos

Las herramientas de RSE permiten identificar, anticipar y manejar el riesgo en la organización, asegurando la sostenibilidad de las compañías en el largo plazo.²⁵

La RSE ayuda a las empresas a ser más competitivas y a obtener resultados positivos en el ámbito económico, social y ambiental. Su adopción requiere planificación, dirección, evaluación y seguimiento; acciones que deben realizarse con liderazgo; para así poder analizar problemas, trabajar en equipo, tomar decisiones, negociar, emprender cambios y comunicar las estrategias y políticas.

Una empresa no puede crecer en un entorno inestable, en el que sus miembros no son respetados y las condiciones de vida se encuentran por debajo de los niveles mínimos, para evitar situaciones de desigualdad la empresa debe fomentar un desarrollo positivo que contribuya a la sociedad; tomando como punto de partida la construcción de sinergias con los distintos stakeholders en base a iniciativas globales de RSE.

2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

La sociedad exige a las empresas información no financiera sobre el ejercicio de su responsabilidad social empresarial; como respuesta a esta exigencia las empresas elaboran informes o memorias de sostenibilidad o de RSE para la comunicación de información no

²⁵ Cfr. J., FLORES (2005).Op. Cit. p. 9-15.

financiera. La gestión de la RSE debe ser evaluada para verificar el grado de cumplimiento de los objetivos. Dentro de este proceso de evaluación es necesaria la aplicación de indicadores, que al ser procesados e interpretados son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y para para comunicar los resultados a los grupos de interés. Elaborar una memoria de RSE implica medir, divulgar y rendir cuentas frente a los grupos de interés, internos y externos.²⁶

Para que la RSE sea interpretada, aplicada y difundida de manera uniforme se requiere de la intervención de instituciones internacionales; que proporcionen directrices, políticas y sistemas de gestión que puedan ser efectivamente implantados en la empresa. De acuerdo a la Fundación AVINA, a nivel mundial se observa: “el avance en la incorporación de modelos de medición y comunicación de RSE, de códigos de conducta, sistemas de gestión y certificaciones vinculadas con las prácticas responsables.” Se combina la adhesión a principios globales como el Pacto Mundial con el uso de modelos internacionales como GRI y con la aplicación de indicadores locales.

Las iniciativas internacionales que han servido como marco de referencia para el desarrollo de la RSE han sido las siguientes: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Objetivos del Milenio, OCDE Guidelines, Libro Verde de la Comisión Europea, Declaración tripartita de la OIT. Estas iniciativas han sido la base para el desarrollo de: Códigos privados de buen gobierno, por ejemplo el estándar elaborada por Global

²⁶ Cfr. L. STRANDBERG. (2010). *La medición y la comunicación de la RSE: Indicadores y Normas*. España: IESE. p. 7,8, 11.

Reporting Initiative (GRI), Normativas (SA 8000, ISO 26000) e Índices bursátiles como el Dow Jones Sustainability Index.

2.3.1 Normativa internacional

ISO 26000

ISO 26000 es una norma internacional ISO que ofrece guía en Responsabilidad Social, no es una norma de certificación como la ISO 9001 y la ISO 14001. Puede ser utilizada por organizaciones privadas y públicas, en países desarrollados y en vías de desarrollo. ISO 26000 se enfoca en materias fundamentales como:

- ✚ Gobernanza de la organización
Conducta ética, rendición de cuentas, respeto a la ley.
- ✚ Derechos Humanos
Derechos laborales, comunitarios, civiles, económicos, políticos, culturales, sociales.
- ✚ Prácticas Laborales
Salud y seguridad en el trabajo, condiciones de trabajo dignas.
- ✚ Medio ambiente
Consumo sostenible, preservación y restauración de ecosistemas, prevención de la contaminación, respeto por las generaciones futuras.
- ✚ Prácticas justa de operación
Promoción de libre competencia, aplicación de prácticas justas y éticas de suministro, respeto por los derechos de propiedad
- ✚ Asuntos de consumidores
Entregar a los consumidores información adecuada y precisa, desarrollo y suministro de productos y servicios seguros, beneficios y fiables.
- ✚ Participación activa y desarrollo de la comunidad. Desarrollo de la sociedad, filantropía.²⁷

La Organización Internacional de Estandarización indica que la ISO 26000 contiene guías voluntarias sobre: conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social; antecedentes, tendencias y características de la

²⁷ Cfr. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Chile: p. 4

responsabilidad social ; principios y prácticas relativas a la responsabilidad social; materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social; integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable a través de toda la organización y a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia; identificación y compromiso con las partes interesadas; comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionada con la responsabilidad social.

La norma destaca que una organización debería ser responsable de sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente. La norma ISO 26000 es compatible con las declaraciones de las Naciones Unidas, la Organización Internacional de Trabajo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), además del Pacto Mundial. La organización GRI ha publicado un informe sobre cómo las directrices de la organización pueden complementar la norma ISO 26000 en la elaboración de la memoria.

Entre los objetivos de la Norma ISO 2600 se encuentra:

- ✚ Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- ✚ Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas con las leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.
- ✚ Dar énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora. Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO. Respetar la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones.²⁸

²⁸C. PELEKAIS. (2008). *Hacia una cultura de responsabilidad social*. México: Pearson. p. 154

La implantación de las normas ISO 26000 en cualquier organización, aunque supone un duro trabajo, ofrece una gran cantidad de ventajas para las organizaciones. Entre los beneficios que pueden generarse se encuentran:

- ✚ Facilitar el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sostenible.
- ✚ Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders.
- ✚ Facilitar la libertad del mercado y remover las barreras del comercio.
- ✚ Mejorar las relaciones con los trabajadores, el gobierno y con las comunidades a nivel regional y nacional, es decir, con todos los integrantes del entorno tanto interno como externo.²⁹

AA1000

La norma Accountability 1000 (AA1000) fue promovida en 1999 por el ISEA (The Institute of Social and Ethical Accountability). Es un instrumento para que las organizaciones, sin importar su tamaño, comprendan y mejoren su comportamiento ético y social.

Es un estándar de seguimiento del proceso, en el que se involucran los stakeholders en un diálogo bidireccional con la organización. Su aplicación está basada en tres principios: inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta.

La inclusividad se refiere a la participación de sus grupos de interés en el desarrollo y en el logro de una respuesta responsable y de una estrategia orientada hacia la sostenibilidad. El principio de relevancia consiste en determinar la importancia de un asunto para la empresa y, también, para sus grupos de interés. El principio de la

²⁹ SOLIDARIDAD INTERNACIONAL ANDALUCÍA. (2010). *Guía para la sensibilización social de las PYMES en Responsabilidad Social Corporativa*. España: p. 64

capacidad de respuesta es el modo en el cual la empresa responde a los asuntos de los grupos de interés que afectan a su desempeño en materia de sostenibilidad. Esto se realiza a través de la comunicación con los grupos de interés.

La norma de aseguramiento AA1000AS es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias.

La norma está diseñada en 5 fases:

1. Planificación: Identificar objetivos, valores sociales y éticos, grupos de interés, impactos. Definir misión, visión, plan estratégico
2. Contabilidad: La información es recogida y analizada; se identifican el alcance, los indicadores y objetivos y se desarrollan planes de mejora.
3. Auditoria y elaboración de informes para su comentario por los stakeholders.
4. Integración: Creando sistemas para el fortalecimiento del proceso.
5. Implicación permanente de los stakeholders: Obtención de la reacción de los grupos de interés.

La Norma AA 1000 tiene como finalidad, el mejoramiento de los índices de contabilidad social y ética, mediante la ejecución de auditorias y reportes constantes sobre estos aspectos dentro de las empresas. Se trata de un conjunto de procesos mediante los cuales las empresas pueden realizar un seguimiento contable, seguro y comunicativo de su desempeño, para incrementar su credibilidad y efectividad.

OSHAS

Las normas OHSAS 18000 son una serie de estándares voluntarios internacionales relacionados con la gestión de seguridad y salud ocupacional. Existen tres documentos Normas 18000: OHSAS 18001, Especificaciones para los Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud Ocupacional, OHSAS 18002, Guía para los Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud Ocupacional, OHSAS 18003, Criterios de Auditoría para los Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud Ocupacional.

La serie de normas OHSAS 18000 son un sistema que plantea una serie de requisitos para implementar un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional, habilitando a una empresa para formular una política y objetivos específicos asociados al tema, considerando requisitos legales e información sobre los riesgos inherentes a su actividad.³⁰

La OHSAS 18001 exige documentar: la política, los resultados de las evaluaciones de riesgos y los efectos de los controles de los riesgos, los objetivos de seguridad y salud, las responsabilidades y autoridad, los recursos y plazos para alcanzar los objetivos, los acuerdos sobre participación y consulta y la revisión por la dirección.

Una característica de OHSAS es su orientación a la integración del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, que incluye la estructura organizativa, la planificación de actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto, revisar y mantener al día la política de Seguridad y Salud Laboral.³¹

³⁰ CEPYME. (2002). *Procedimientos basados en las normas OHSAS 18000 para su implantación en PYMES. Serie de normas OHSAS 18000*. España: p. 54

³¹ Ibidem. p. 72

La norma OHSAS 18000 no requiere de una certificación obligatoria, es completamente voluntaria. La norma OHSAS 18000 es un modelo de gestión que ayuda a establecer los compromisos, metas y metodologías para hacer que el cumplimiento de la legislación en materia de Salud Ocupacional y Seguridad sea parte integral de los procesos de la organización. El éxito de este sistema de salud y seguridad ocupacional depende del compromiso de todos los niveles de la empresa.

SA8000

La norma Social Accountability 8000, desarrollada por la entidad norteamericana Social Accountability International, es un estándar voluntario, certificable, que facilita la implantación de un sistema de gestión para la mejora de las condiciones laborales de la empresa. La norma SA 8000 está basada en instrumentos internacionales de Derechos Humanos y Derecho Laboral. Tales documentos son: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño, y la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer.

La norma SA8000 establece pautas transparentes, mensurables y verificables para certificar el desempeño de la empresa en nueve áreas esenciales: prohibición del trabajo infantil, prohibición de los trabajos forzados, salud y seguridad en el centro de trabajo, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, prohibición de la discriminación, prohibición de medidas disciplinarias abusivas, prohibición de trabajo abusivo, remuneración justa y sistema de gestión.³²

³² M. RODRÍGUEZ (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. España: McGraw-Hill. p. 191

Es importante motivar la mejora continua de las condiciones laborales ya que el principal activo de la empresa son sus trabajadores. La certificación genera diversos beneficios, algunos de los cuales pueden ser: la mejora del clima interno, de la productividad, la apertura de nuevos mercados, la sustentabilidad del negocio, lograr una mayor confianza de los accionistas y una mejor imagen en la sociedad, la fidelización de clientes, lograr un mayor acceso a créditos, la reducción de accidentes y de juicios laborales, y provocar un sentido de pertenencia del personal.

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Naciones Unidas, en 1999, desarrolló el Pacto Mundial como una iniciativa para fomentar y promover buenas prácticas corporativas en las áreas de Derechos Humanos, trabajo, ambiente y anti- corrupción. Los 10 principios del Pacto Mundial se fundamentan en: la Declaración Universal de los Derechos, la Declaración relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el trabajo, la declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

El pacto Mundial constituye una iniciativa voluntaria de ciudadanía corporativa, no condiciona de forma obligatoria el comportamiento de las empresas. Los principios del Pacto Mundial están agrupados en cuatro categorías: derechos humanos, trabajo, medio ambiente, y lucha contra la corrupción, los principios son:

DERECHOS HUMANOS

El origen de estos principios se encuentra en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en la cual se establece que todo ser humano nace libre y en igualdad de dignidad y derechos. Los principios citados a continuación, hacen referencia a tres áreas: vida y seguridad, libertad personal y libertades económicas, sociales y culturales.

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.

Dentro del ámbito de los derechos humanos, las empresas deben considerar a los consumidores, la cadena de suministros, los empleados y las relaciones con la sociedad global.

2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Ser cómplices implica estar implicados en algún caso de abuso de los derechos humanos, que otras empresas, gobiernos u otras entidades estén llevando a cabo.

NORMAS LABORALES

Estos principios se derivan del consenso general recogido en la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo (1998).

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Para afrontar los cambios a los que se debe enfrentar la empresa es necesario establecer un diálogo constructivo con los representantes de los trabajadores.

La libertad de afiliación reconoce el derecho de empresarios y trabajadores a constituir asociaciones y sindicatos en función de sus necesidades. “Afiliación” implica actividades que regulan la formación, la administración y la elección de representantes. La negociación colectiva es un proceso voluntario utilizado para determinar las exigencias y las condiciones de trabajo y para regular las relaciones entre los empresarios, los trabajadores y sus organizaciones.³³

4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.

El trabajo forzoso y realizado bajo coacción puede adoptar las siguientes modalidades: Esclavismo, trabajo obligado para devolución de deudas, trabajo infantil, trabajo obligado como castigo por haber expresado opiniones, trabajar más horas de las legales o la retención de depósitos.

5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.

Las convenciones de la Organización Laboral Internacional recomiendan una edad mínima para la admisión en el empleo que no debe ser inferior a la edad de finalización de la escolaridad obligatoria y en cualquier caso, nunca inferior a los 15 años.

³³ RED PACTO MUNDIAL ESPAÑA. (2012).

[<http://www.pactomundial.org/index.asp?MP=2&MS=0&MN=1&TR=C&IDR=259>], **Los 10 principios, Principio 3.**

6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

MEDIO AMBIENTE

Las bases de estos principios son, la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992) y el principio establecido por las Naciones Unidas en la conferencia Internacional sobre Medio Ambiente Humano, que dice:

“El hombre tiene derecho fundamental a la libertad, la igualdad y el disfrute de condiciones de vida adecuadas en un medio ambiente de calidad tal que le permita llevar una vida digna y gozar de bienestar, y tiene la solemne obligación de proteger y mejorar el medio ambiente para las generaciones presentes y futuras”.³⁴

7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.

Para valorar los riesgos potenciales de las actividades desarrolladas por la empresa se pueden emplear informes de riesgo ambiental, informes de impacto ambiental e informes de estrategia medioambiental.

8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Entre las iniciativas que pueden adoptar las empresas encontramos: productividad de recursos, producción más limpia, Gobierno corporativo,

³⁴ R, FERNANDEZ (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. España: Thomson. p. 41

defensiva Proactiva, sistemas de gestión, ciclo vital, diseño empresarial, diálogo activo, reparto equitativo de los beneficios.

9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Las tecnologías limpias permiten reducir las ineficiencias operativas y el nivel de emisiones contaminantes. La mejora de la tecnología puede lograrse a través de: cambios en el proceso de fabricación, sustitución de materias primas, reutilización de materiales.

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

El 24 de junio de 2004, durante la Cumbre de Líderes de Global Compact en Nueva York, se anunció que el Pacto Mundial de Naciones Unidas incluiría un décimo principio contra la corrupción.

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

La definición de corrupción que da Transparencia Internacional (IT) es el abuso del poder encomendado para el beneficio propio.

Para luchar contra la corrupción las empresas deben introducir políticas y programas contra la corrupción dentro de la empresa y en sus operaciones.

Así como, unir fuerzas con el propio sector y otros grupos de interés.

Las empresas firmantes del pacto se comprometen a elaborar anualmente un Informe de Progreso dirigido a los grupos de interés que describa los avances

logrados por la empresa en la implementación de los diez principios. Los informes sirven como sistema de autoevaluación, concediendo a la adopción de los principios, transparencia y credibilidad.

RED DEL PACTO GLOBAL EN EL ECUADOR

En julio de 2011, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres) asumió la Secretaría de la Red del Pacto Social en el Ecuador. Su misión es difundir, promover y generar capacidades para la adhesión e implementación de la iniciativa del Pacto Global en las organizaciones ecuatorianas, con la participación e involucramiento de actores privados y públicos, para facilitar herramientas que permitan la aplicación de prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad. El trabajo se basa en difundir los principios del Pacto, priorizando los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, la cadena de valor; así como incrementar el número de adherentes, hasta llegar a 80 a finales de 2012.

Cuadro No. 9

NÚMERO DE EMPRESAS ADHERIDAS POR CIUDAD EN EL ECUADOR

CIUDAD	NÚMERO
Quito	36
Guayaquil	2
Cuenca	10
Total	48

Fuente: Red Pacto Global Ecuador

Elaborado por: Revista Ekos

Cuadro No. 10

NÚMERO DE EMPRESAS ADHERIDAS POR SECTOR Y TIPO EN EL ECUADOR

TIPO	NÚMERO	PORCENTAJE
Academia	6	12,8%
Asociación de negocio	1	2,1%
Grandes empresas	11	23,4%
PYMES	17	34,00%
Fundaciones	5	10,6%
ONG	7	14,9%
Organización pública	1	2,1%
Totales	48	100%

Fuente: Red Pacto Global Ecuador

Elaborado por: Revista Ekos

En Ecuador, de septiembre del 2004 a julio del 2011, 24 instituciones estaban adheridas a los principios del Pacto Mundial; de agosto del 2011 a enero del 2012 se adhirieron 24 empresas más. Esto demuestra que los empresarios ecuatorianos se preocupan por la gestión de sus organizaciones, en los ámbitos económico, social y ambiental; por lo que, buscan herramientas, cuyos lineamientos les permitan cumplir con los distintos grupos de interés y a su vez, legitimar sus operaciones de acuerdo a estándares mundiales.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT)

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas cuyo objetivo es fomentar la justicia social y los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos.

Su estructura se basa en un sistema tripartito en el que participan, estados miembros, agrupaciones empresariales y organizaciones sindicales; las cuales tratan de alcanzar un consenso en la redacción de convenios y recomendaciones. La OIT

fija condiciones mínimas en materia de derechos laborales fundamentales: libertad sindical, derecho de sindicación, derecho de negociación colectiva, abolición del trabajo forzoso, y trabajo infantil e igualdad de oportunidades y de trato.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define a la RSE como: “la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad”. Los dos puntos de referencia para la OIT en lo relativo a la RSE son: la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo; y la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social (“la Declaración sobre las empresas multinacionales”). La Declaración tripartita es el único instrumento en el área de la responsabilidad social de las empresas que se basa en principios y normas universales y que cuenta con el apoyo de empleadores, trabajadores y gobiernos.

Los aspectos que se tratan en la declaración tripartita de la OIT son:

- ✚ Política General: Respeto a derechos, leyes y reglamentos nacionales e internacionales.
- ✚ Empleo: Promoción del empleo, igualdad de oportunidades, seguridad del empleo, formación; teniendo en cuenta la política y los objetivos de los gobiernos.³⁵
- ✚ Condiciones de trabajo y vida: Salarios, prestaciones, condiciones de trabajo, edad mínima y Seguridad e Higiene en el trabajo.
- ✚ Relaciones de trabajo: Respetar la libertad sindical, derecho de sindicación, negociación colectiva, consultas por parte de los trabajadores, reclamaciones y solución de conflictos laborales.³⁶

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO (ODM)

³⁵ OIT.(2010).[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf], **La OIT y la Responsabilidad Social de la empresa.**

³⁶ OIT. (2006). [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_151548.pdf], **Multinational enterprises and social policy.**

En septiembre del año 2000 se aprobó la Declaración del Milenio, que propugna la consecución de los ocho Objetivos de desarrollo del Milenio para el año 2015; con la creación de un plan de acción, orientado a erradicar la pobreza extrema a través de un desarrollo sostenible. Los objetivos y metas del desarrollo se detallan en el Cuadro No.11.

Cuadro No. 11

OBJETIVOS Y METAS DEL MILENIO

OBJETIVO	METAS
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	1: reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas con ingresos inferiores a un dólar. 2: reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre.
Lograr la enseñanza primaria universal	3: velar por que, para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.
Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	4: 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 del fin del año 2015.
Reducir la mortalidad infantil	5: reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de los niños menores de 5 años.
Mejorar la salud materna	6: reducir, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna en tres cuartas partes.
Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	7: haber detenido y comenzado a reducir, para el año 2015, la propagación del VIH-sida. 8: haber comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves.
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	9: incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente. 10: reducir a la mitad, para el año 2015, el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible a agua potable. 11: haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de

	habitantes de tugurios.
Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	12: desarrollar aun más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.
	13: atender las necesidades especiales de los países menos adelantados.
	14: atender las necesidades especiales de los países sin litoral y de los pequeños estados insulares en desarrollo.
	15: encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo.
	16: en cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo.
	17: en cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo.
	18: en colaboración con el sector privado, velar por que se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Fuente: Declaración, Objetivos Milenio. Secretaría General de ONU, 2000

Elaborado por: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Ecuador)

Las empresas pueden contribuir al logro de los ODM a través de actividades de acción social, filantropía, sensibilización y promoción.

OBJETIVOS DEL MILENIO EN ECUADOR

En Ecuador, los ODM constituyen una herramienta para una rendición de cuentas entre gobernantes y gobernados. Es necesaria una mayor difusión acerca del avance de los objetivos, las acciones emprendidas y la manera en la que se puede contribuir a su logro.

- ✚ Objetivo 1: En el periodo de 2006 a 2010, la pobreza nacional se ha reducido en 5 puntos porcentuales (de 37,6 a 32,8%) y la pobreza en 8 puntos (de 60,6 a 52,9%).
- ✚ Objetivo 2: La tasa neta de matrícula primaria (TNMP) se ha incrementado cerca de 4 puntos porcentuales en el período 2006-2010, pasando de 89,3% a 93,2%.
- ✚ Objetivo 3: Las tasas de matrícula del Ecuador se han mantenido alrededor del nivel de equidad para la educación básica y primaria en los últimos años. Los niveles de educación secundaria y superior han sido mayores para las mujeres.
- ✚ Objetivo 4: Según la fuente del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, la tasa de mortalidad infantil ha disminuido considerablemente para el 2009, situándose en un 11,2%.
- ✚ Objetivo 5: Entre 2006 y 2009 se incrementó en 5 puntos porcentuales la atención de madres en los centros de salud (54,8% de cobertura de parto institucional).
- ✚ Objetivo 6: Se ha logrado reducir la tuberculosis pulmonar a nivel nacional al 31% en el 2010.
- ✚ Objetivo 7: Ecuador defiende el respeto a la naturaleza, la diversidad cultural y la responsabilidad compartida. Es pionero en proponer el mecanismo de contaminación neta evitada, dejando el crudo bajo tierra. A través del Programa Socio Bosque, se protege más de 629.476 hectáreas de bosque en colaboración con comunidades locales.³⁷

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE)

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) nace en 1961 con el objetivo de promover la democracia y la economía de mercado, impulsando un buen gobierno corporativo, tanto en el sector público como en las empresas. Los principios que guían sus trabajos en los temas que afectan a la responsabilidad social son:

- ✚ Medio ambiente: hacer uso de la ciencia y la tecnología para el beneficio de todos y reducir los desechos y la contaminación.

³⁷ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO-ECUADOR. (2011). [<http://www.pnud.org.ec/odm/index.htm#>], **Objetivos de Desarrollo del Milenio**.

- ✚ Cohesión social: garantizar el acceso a la educación para todos, promover sistemas de salud efectivos y accesibles y luchar contra la exclusión social y el desempleo.
- ✚ Buen Gobierno: fomentar mejores prácticas de desempeño empresarial, promover la justa competencia y promover altos niveles éticos.³⁸

En 1976, la OCDE publica las Líneas Directrices dirigidas a las Multinacionales, donde se enuncian principios y normas voluntarias, relacionadas con la RSE; con el objetivo de la que la conducta empresarial responsable sea compatible con las legislaciones aplicables. En el año 2000, la OCDE lanza una nueva publicación, que establece políticas voluntarias que promueven la transparencia empresarial.

Los principios generales establecidos en las Líneas Directrices son:

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos internacionalmente reconocidos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales de los gobiernos de acogida.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluidos los sectores empresariales locales, desarrollando al mismo tiempo las actividades de la empresa en los mercados interiores y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.

³⁸ M. RODRÍGUEZ (2008). Op. Cit. p. 318

4. Fomentar la formación del capital humano, en particular creando oportunidades de empleo y ofreciendo formación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario relacionadas con los derechos humanos, el medioambiente, la salud, la seguridad, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.
6. Apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.
7. Desarrollar y aplicar prácticas auto disciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento y el cumplimiento por parte de los empleados de las empresas multinacionales de las políticas de empresa mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las Directrices o a las políticas de la empresa.
10. Alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices.
11. Abstenerse de cualquier injerencia indebida en actividades políticas locales.

Las empresas deben informar periódicamente de sus actividades, situación financiera y resultados, aplicando normas de calidad en las actividades informáticas, contables y de auditoría.

PRINCIPIOS DE OCDE EN ECUADOR

En Ecuador se hace referencia, por primera vez, a los principios de la OCDE en el año 2004, año en el que se constituyó el Comité Ejecutivo Nacional de Buen Gobierno Corporativo, con el objetivo primordial de promover las prácticas de buen gobierno corporativo en las empresas grandes y medianas del Ecuador, de tal manera que puedan alcanzar estándares internacionales que les permitan respaldar sus relaciones comerciales e ingresar y mantenerse en mercados extranjeros potenciales.³⁹

LIBRO VERDE

En la Cumbre de Lisboa efectuada en el año 2000 se estableció como objetivo estratégico de la Unión Europea: “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”. Para lograr este objetivo la UE ha desarrollado varias iniciativas de RSE, destacándose: Foro Europeo Multi stakeholder, Comunicación Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas y el “Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas – Unión Europea (2001)”.

El Libro Verde se presenta con el objeto de iniciar un amplio debate sobre cómo puede fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las

³⁹ M, SALAZAR. (2010). *Actualidad Organizacional “Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social”*. p. 3

empresas en los ámbitos europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.⁴⁰

El Libro Verde hace una división de la RSE en dos dimensiones, interna y externa. La dimensión interna aborda la gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio y gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. En la dimensión externa de la RSE recogida en el Libro Verde se abordan temas relacionados con comunidades locales; socios comerciales, proveedores y consumidores; derechos humanos y problemas ecológicos mundiales.

A lo largo de todo el libro verde se dan pautas sobre aspectos relacionados con: gestión integrada de la responsabilidad social, informes y auditorías sobre la responsabilidad social, calidad en el trabajo, etiquetas sociales y ecológicas e inversión socialmente responsable.

Las iniciativas europeas para apoyar el desarrollo de la RSE van dirigidas a todos los grupos de interés; ya que el éxito de la RSE depende de la colaboración y participación de todos.

2.3.2 Memorias de Sostenibilidad (GRI 3)

Una memoria de sostenibilidad expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización. Las empresas

⁴⁰ R, FERNANDEZ (2005). Op. Cit. p. 55

elaboran memorias por varias razones, entre ellas: mejorar su comprensión de riesgos y oportunidades, facilitar la comunicación con los grupos de interés, comparar y evaluar el desempeño.

Global Reporting Initiative (GRI) es una institución internacional que surgió en 1997 como una iniciativa entre la organización estadounidense no gubernamental Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. En el año 2002, emite las Directrices para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad, del Global Reporting Initiative (GRI 3), a efectos de propiciar el desarrollo de informes corporativos que incluyan indicadores sociales, financieros y ambientales.

Las Directrices para la elaboración de memorias de sostenibilidad se basan en principios que tienen como finalidad definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada.

PRINCIPIOS PARA DEFINIR EL CONTENIDO

- ✚ Materialidad
La información contenida en la memoria debe cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos (económicos, sociales y ambientales) de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés.
- ✚ Participación de los Grupos de Interés
La organización debe identificar a sus grupos de interés y describir cómo han dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- ✚ Contexto de Sostenibilidad
El principio supone poner las actividades de la empresa en el contexto más amplio de la sostenibilidad. Este principio se refiere a la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o

al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global.

✚ Exhaustividad

El concepto de exhaustividad engloba fundamentalmente el alcance, la cobertura y el tiempo. La exhaustividad también puede hacer referencia a las prácticas de recopilación de información y determinar si la presentación de la información es razonable y apropiada.⁴¹

PRINCIPIOS PARA DEFINIR LA CALIDAD DE ELABORACIÓN

✚ Equilibrio

La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

✚ Comparabilidad

Se deben seleccionar, recopilar divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

✚ Precisión

La información que contiene la memoria debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante.

✚ Periodicidad

La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

✚ Claridad

La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

✚ Fiabilidad

La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.⁴²

Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales. Los indicadores sociales están, a la vez, clasificados en

⁴¹ GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios*. Países Bajos. p. 24

⁴² GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios*. Países Bajos. p. 26-30

derechos humanos, prácticas laborales y trabajo decente, sociedad y responsabilidad de producto.

El contenido de un informe basado en las Directrices GRI debe contener:

1. Visión, estrategia y perfil de la empresa
2. Enfoque de la Dirección
Información que incluye cómo la organización aborda un determinado conjunto de aspectos para proporcionar contexto y para la comprensión del desempeño en un área concreta.
3. Parámetros de la memoria
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés
5. informe sobre impacto económico respecto de clientes, proveedores, empleados, inversores y sector público; medio ambiente; prácticas laborales; derechos humanos; comunidad y responsabilidad social por el producto que se elabora
6. Indicadores de desempeño
Indicadores de actuación económica, medioambiental y social, clasificados en principales y optativos.⁴³

INDICADORES PRINCIPALES DE DESEMPEÑO

Indicadores de desempeño económico

1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.
2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.
3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.
4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.

Aspecto: Presencia en el Mercado

5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.

⁴³ I.GONZÁLES. (2003). *Responsabilidad Social Empresarial: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”*. Normativas y realidades. Argentina. p. 13

7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.

Aspecto: Impactos económicos indirectos

8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.
9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.

Indicadores del desempeño ambiental

Aspecto: Materiales

1. Materiales utilizados, por peso o volumen.
2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.

Aspecto: Energía

3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.
4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.
5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.
6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.
7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.

Aspecto: Agua

8. Captación total de agua por fuentes.
9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.
10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.

Aspecto: Biodiversidad

11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.
12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.
13. Hábitats protegidos o restaurados.
14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.

15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.

Aspecto: Productos y Servicios

16. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.
17. Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.

Aspecto: Cumplimiento Normativo

18. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.

Aspecto: Transporte Adicional

19. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.

Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo

Aspecto: Empleo

1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.
2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.
3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.

Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores

4. Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.
5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.

Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo

6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.
7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.
9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.

Aspecto: Formación y Educación

10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
11. Programas de gestión de habilidades y de formación continúa que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.
12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.

Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades

13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.

Indicadores del desempeño de Derechos Humanos

Aspecto: Prácticas de Inversión y Abastecimiento

1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
3. Horas totales de capacitación de empleados sobre políticas y procedimientos en aspectos de derechos humanos que sean relevantes a las operaciones, incluyendo el porcentaje de empleados capacitados.

Aspecto: No Discriminación

4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.

Aspecto: Libertad de Asociación y Convenios Colectivos

5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.

Aspecto: Explotación Infantil

6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

Aspecto: Trabajos Forzados

7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

Aspecto: Prácticas De Seguridad

8. Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos.

Aspecto: Derechos De Los Indígenas

9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.

Aspecto: Evaluación

10. Porcentaje y número total de operaciones que han estado sujetas a revisiones de derechos humanos y/o evaluaciones de impactos.

Aspecto: Remediación

11. Número de reclamos recibidos, atendidos y resueltos por medio de mecanismos formales de reclamo relacionados con los derechos humanos.

Indicadores del desempeño de Sociedad

Aspecto: Comunidad

1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.

Aspecto: Corrupción

2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.
3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.
4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.

Aspecto: Política Pública

5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.
6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.

Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal

7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.

Aspecto: Cumplimiento Normativo

8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos

Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente

1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.
2. Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios

3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.
4. Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.

Aspecto: Comunicaciones de Marketing

6. Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.

Aspecto: Privacidad del Cliente

7. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

Aspecto: Cumplimiento Normativo

8. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.⁴⁴

Es necesario que dentro de las organizaciones se generen mecanismos de comunicación, como lo son las memorias de sostenibilidad; las cuales permiten establecer vínculos con los grupos de interés, mantener información actualizada en relación a los procesos económicos, sociales y ambientales; contribuir a generar un clima de credibilidad y confianza, fortalecer nexos con gobiernos y otras organizaciones; proporcionar herramientas a la gerencia y motivar al personal. A través de la divulgación de las memorias de sostenibilidad se demuestra la forma responsable en que se manejan los aspectos ambientales, económicos y sociales. Publicar una memoria de sostenibilidad es una forma de decir lo que se hace, cómo se lo hace, y de mostrar los resultados.

⁴⁴ GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios*. Países Bajos. p. 41, 43, 44, 47, 53, 56, 59.

CAPÍTULO 3. LA RSE EN EL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

En Ecuador existen 511.130 establecimientos económicos (empresas, establecimientos visibles y locales auxiliares), de los cuales el 9,6 % se dedican a las industrias manufactureras.⁴⁵ Esta industria se encuentra en tercer lugar entre los sectores que más aportan al PIB total del país con un 13,6%⁴⁶.

En el año 2010 la Superintendencia de Compañías reportó, a través de su “Anuario Estadístico Societario NEC”, que en Ecuador existen 44.396 empresas; de las cuales 1.305 son grandes, 3.754 son medianas, 12.383 son pequeñas, 26.859 son microempresas y 95 no están definidas. A las actividades de la Industrias Manufactureras se dedican 3.902 empresas; integradas por 355 compañías grandes, 583 medianas, 1.351 pequeñas y 1.605 microempresas.

Las industrias manufactureras ocupan a más de 294 mil personas. Los establecimientos micro, pequeños y medianos ocupan al 59,5% del personal empleado en las industrias manufactureras.⁴⁷ Las industrias manufactureras se concentra en las provincias de Pichincha, con un 42% (1.639 empresas), y Guayas con el 39% (1.519 empresas).

⁴⁵BRITO V., (2012). “El Ecuador, un país de empresas pequeñas y familiares”. Ekos. Volumen 216, p. 50-51.

⁴⁶ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2009)

⁴⁷ AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SUDAMÉRICA. (2011). [<http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=133721>], **Sector manufacturero empleó a 294 mil personas en nueve meses de 2011.**

En el Cuadro No. 12 se detalla la información financiera consolidada de las Industrias Manufactureras del año 2010.

Cuadro No.12

INFORMACIÓN FINANCIERA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS- NIVEL NACIONAL

ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS	COSTOS Y GASTOS	UTILIDAD DEL EJERCICIO
\$ 10.226.958.170,70	\$ 6.326.500.080,16	\$ 3.900.458.090,54	\$ 14.659.475.931,31	\$ 13.552.491.270,47	\$ 1.106.984.660,84

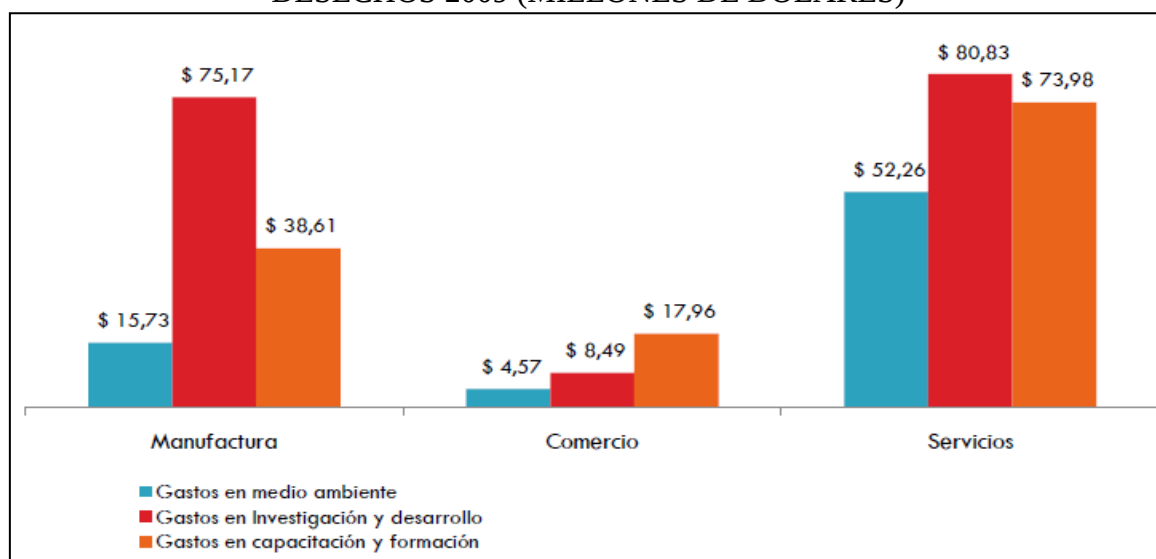
Fuente: Anuario Estadístico Societario NEC 2010

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Como parte fundamental del crecimiento y fortalecimiento de las industrias manufactureras del Ecuador, encontramos la atención que en años recientes han prestado a la RSE y su adopción; lo cual se refleja en la inversión realizada en: capacitación al personal, investigación y desarrollo de nuevos productos y manejo de desechos; tal como se detalla en el Gráfico No. 1.

Gráfico No.1

INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO Y MANEJO DE DESECHOS 2009 (MILLONES DE DÓLARES)



Fuente: Censo nacional Económico

Elaborado por: INEC

Las ramas industriales que más aporta en el PIB manufacturero son “Alimentos y bebidas” con 55%, a continuación se encuentra “Textiles y cueros” con 14%, “Madera” con 10%, “Plásticos y cauchos” con 7%, metalmecánicos 6% y “Productos de papel” con 4%.⁴⁸

En el Distrito Metropolitano de Quito la industria manufacturera constituye la segunda más importante en lo referente a las ventas efectuadas, con el 34%, y se encuentra en tercer lugar en generación de empleo con el 12%.⁴⁹

⁴⁸ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2009)

⁴⁹ INSTITUTO DE LA CIUDAD. (2011). [<http://www.institutodelaciudad.com.ec/index.php/k2-component/boletin-estadistico/153-boletin-estadistico-mensual-icq-nov-2011>], **Boletín Estadístico**.

Cuadro No. 13

INFORMACIÓN FINANCIERA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS - QUITO

ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO	No. Cías
\$ 4.497.167.254	\$ 2.773.344.211	\$ 1.723.823.043	\$ 6.868.413.856	\$ 592.073.081	-\$ 58.059.399	1579

Fuente: Anuario Estadístico Societario NEC 2010

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

La aplicación de la RSE en las empresas del Distrito Metropolitano de Quito es primordial, puesto que según el Censo Económico realizado por el INEC en 2010, en Quito se registran el 20% de todas las empresas del país; y, generan empleo para el 27% del total de trabajadores a nivel nacional. De estas empresas, cerca del 8% son empresas grandes, el resto son PYMEs y microempresas.⁵⁰

Ante la concentración de PYMEs manufactureras en el Distrito Metropolitano de Quito (844), resulta necesario difundir la RSE; sus ámbitos de aplicación, tendencias, políticas, y los beneficios internos y externos, enfocándose en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos. En el Cuadro No. 14 se detalla la información de las PYMEs manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito, exponiendo su importancia dentro del desarrollo de la economía de la ciudad y el país.

⁵⁰ INSTITUTO DE LA CIUDAD. (2011).

[<http://www.institutodelaciudad.com.ec/attachments/article/75/Boletin%20Final%204.pdf>], **Boletín Estadístico**.

Cuadro No. 14

INFORMACIÓN FINANCIERA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS – PYMEs QUITO

PEQUEÑAS						
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO	No. Cías
\$ 251.758.480	\$ 177.760.417	\$ 73.998.062	\$ 351.609.047	\$ 21.289.340	-\$ 6.099.920	609
MEDIANAS						
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO	No. Cías
\$ 460.987.388	\$ 314.380.371	\$ 146.607.017	\$ 701.984.832	\$ 53.348.412	-\$ 7.739.002	235

Fuente: Anuario Estadístico Societario NEC 2010

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

3.1 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

La industria textil del Ecuador es una de las más antiguas del país. El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad detalla la estructura de producción de la industria textil, de la siguiente manera: 35% de hilatura, 27% fabricación de prendas de vestir, 15% fabricación de calzado, 10% otros productos textiles, 9% fabricación de tejidos y artículos de punto y el 4% restante pertenece a cueros y pieles.

La fabricación de cuero, productos de cuero y calzado es una rama productiva que se encuentra en proceso de crecimiento y consolidación. Las características de este sector lo convierten en una opción para promover el desarrollo del mercado interno en Ecuador. Para lo cual, se requiere de una política pública de fomento con una visión de largo plazo que incluya componentes cruciales para el sector, como son: capacitación de la mano de

obra, acceso a líneas de crédito y financiamiento, mercadeo, promoción del producto en los mercados interno y externo, y defensa comercial.

El subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, incluye a los grupos 151 y 152. 151 corresponde a Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles; cuyas clases son: 1511 Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles y 1512 fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, y de artículos de talabartería y guarnicionería. 152 con su clase 1520 corresponde a Fabricación de calzado.

En el Cuadro No. 15 Características del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos se examina el desarrollo del Subsector C15 a nivel nacional; de acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas de Manufactura y Minería, años 2008 y 2009, realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. En el cual se observa un crecimiento en el número de establecimientos, lo que implica un mayor número de personas empleadas, dando como resultado un incremento de la producción total para este subsector. De estos establecimientos el 95% son PYMEs.

Cuadro No.15

CARACTERÍSTICAS SUBSECTOR C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

AÑO 2008								
Divisiones CIIU	Actividad económica	No. De Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total	Consumo Intermedio	Valor Agregado A Precios Productor	Depreciaciones
1511	Fabricación de prendas de vestir; adobo y teñido de piel	113	7.818	\$ 47.616.309	\$197.969.703	\$110.453.756	\$87.525.947	\$5.306.220
1512	Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano	45	3.075	\$ 21.192.994	\$111.154.849	\$79.335.065	\$31.819.784	\$2.495.550
TOTAL		158	10.893	\$68.809.303	\$309.124.552	\$189.788.821	\$119.335.731	\$7.801.770
AÑO 2009								
Divisiones CIIU	Actividad económica	No. De Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total	Consumo Intermedio	Valor Agregado A Precios Productor	Depreciaciones
1511	Fabricación de prendas de vestir; adobo y teñido de piel	124	8.613	\$ 59.128.150	\$221.477.800	\$122.185.691	\$99.292.109	\$4.982.168
1512	Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano	53	3.869	\$ 26.769.066	\$143.541.696	\$93.262.774	\$50.278.922	\$3.315.109
TOTAL		177	12.482	\$85.897.216	\$365.019.496	\$215.448.465	\$149.571.031	\$8.297.277
CRECIMIENTO 2009-2008								
TOTAL	No. De Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total	Consumo Intermedio	Valor Agregado A Precios Productor	Depreciaciones	
	19	1.589	\$17.087.913	\$55.894.944	\$25.659.644	\$30.235.300	\$495.507	

Fuente: Encuestas de Manufactura y Minería, años 2008 y 2009 - INEC

Elaborado por: Ingrid Chávez

En lo referente a la información acerca de las exportaciones del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, se manejan datos del Banco Central del Ecuador, que concentra en un solo grupo a las manufacturas de cuero, plástico y caucho. En el Cuadro No. 16 Exportaciones de Manufacturas de Cuero, se observa el desarrollo del subsector a partir del año 2008, con un decrecimiento en el año 2009, la recuperación a partir del año 2010 y el incremento en volumen en toneladas métricas, valor FOB y valor unitario en el año 2011.

Cuadro No.16

EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO

	Ene- Dic 2008				Ene- Dic 2009				Variación 2011-2010		
	a	b	b/a		a	b	b/a				
Exportaciones No Petroleras - No Tradicionales	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Part. En valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Part. En valor			
Manuf. Cuero, plástico y caucho	44	\$158.596	\$3,595	2,20%	41	\$128.331	\$3,139	1,90%			
	Ene- Dic 2010				Ene- Dic 2011				Variación 2011-2010		
	a	b	b/a		a	b	b/a				
Exportaciones No Petroleras - No Tradicionales	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Part. En valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Part. En valor	Volumen	Valor USD FOB	Valor unitario
Manuf. Cuero, plástico y caucho	50	\$159.116	\$3,19	2%	59	\$215.561	\$3,682	2,30%	17,36%	35,47%	15,43%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ingrid Chávez

De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, de enero a mayo del año 2012, se han exportado 23 toneladas de cuero y manufacturas, cuyo valor FOB (miles) es de \$81.867 y su valor unitario es de \$3,615. Al compararlo con el mismo periodo del año 2011, el valor FOB se incrementó en un 2,7%. Los principales destinos de las exportaciones de cuero y manufacturas de cuero son Colombia (79%) y Perú (16%).

Las importaciones de cuero y manufacturas de cuero, en el año 2008 fueron de 8.961 toneladas, mientras que para el año 2009 disminuyeron a 6.427 toneladas. Los principales orígenes de las importaciones son China (65,19%) y Brasil (9,53%). La disminución se debió a la implementación de aranceles y salvaguardias e implicó un ahorro de \$100 millones.

Para el caso específico del calzado, es importante destacar el incremento de ventas, que en 2010 fue de 22 millones de pares de zapatos. En el Cuadro No. 17 Características Clase 1520: Fabricación de calzado se detalla el crecimiento de esta actividad. El 44% de establecimientos de producción de calzado son PYMEs.

Cuadro No. 17

CARACTERÍSTICAS CLASE 1520: FABRICACIÓN DE CALZADO

AÑO 2008								
Divisiones CHU	Actividad Económica	No. De Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total	Consumo Intermedio	Valor Agregado A Precios Productor	Depreciaciones
1520	FABRICACIÓN DE CALZADO	34	2.712	\$19.376.094	\$99.765.022	\$70.792.902	\$28.972.120	\$ 2.222.067
AÑO 2009								
1520	FABRICACIÓN DE CALZADO	38	3.291	\$23.398.403	\$121.100.212	\$77.442.073	\$43.658.139	\$ 2.765.163
CRECIMIENTO 2009-2008								
TOTAL	No. De Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total	Consumo Intermedio	Valor Agregado A Precios Productor	Depreciaciones	
	4	582	\$4.022.309	\$21.335.190	\$6.649.171	\$14.686.019	\$534.096	

Fuente: Encuestas de Manufactura y Minería, años 2008 y 2009 - INEC

Elaborado por: Ingrid Chávez

El sector calzado, a nivel de país, está compuesto por alrededor de 1.271 talleres artesanales, localizados en las ciudades de Ambato 34.38%, Quito 22.5%, Guayaquil 17.5%, Cuenca 15%, Gualaceo 5%, Latacunga y Chordeleg 2.5%, y Guaranda 0.63%. (MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD, 2010: 16).

Según datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua, las medidas de protección a la industria nacional permitieron un incremento del 30% en la producción nacional de zapatos. Las importaciones de calzado se redujeron por sobre el 55%, mientras que en volúmenes disminuyeron en más del 70%, debido al arancel de 10 dólares a la importación de cada par de zapatos.

En el Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo a la Superintendencia de Compañías, se encuentran 26 empresas pertenecientes al Subsector C15: Fabricación de Productos de Cuero y Productos Conexos, de las cuales 18 son PYMEs. En los Cuadros No. 18 y 19 se detalla la información financiera acerca de este subsector, indicando la contribución de este sector a la economía.

Cuadro No. 18

INFORMACIÓN FINANCIERA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS: FABRICACIÓN DE CUERO Y PRODUCTO CONEXOS – QUITO

ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS	UTILIDAD DEL EJERCICIO	No. Cías
\$ 19.113.012	\$ 15.723.816	\$ 3.389.196	\$ 27.998.965	\$ 2.631.885	26

Fuente: Anuario Estadístico Societario NEC 2010

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Cuadro No. 19

INFORMACIÓN FINANCIERA INDUSTRIAS MANUFACTURERAS: FABRICACIÓN DE CUERO Y PRODUCTO CONEXOS – PYMEs QUITO

PEQUEÑAS						
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO	No. Cías
\$3.749.763	\$2.935.626	\$814.138	\$7.140.987	\$432.575	\$-13.232	11
MEDIANAS						
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO	No. Cías
\$9.505.580	\$9.706.438	\$-200.858	\$11.116.674	\$243.348	\$-45.569	7

Fuente: Anuario Estadístico Societario NEC 2010

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS SUBACTIVIDADES

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas a este subsector corresponde el adobo y teñido de pieles, la transformación de pieles en cuero mediante operaciones de curtido y adobo y la fabricación de productos acabados de cuero. Abarca también la fabricación de productos similares a partir de otros materiales (cueros de imitación o sucedáneos de cuero), como calzado de caucho, maletas de materiales textiles, etcétera. Los productos fabricados con sucedáneos de cuero se incluyen en esta división porque el proceso de fabricación es similar al de los productos de cuero (p. ej., maletas) y con frecuencia se fabrican en la misma unidad.

151 Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles. Este grupo comprende la fabricación de cueros y pieles y de productos de cuero y de piel.

1511 Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- + Curtido, teñido y adobo de pieles y cueros;
- + Fabricación de cueros gamuzados y apergaminados, charol y cueros metalizados;
- + Fabricación de cueros regenerados;
- + Descarnadura, tundido, depilado, engrase, curtido, blanqueo y teñido de pieles finas y cueros con pelo;

No se incluyen las siguientes actividades:

- + Producción de pieles y cueros sin curtir como parte de las actividades ganaderas;
- + Producción de pieles y cueros sin curtir como parte de las actividades de los mataderos;
- + Fabricación de prendas de vestir de cuero;
- + Fabricación de cuero de imitación a partir de productos distintos del cuero natural.

1512 Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, y artículos de talabartería y guarnicionería

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- + Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, de cuero, cuero regenerado o cualquier otro material, como plástico, materiales textiles, fibras vulcanizadas o cartón, cuando se usa la misma tecnología que en el caso del cuero;
- + Fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería;
- + Fabricación de correas no metálicas para relojes (p. ej., de materiales textiles, de cuero, de plástico);
- + Fabricación de artículos diversos de cuero o cuero regenerado: correas de transmisión, embalajes, etcétera;
- + Fabricación de cordones de cuero para zapatos;
- + Fabricación de látigos y fustas.

No se incluyen las siguientes actividades:

- + Fabricación de prendas de vestir de cuero;
- + Fabricación de guantes y sombreros de cuero;
- + Fabricación de calzado;
- + Fabricación de sillines para bicicletas;
- + Fabricación de correas de metales preciosos para relojes;
- + Fabricación de correas de metales no preciosos para relojes;
- + Fabricación de cinturones de seguridad para instaladores y celadores de líneas telefónicas y de electricidad y otros cinturones de trabajo.

152 Fabricación de calzado

1520 Fabricación de calzado

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- + Fabricación de calzado para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (véanse las excepciones *infra*)
- + Fabricación de partes de cuero para calzado: palas y partes de palas, suelas y plantillas, tacones, etcétera
- + Fabricación de botines, polainas y artículos similares

No se incluyen las siguientes actividades:

- + Fabricación de calzado de material textil, sin aplicación de suelas;
- + Fabricación de partes de madera para zapatos (p. ej, tacones y hormas);
- + Fabricación de tacones y suelas de caucho para botas y zapatos y otras partes de caucho para calzado;
- + Fabricación de partes de plástico para calzado;
- + Fabricación de botas de esquí;
- + Fabricación de zapatos ortopédicos.⁵¹

Las principales zonas de producción de cuero en el Ecuador son Tungurahua (76%), Imbabura (13%), Azuay (4%) y Cotopaxi (4%). La Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador ANCE en su página web destaca que: “en Tungurahua se encuentra el 38,9% de todas las empresas manufactureras de calzado, el 79,4% de todas las empresas curtidoras y el 69,7% de todas las empresas que proveen material y maquinaria para el sector”.

El estudio realizado por la CORPEI detalla la distribución de la producción de cuero terminado en Ecuador de la siguiente manera: calzado 77%, tapicería 9%, suela 6%, vestuario 4% y marroquinería 4%. “El sector cuero, junto con los textiles, genera el 15,7%

⁵¹ ONU. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. p. 103-105.

del PIB, de esta cifra solo cueros representa un 30%”. (MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD, 2010: 7).

En la elaboración de artículos correspondientes al subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, las materias primas básicas que intervienen son: pieles, hilos, telas, hormas, cierres, botones, hebillas y otros accesorios; cerca del 80% de estos insumos son de origen nacional. Las pieles de mayor demanda son las de vacuno, ovino y caprino. La ganadería nacional es la fuente de estas pieles; entre el 2003 y 2008, la matanza de ganado para abastecer la producción de artículos de cuero fue de 760.000 cabezas, en promedio, según el Ministerio de Agricultura.

En la última década, el crecimiento del sector: textiles, confecciones y calzado creció en un 68% comparado con las ventas del año 2006.

Una de las fortalezas del sector que contribuye a su productividad, radica en el conocimiento técnico, en las destrezas, creatividad y habilidades de su potencial humano por ser una industria de gran tradición y de especialización en diferentes líneas de productos. Las cifras nos indican que para el año 2010, la productividad laboral registró un crecimiento del 21% en relación al año 2009.⁵²

De las personas empleadas en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, el 55,1 % son mujeres y el 44, 9% son hombres, de acuerdo a la Encuesta de Manufactura y Minería 2009 del INEC. La distribución del personal de acuerdo a cargos y género se detalla en el Cuadro No. 20

⁵² INVEST WITH VALUES. (2011). *Textiles, confecciones y calzado. Un sector con historia*.p.3

Cuadro No. 20

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL DE ACUERDO A CARGOS Y GÉNERO

ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO PROMEDIO DE PERSONAS OCUPADAS										
	TOTAL	Propietarios y Socios		Trabajadores Familiares		Trabajadores Ejecutivos y Gerenciales		Obreros		Empleados	
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de piel	8.613	9	25	19	4	69	107	4.879	1.683	1.145	673
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y calzado	3.869	3	11	7	4	18	49	457	2.392	275	653

GRUPOS Y CLASES CIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO PROMEDIO DE PERSONAS OCUPADAS										
		TOTAL	Propietarios y Socios		Trabajad. Familiares		Trab. Ejecutivos y Gerenciales		Obreros		Empleados	
			Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
1511	Curtido y adobo de cueros	490	-	4	2	-	8	9	16	326	57	68
1512	Fabricación de maletas, bolsos de mano, y artículos similares artículos de talabartería y guarnicionaria	85	-	1	1	-	-	3	17	35	13	15
1520	Fabricación de calzado	3.294	3	6	4	4	10	37	424	2.031	205	570

Fuente: Encuestas de Manufactura y Minería, año 2009 - INEC

Elaborado por: Ingrid Chávez

En el caso de la clase 1520 Fabricación de calzado, el 28,3% de las personas empleadas son obreros calificados, el 25,2% obreros no calificados, el 24,8% posee título de bachiller, el 12% título profesional, el 6,1% tienen nivel de tecnólogo y el 3,6% tiene un título de postgrado.⁵³

El sector ha invertido en la adquisición de nueva maquinaria, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; para así obtener productos que puedan competir a nivel internacional.

Analizando la evolución de la inversión en activos fijos del sector confecciones y calzado, las estadísticas presentan un crecimiento del 47% en el año 2010 si se lo comparada con el 2006. Por lo tanto se deduce que invertir en el sector de confecciones y calzado genera rentabilidad; esto es verificable cuando la evolución

⁵³ JÁCOME H. (2011). *Centro de investigaciones Económicas y de la Micro, pequeña y Mediana Empresa. Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES. Zapatos de cuero de vestir para exportación.* p.16

del ROS (Return On Sales – ROS) presenta una tendencia creciente en los últimos cinco años. Del 4,8% creció al 7,3%.⁵⁴

Cuadro No. 21

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

GRUPOS Y CLASES CIIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA	TOTAL	ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS NUEVOS						
			Maquinaria y equipo	Edificios instalaciones y construcción	Muebles y enseres	Equipo de oficina	Equipos de computación	Equipo de transporte	Otros activos
1511	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	\$9.821.729	\$4.982.001	\$3.151.741	\$272.736	\$93.088	\$443.680	\$674.947	\$203.536
1512	Curtido y adobo de cueros fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería, guamicionaria y calzado	\$1.441.802	\$902.279	\$173.358	\$13.244	\$2.646	\$29.160	\$297.143	\$23.972
1520	Fabricación de calzado	\$8.972.039	\$5.290.479	\$2.081.117	\$197.758	\$1.167	\$280.264	\$474.608	\$646.646

Fuente: Encuestas de Manufactura y Minería, año 2009 - INEC

Elaborado por: Ingrid Chávez

A pesar de las inversiones realizadas y el crecimiento experimentado en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, aún existen obstáculos que frenan su desarrollo, tal como se menciona en el Estudio Técnico para la identificación de la Política Comercial necesaria para que el sector del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle y aumente su participación mundial en las exportaciones, año 2010, estos son:

- ✚ Las industrias ecuatorianas del subsector del cuero aún no pueden acceder a la alta tecnología utilizada en los países con un mayor nivel de desarrollo; por lo que su capacidad tecnológica industrial, en las curtiembres, cubre parcialmente las necesidades del tamaño del mercado, pues la producción es deficitaria con relación a la demanda del producto.
- ✚ Cualidades deficientes de la piel de ganado bovino, ovino, caprino por la inadecuada crianza y cuidado del ganado (utilización de alambres de púas, deficiente alimentación, maltrato y golpes, marcas con fuego, plagas)
- ✚ Los camales producen varios daños irreversibles en las distintas etapas del proceso de matanza (cortes, manchas, sellos) y preservación preliminar de la piel (salado y/o congelamiento).
- ✚ Falta de investigación, desarrollo e innovación en procesos de automatización.
- ✚ Falta de especialistas para formar, corregir, escuadrar las confecciones de cuero y para controlar la calidad de la producción.⁵⁵

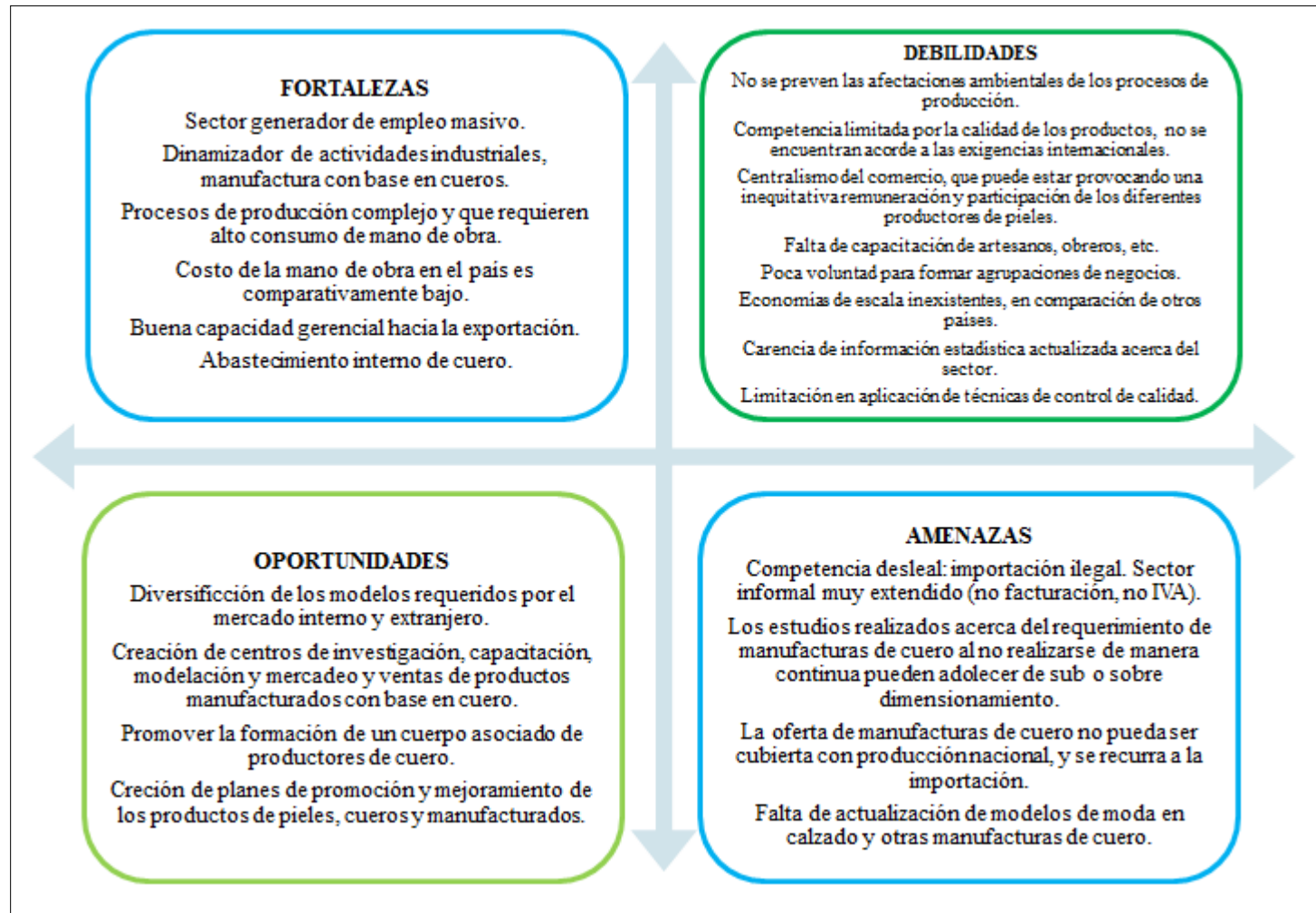
⁵⁴ Ibidem

⁵⁵ MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. (2010). *Estudio Técnico para la Identificación de la Política Comercial necesaria para que el sector del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle y aumente su participación mundial en las exportaciones*. p. 12.

A pesar de los obstáculos mencionados anteriormente, el Subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos presente fortalezas y oportunidades que se detallan en el Cuadro No. 22 FODA.

Cuadro No. 22

FODA SUBSECTOR C15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS



Fuente: Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES - Zapatos de cuero de vestir para exportación (FLACSO 2011)

Elaborado por: Ingrid Chávez

Ante las deficiencias del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador a puesto a disposición de las empresas del subsector una serie de servicios con los que pretende dotar de la infraestructura necesaria, facilitar la adquisición de equipos de última generación, y formar personal capacitado; para así obtener resultados y productos confiables y competitivos, entre los servicios que ofrece encontramos:

1. Servicio de laboratorio en pruebas físicas para cuero y calzado

- Las pruebas físicas que realiza son de resistencia a la flexión, fricción, desgarre, tensión, encogimiento, elongación.

2. Representación gremial

- Frente a organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales.
- Defensa a los intereses generales del sector, medidas de protección al sector, normas, políticas, etc.

3. Formación

- Gestión de cofinanciamiento para capacitación y asistencia técnica, con instituciones del estado y organizaciones no gubernamentales.
- Organización de cursos teóricos- prácticos y seminarios con temas de interés general. Apoyo logístico en organización de cursos y seminarios.

4. Medio Ambiente

- Búsqueda permanente de soluciones alternativas medioambientales.
- Capacitación y concientización en temas ambientales.

5. Información mensual de importaciones y exportaciones.

6. Actividades y servicios permanentes

-  Participación en programas del estado. Apoyo a la campaña de consumo de producto ecuatoriano de cuero como marca comercial.
-  Seguimiento y vigilancia del cumplimiento de las normas de comercio internacional en el sector de normas de comercio internacional en el sector de la piel (retención de materia prima en origen, limitaciones a la exportación de la piel sin valor agregado, reglamentos técnicos, salvaguardas, resoluciones del gobierno).

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

Los países latinoamericanos no cuentan con una definición común sobre el concepto de PYMEs, de forma que cada país utiliza la suya propia. ECUAPYME, brinda un concepto acerca de las PYMEs en Ecuador: “Se engloba a las PYMEs ecuatorianas como cualquier empresa proveedora de servicios y productos o insumos para otras empresas de amplia cobertura de mercado”.

De acuerdo a Aguilar, P., (2009), “las pequeñas y medianas empresas son de gran interés para la economía de un país, debido a su gran potencial como generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa”. Las PYMEs constituyen un pilar fundamental en el desarrollo y progreso económico; a nivel mundial, “constituyen más del 90 por ciento de las empresas, en el caso de América Latina, más

del 60 por ciento de las unidades productivas son PYMEs y proporcionan entre el 40 y 50 por ciento del empleo”.(VIVES,2011:50)

Al igual que las empresas grandes, las PYMEs deben preocuparse por los impactos sociales, ambientales y económicos que generan; por lo que en el desarrollo de sus actividades se enfrentan al desafío de: ofrecer empleo digno con sueldos justos, respetar normas y leyes, tomar decisiones basadas en principios y valores, y contribuir a la cohesión y estabilidad social. Para lograr estos cometidos, la cultura, conductas y políticas de las PYMEs deben estar coherentemente alineadas y encaminadas a construir una ética de responsabilidad social empresarial. La cual permita a las empresas generar un desarrollo económico que sea sustentable y equilibrado, sin consecuencias negativas para el entorno y sus distintos grupos de interés..

Debido a la influencia económica y social que las PYMEs tienen en la sociedad, resulta necesario que encaminen sus acciones a impulsar el desarrollo de la comunidad, a través del mejoramiento de la calidad de vida de su fuerza laboral.

Las empresas adoptan prácticas responsables en función de una serie de impulsores, o agentes del entorno que presionan o estimulan el comportamiento de la empresa. (VIVES, 2011: 347). Los impulsores que las PYMEs consideran importantes, pueden o no serlo para las grandes empresas; por ejemplo, el comportamiento ético es más

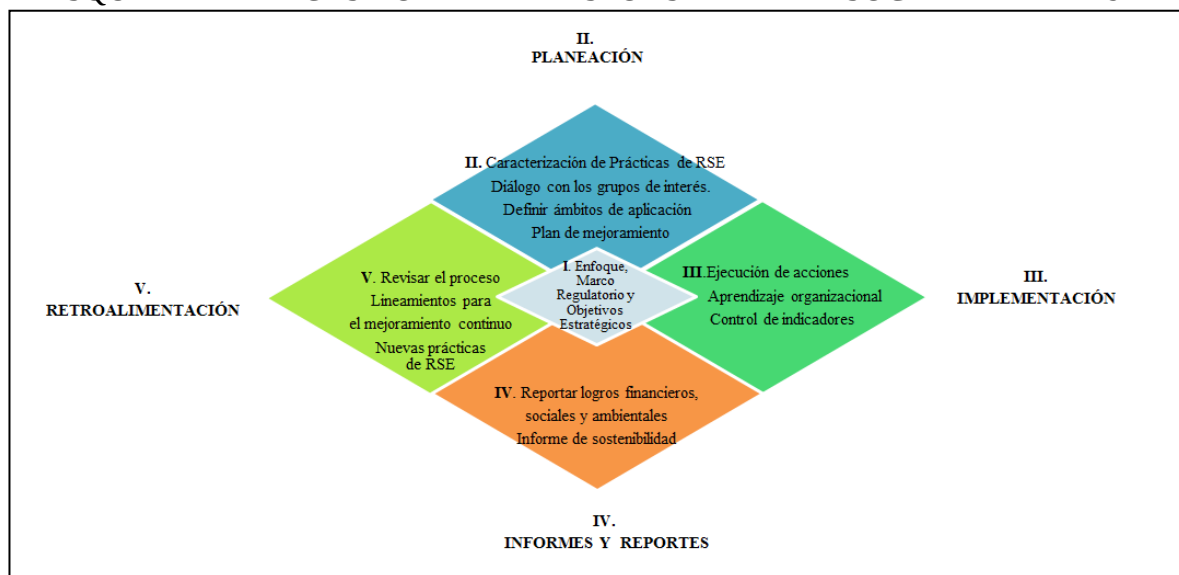
visible en el área geográfica de influencia y por ello tiende a ser más pronunciado en las PYMEs que en el caso de grandes empresas.⁵⁶

Existen una serie de factores característicos de las PYMEs que se deben tener en cuenta al momento de implementar la RSE, estos son: influencia competitiva de la gran empresa, recursos limitados (humanos y económicos), necesidad de formación especializada, carencia de políticas de RSE homogéneas.⁵⁷

Para implantar la RSE en las PYMEs se requiere de un modelo de gestión que incluya distintas fases: diagnóstico, planeación, ejecución, evaluación, elaboración de un informe de sostenibilidad, y retroalimentación; que permita a la organización aprender y mejorar continuamente como se observa en el Cuadro No. 23.

Cuadro No. 23

ESQUEMA PARA GESTIONAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN PYMEs



Fuente: International Journal of Good Conscience

Elaborado por: J. Herrera y L. Abreu

⁵⁶ Cfr. A., VIVES (2010). Op. Cit. p. 348.

⁵⁷ M. RUIZ. (2007). *Manual de Responsabilidad Social para PYMES*. España: IMDEEC. p. 22

En la primera fase se establecen los requisitos y las condiciones necesarias para el éxito de la metodología de la RSE para lo cual es necesaria la comprensión de la RSE, por parte de los directivos; que revisan el Plan Estratégico, e incorporan principios rectores y políticas de RSE.

En la segunda fase se genera una planeación que permita medir el avance de la empresa en la consecución de sus principios de responsabilidad social. En la fase que corresponde a la Implementación, se ejecutan las acciones de la planeación y se da un seguimiento institucional al proceso a través de las herramientas de comunicación interna y externa de la empresa.

Una vez que se ha implementado las acciones se procede a evaluar los resultados en materia de responsabilidad empresarial observando los avances en el desempeño económico, social y ambiental de la empresa; que se detallan en un Informe de sostenibilidad. “El informe de sostenibilidad (memoria o reporte de RSE) se emplea para mejorar los procesos de RS de la empresa y para dar continuidad al diálogo con los grupos de interés”. (HERRERA, 2008: 420).

La fase de Retroalimentación consiste en construir planes de ajuste que permitan el mejoramiento continuo del desempeño, en materia de responsabilidad social; tomando como base la retroalimentación de los grupos de interés acerca del informe de sostenibilidad. “Un plan de ajuste permite llegar a acuerdos sobre nuevas prácticas y acciones necesarias para fortalecer y mejorar la gestión de RSE, y sobre las cuales se estructurarán los nuevos objetivos para la gestión de la RSE”. (HERRERA, 2008: 421).

La responsabilidad social empresarial, en las PYMEs latinoamericanas, aún tiene un carácter predominantemente reactivo y esporádico; puesto que aún no se perciben los beneficios que esta trae a la organización, como lo son: aumento de ingresos y de la productividad de los empleados, incremento del grado de compromiso y lealtad, reducción de costos y riesgos, creación de un ambiente orientado a la innovación, promoción de la sinergia dentro de la cultura organizacional.

Ecuador, está en un proceso de transición desde las actividades filantrópicas hacia la implementación de buenas prácticas de RSE. De acuerdo a un estudio realizado por el Comité de Responsabilidad Corporativa de la Cámara de Comercio Ecuatoriano–Americana, 52% de las empresas del país (la mayoría grandes) lleva a cabo prácticas de responsabilidad social.

La RSE no debe ser entendida para las PYMEs como una opción sino como un desafío a cumplir, que no debe asumirse como un gasto sino como una inversión a futuro que permita aumentar su competitividad y asegurar su sostenibilidad.

La competitividad es la capacidad dinámica que tienen los productos para llegar al consumidor en términos más favorables que los de la competencia, en cuanto a la calidad, oportunidad de entrega, precio y cantidad, manteniendo su posición en el tiempo.

La RSE puede influenciar positivamente la competitividad de las Pymes ecuatorianas a través de:

- ✚ Mejora de los productos y/o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente
- ✚ Mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, lo que aumenta su creatividad e innovación.
- ✚ Mejor posición en el mercado laboral y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, acceso a las ayudas públicas gracias a la imagen de la empresa.
- ✚ Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos.⁵⁸

Para impulsar el desarrollo de las PYMEs del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos; se puede tomar como referencia, políticas y proyectos desarrollados en otros países de la región, en los cuales las PYMEs pertenecientes al subsector del cuero y calzado se destacan por sus volúmenes de ventas, desarrollo y aporte a la economía. En el Cuadro No. 24 se detallan iniciativas implementadas en:

- ✚ Argentina: Cuarto productor y exportador de cuero a nivel mundial. El sector tiene una producción anual de unos 1000 millones de dólares; y
- ✚ Brasil: Las exportaciones de pieles y cuero crecieron un 45% entre los años 2004 - 2008, alcanzando US\$ 1.880 millones.

⁵⁸ M. ARISTIMUÑO. (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como valor organizacional en la Pequeña y Mediana Industria (PYME)*. Perú: LACCEI. p. 4

Cuadro No. 24

**POLÍTICAS Y PROYECTOS IMPLEMENTADOS EN OTROS PAÍSES PARA LOS
SECTORES DE CUERO Y CALZADO DE CUERO**

PAÍS	POLÍTICAS / PROYECTOS
ARGENTINA	FONAPYME El Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fonapyme), brinda financiamiento a mediano y largo plazo a pymes para estimular nuevas inversiones productivas y la consolidación de nuevos proyectos para que se adapten a diferentes alternativas de producción, creación de empleo, fortalecimiento de proveedores locales y difusión de nuevas tecnologías.
	Asistencia técnica para innovación en cadenas de valor y economías regionales, para consolidar cadenas de valor y tramas productivas que contribuyan al desarrollo sostenible de las economías regionales mediante una explotación eficiente y racional de oportunidades de negocios vinculadas a los recursos naturales y la situación social de cada zona.
	Licencias No Automáticas que obligan a los importadores obtener certificados para su ingreso a la Argentina. Se aplicaron a la importación de calzado y manufacturas de cuero y marroquinería.
	Programa de Apoyo a la Inserción Comercial Internacional de las Pymes El Programa tiene como objetivo asistir a las Pymes en la adquisición de capacidades para poder insertarse en los mercados externos, brindándoles herramientas para desarrollar negocios de exportación de manera sostenible en el mediano y largo plazo.
BRASIL	Programas para el apoyo a la producción por medio de certificados internacionales en gestión de calidad, medio ambiente, relaciones y seguridad laboral y responsabilidad social.
	Innovación en la cadena productiva A través de la promoción de la cooperación entre empresa y universidad, incorporación de tecnologías estratégicas (TICs, biotecnología, y nanotecnología). Programa de servicios de metrología y servicios tecnológicos, Normalización y calidad Industrial.
COLOMBIA	Reglamento técnico sobre etiquetado de calzado
	Cursos de formación complementaria, programas tecnológicos, programas técnicos, cursos cortos y programas de formación complementaria en las diferentes áreas de la manufactura y diseño del cuero fomentado la mejora del producto colombiano.
	Proyecto de calidad para el mejoramiento de la piel cruda y Proyecto ambiental para el mejoramiento de los procesos de curtación

	Proyecto de capacitación en temas de diseño aprovechamiento de materiales, nuevas tendencias y procesos asociativos
	Proyecto Asociación de productores de zapateros
	Realizan compras conjuntas reduciendo los costos, a través de su perfil se facilita el ingreso a ferias y eventos fortaleciendo al gremio. Monitoreo a las importaciones de cuero y calzado y control al contrabando.

Fuente: Estudio Técnico para la Identificación de la Política Comercial necesaria para el sector del cuero y calzado del Ecuador

Elaborado por: Ingrid Chávez

Es necesario destacar políticas y proyectos que se han desarrollado en el país, los cuales se deben difundir y fortalecer; entre los que se destacan:

Plan de Reactivación Productiva

Programa entre el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad y el Banco Nacional de Fomento que ofrece créditos a micro y pequeña empresa a los sectores de la pequeña industria, artesanía, comercio.

Sistema Integral de Fomento a micro y pequeñas empresas productoras de bienes y servicios con valor agregado PYMES y Artesanías

Los componentes del programa son: Asistencias técnicas colectivas, capacitación, pasantías, iniciativas de tecnología y transferencia tecnológica, apoyo a la inversión en equipamiento productivo e infraestructura y apoyo al desarrollo comercial y al acceso a mercados.

Programa Estrategias Productivas

El sector cuero y calzado forma parte del subsector manufacturas que corresponde a uno de los 10 subsectores priorizados que forman parte del programa. El programa consiste en promover, estimular y co-financiar la innovación tecnológica para acelerar los procesos de generación de nuevos productos y redistribuir los ingresos

en las cadenas de producción a favor de los micro y pequeños productores, a través de mejoras de productividad, innovaciones logísticas, apropiación de mayor valor en la comercialización y acceso directo a mercados.

 Instituto tecnológico de la Industria del Cuero Cotacachi (ITICC)

Instituto que se enfoca en la rama técnica; los alumnos aprenden los procesos productivos de fabricación de calzado, marroquinería y vestimenta. En la planta de producción, que es manejada por seis profesionales y obreros, los estudiantes aprenden el diseño, corte, armado y terminado de zapatos; además colaboran en la elaboración de monederos, llaveros, cinturones, carteras, maletas, billeteras y chompas.

CAPÍTULO 4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 METODOLOGÍA APLICADA

Para resolver un problema en forma científica resulta conveniente tener un conocimiento detallado acerca de los tipos de investigación que se pueden emplear; los cuales generalmente se combinan entre sí. Tradicionalmente se presentan tres tipos de investigación: histórica, descriptiva y experimental.⁵⁹

La metodología que se aplica en el desarrollo de la presente investigación, correspondiente a las empresas del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos emplea los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva.

“La *investigación exploratoria* es por lo general una investigación cualitativa que busca una mayor comprensión y aclaración de la naturaleza de un tema de investigación”. (METZGER, 2007: 125)

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

⁵⁹ Cfr. M., TAMAYO (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa. p. 43, 44.

“La *investigación concluyente* es un diseño de investigación cuyo objetivo principal es facilitar la toma de decisiones al determinar, evaluar y seleccionar el mejor curso de acción ante una situación dada”. (GARCÍA, 2005: 44)

“La *investigación descriptiva* es un tipo de investigación concluyente que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (GÓMEZ, 2006:64).

“El cuestionario es una técnica estructurada para recopilar datos, que consiste en una serie de preguntas, escritas u orales, que debe responder el entrevistado” (MALHOTRA, 1997:317).

A través de la investigación concluyente descriptiva, se busca: recoger, organizar, resumir, presentar, analizar y generalizar los resultados obtenidos. Así como recopilar y presentar de manera sistemática los datos obtenidos para presentar una idea clara acerca de la Responsabilidad Social de las PYMEs en el Distrito Metropolitano de Quito y formular recomendaciones para el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos .

El cuestionario se aplica de manera directa y bajo la modalidad de entrevista personal con gerentes de las pequeñas y medianas empresas de la base de datos disponible en la Superintendencia de Compañías para el Distrito Metropolitano de Quito.

4.1.1 Técnicas de recolección de información

Datos primarios.- Se originan con el propósito específico del estudio y atienden el problema planteado; pueden ser de naturaleza cualitativa y cuantitativa.

Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilan utilizando el cuestionario de manera directa, el mismo que se adjunta a este plan; este será aplicado al gerente o persona designada, proveniente de la muestra que se determine para el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos. (Ver Anexo No. 1).

El cuestionario aplicado a los empresarios, está conformado por 150 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.- Los datos recopilados provienen de fuentes internas o externas, Las fuentes secundarias internas se refieren a documentos propios como informes de Responsabilidad Social Empresarial, memorias, normativas, códigos, manuales, etc. Con el afán de contar con información válida para el análisis en el desarrollo de la investigación.

Los datos internos son aquellos que se generan dentro de la organización para la cual se realiza la investigación. Los datos externos son aquellos que se generan fuera de la organización, pueden existir en forma de material publicado, bases de datos en línea o información disponible por servicios de agencias.⁶⁰

Se revisan artículos y publicaciones relacionados con la actividad de las PYMEs de la industria manufacturera, comprendidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas web y estadísticas de entidades públicas y privadas que ayudan al propósito de la presente investigación.

4.1.2 Población y Muestra

Para determinar la población de este estudio, se utilizó la base datos de la Superintendencia de Compañías de las PYMEs que se encuentran registradas; en lo que respecta a la actividad económica de Industrias manufactureras, subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos.

Para este subsector la población dada es de 18 empresas entre pequeñas y medianas validadas para ser encuestadas, las mismas que constan en el Anexo 2.

⁶⁰ N. MALHOTRA. (2004). *Investigación de mercado*. México: Pearson. p. 108.

Cuadro No. 25

**FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN CIIU 15: FABRICACIÓN DE
PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS**

INFORMACIÓN	DATOS
Población	18
Rama Actividad	Industria Manufacturera (C)
Rama Subactividad	C15 Fabricación de productos de cuero y productos conexos
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano De Quito (DMQ)
Año	2012

Fuente: Base de datos de Superintendencia de Compañías para el DMQ

Elaborado por: Ingrid Chávez

4.1.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas

Para determinar la muestra se emplea la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de fácil comprensión y de resultados proyectales.

“El muestreo aleatorio simple es un procedimiento de selección basado en la libre actuación del azar. Se trata de un muestreo probabilístico donde todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra y cada una de las muestras posibles tiene la misma probabilidad de ser elegida.”⁶¹

Cálculo de la muestra

Se aplica la siguiente fórmula:

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

⁶¹ M. VIVANCO. (2005). *Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones*. Chile: Editorial Universitaria S.A. p. 69

Con los datos siguientes se obtiene la muestra:

Cuadro No. 26

CÁLCULO DE LA MUESTRA

VARIABLES	SIMBOLO	VALOR
Población	N	18
Nivel Confianza		95%
Parámetro Crítico	z^2	1,96
Proporción aceptación	P	0,5
Error Máximo	e^2	5%
MUESTRA	N	15

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías para el DMQ

Elaborado por: Ingrid Chávez

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(18)}{(0,1)^2(18 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{17,2872}{1,1304}$$

$$n = 15,2930$$

El tamaño de la muestra es de 15 empresas.

4.1.3 Trabajo de Campo

Para las entrevistas, se aplicó el cuestionario de UNIAPAC, las que fueron programadas con las empresas, para lo cual se concertaron citas de acuerdo a la

disposición de tiempo de las organizaciones. Se contactó a las empresas por medio telefónico para verificar los datos y solicitar la cita.

Al momento de concertar las citas con las empresas, surgieron varios inconvenientes, tales como: la falta de disposición para colaborar por parte de algunos gerentes y el hecho de que dos empresas que constan en la base de datos no pertenecían al subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos. Pero, en su mayoría las citas se concertaron a la primera llamada, fijando la fecha para las semanas posteriores.

Al no poder completar la muestra necesaria con la base de datos proporcionada, se procedió a buscar más empresas del subsector, a través de la página web de la Superintendencia de Compañías y otras páginas web; se las contactó y programó las citas correspondientes. De esta manera se lograron concretar las 15 entrevistas. En el Anexo 3 se detallan las empresas contactadas.

Los gerentes entrevistados se mostraron interesados en el desarrollo del cuestionario, así como en explicar las estrategias y planes de sus organizaciones en temas relacionados con la responsabilidad social.

Cuadro No. 27

RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

DESCRIPCIÓN	No. Cías
No desea colaborar	1
No corresponde el teléfono/dirección	
No existen	
Empresa no corresponde CIU	2
Empresas no contactadas	
Citas obtenidas	15
Total llamadas población	18

Fuente: Base de datos Superintendencia de Compañías para el DMQ

Elaborado por: Ingrid Chávez

4.1.4 Tabulación de Datos

Los datos recopilados de la encuesta personal se tabularán y ordenarán estadísticamente, se utilizará el programa Microsoft Excel, que permitirá compilar adecuadamente los datos en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, para así interpretarlos y analizarlos adecuadamente, de modo que se llegue a un diagnóstico de la realidad en el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos.

4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs

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

empresarial integral, de Uniapac⁶² Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito.

4.1.5.1 Matriz de sostenibilidad y congruencia

La herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac Latinoamérica permite: “apreciar, valorar y concentrar en un tablero maestro” la manera en la que la empresa es percibida por los distintos grupos que se relacionan con ella.

La estructura del “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” es la siguiente:

- ✚ Datos generales de la organización.
- ✚ Desarrollo del cuestionario, que permitirá visualizar el grado de comunicación, trabajo con y el grado de satisfacción que la empresa está generando en las personas integrantes de los ocho diversos grupos relacionados con ella. (*stakeholders*).
- ✚ Medición de la satisfacción en cada una de las tres líneas estratégicas definidas: necesidades trascendentes, necesidades del ser y necesidades materiales.

Los resultados obtenidos se vierten en la Matriz de RSE centrada en la persona, la cual de manera gráfica indica los aspectos fuertes que la organización tiene; así como las debilidades que provocan el rechazo de algunos grupos relacionados y si se descuidan de manera sistemática, pueden generar la quiebra y cierre de la empresa. El determinar las áreas fuertes y débiles de la organización permite

⁶² Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

desarrollar estrategias y relaciones constructivas con los grupos relacionados.⁶³

La Matriz de RSE centrada en la persona relaciona las tres líneas estratégicas con los ocho grupos de Interés dando como resultado, la Matriz Resumen de Resultados de Sostenibilidad y Congruencia, con 24 áreas de acción y sus respectivos valores deseables.

Cuadro No. 28

MATRIZ DE RSE CENTRADA EN LA PERSONA

"Áreas de acción de la RSE para la Empresa Sustentable"	Principios Básicos		
	- Dignidad de la Persona - Destino universal de los bienes - Bien Común	- Solidaridad - Subsidiariedad - Participación	
Grupos de Interés (Stakeholders)	Ética y Transparencia (Necesidades Trascendentales)	Calidad de Vida (Necesidades del Ser)	Generación y Distribución De la Riqueza (Necesidades Materiales)
1. Distribuidores, clientes y consumidores			
2. Accionistas e inversionistas			
3. Personas que integran la empresa y sus familias, sindicatos			
4. Proveedores			
5. Gobierno			
6. Comunidad-sociedad, incluido organizaciones educativas			
7. Competencia			
8. Generaciones Futuras			

24 ámbitos estratégicos de acción

Fuente: Protocolo RSE, Guía para una gestión empresarial integral
Elaborado por: Uniapac Latinoamericana

⁶³ UNIAPAC. (2009). *Protocolo de RSE centrada en la persona, Guía para una gestión empresarial integral*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones sociales de Empresarios en México. p. 19, 20.

4.1.5.1. Matriz de sostenibilidad y congruencia

El Cuadro No. 29 muestra los valores máximos posibles a obtener en cada línea estratégica por cada stakeholder. Se comparan estos valores con los resultados obtenidos.

Cuadro No. 29

MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD Y CONGRUENCIA

LINEAS ESTRATEGICAS 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 20	Inestable 21 a 28	Sólido 29 a 46
a) Accionistas e inversionistas	Valor deseable 12	Valor deseable 14	Valor deseable 12	Máximo 38			
b) Personas que integran la empresa	Valor deseable 16	Valor deseable 16	Valor deseable 14	Máximo 46			
c) Proveedores	Valor deseable 12	Valor deseable 12	Valor deseable 14	Máximo 38			
d) Distribuidores, clientes y consumidores	Valor deseable 12	Valor deseable 16	Valor deseable 16	Máximo 44			
e) Gobiernos	Valor deseable 14	Valor deseable 10	Valor deseable 10	Máximo 34			
f) Comunidad - sociedad	Valor deseable 14	Valor deseable 10	Valor deseable 12	Máximo 36			
g) Competencia	Valor deseable 10	Valor deseable 10	Valor deseable 12	Máximo 32			
h) Generaciones futuras	Valor deseable 10	Valor deseable 12	Valor deseable 10	Máximo 32			
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	Máximo 100	Máximo 100	Máximo 100	Gran total máximo 300	De 0 a 150	De 151 a 220	De 221 a 300
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)							
Bajo De 0 a 50				De 0 a 150			
Mínimo De 51 a 75				De 151 a 220			
Sólido De 76 a 100				De 221 a 300			

Fuente: Protocolo RSE, Guía para una gestión empresarial integral

Elaborado por: Uniapac Latinoamericana

Esta matriz permite semaforizar la sostenibilidad, que indica el grado de congruencia de la responsabilidad social en la empresa, medido como la respuesta que ésta da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona, como se aprecia en el Cuadro No.30. El empresario, o el

equipo directivo, podrán identificar el índice de sostenibilidad global de su empresa conforme al siguiente cuadro⁶⁴:

Cuadro No. 30

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

Fuente: Protocolo RSE, Guía para una gestión empresarial integral

Elaborado por: Uniapac Latinoamericana

Instrucciones de llenado del Cuestionario de Autodiagnóstico y el

Resumen de Resultados:

Instrucciones de llenado:

1. Leer cuidadosamente las preguntas.
2. Elegir la opción que consideres más apropiada al grado de cumplimiento y/o conocimiento mencionado en cada uno de los enunciados. (Sola opción para cada enunciado)
3. Marcar con una “X” la respuesta apropiada (cada opción de respuesta tiene un valor). **Valor Respuesta:** 0- No, 1- Parcialmente, 2- Sí.

En la presente investigación se realizó el cuestionario a 15 empresas; la tabulación de los resultados se realizó de la siguiente manera:

⁶⁴ Ibídem, p. 21

1. Por pregunta sumar los puntos acumulados de las 15 empresas.
2. La suma de puntos de cada pregunta, dividir para el total de empresas del subsector C15, que corresponden a 15, obteniendo así un promedio.
3. Sumar los promedios por Stakeholder.

Resumen de resultados

1. En la matriz de Resumen de resultados, se anota el resultado de las respuestas del Autodiagnóstico en cada cuadrante (Stakeholder – Línea Estratégica). Los datos que aparecen en gris, son los puntos máximos que pueden aparecer en cada cuadrante.
2. Para calcular el índice de sostenibilidad se suma por filas (stakeholders) los resultados y se los ubica dentro del rango correspondiente: riesgo (0 a 20 puntos), inestable (21 a 28 puntos) y sólido (29 a 46 puntos).
3. Para calcular el índice de congruencia se suma por columnas (líneas estratégicas) los resultados y se los ubica dentro del rango correspondiente: bajo (0 a 50 puntos), mínimo (51 a 75 puntos) y sólido (76 a 100 puntos).
4. Se interpreta el resultado del índice de sostenibilidad e índice de congruencia global de la empresa en el semáforo de la sostenibilidad de la RSE.

Una vez interpretados los resultados se elaboran políticas en función de la estrategia y circunstancias propias de la empresa; para de esta manera facilitar la implementación y fortalecimiento de la RSE como modelo de gestión estratégica empresarial.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU15: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

5.1. RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1. Ética y transparencia

Una visión ética, que incorpore principios morales y valores, resulta necesaria para la construcción de una economía; en la que además de buscar un desarrollo y riqueza, se respete al ser humano, su inteligencia y voluntad.⁶⁵

Una vez realizadas las encuestas a las 15 empresas del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, en el Cuadro No. 31 Línea Estratégica I: Ética y Transparencia, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los ocho stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al protocolo de RSE de Uniapac.

El stakeholder “Personas que integran la empresa” obtiene una respuesta de 13,80 puntos, equivalente a 18,68 por ciento. En segundo lugar se ubica “Gobiernos” (10,87 puntos) con 14,71. A continuación se sitúa “Accionistas e inversionistas” (

⁶⁵ Cfr. UNIAPAC (2008). *La rentabilidad de los valores*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C. p. 6

9,73 puntos) que representa 13,18. En cuarto lugar encontramos a “Proveedores” (9,20 puntos) que corresponde a 12,45. Le sigue “Distribuidores, clientes y consumidores” (8,60 puntos) equivalente a 11, 64. Finalmente se menciona al stakeholder “Competencia” con 8,53 puntos equivalente a 11, 55 por ciento.

Si se compara las respuestas obtenidas versus lo deseable, el Gráfico No. 2 muestra que la mayor brecha para el subsector C15 Fabricación de productos de cuero y productos conexos, tiene el stakeholder “Comunidad- sociedad” con 6,07 puntos; le sigue “Generaciones futuras” con 4,80, a continuación se encuentran “Distribuidores, clientes y consumidores” con 3,40 y también es importante mencionar al stakeholder “Gobiernos” con 3,13 puntos.

Cuadro No. 31

LÍNEA ESTRATÉGICA I: ÉTICA Y TRANSPARENCIA

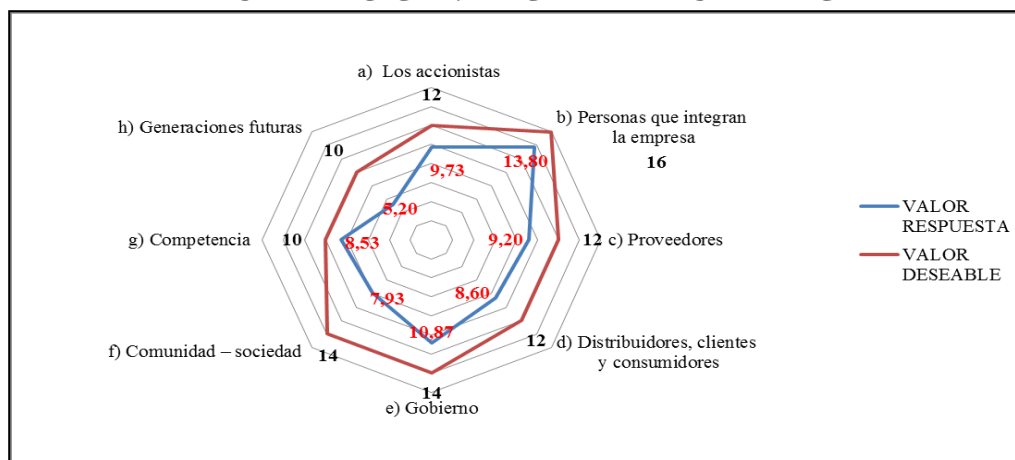
STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	PORCENTAJE	VALOR DESEABLE	BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	9,73	13,18%	12,00	2,27
b) Personas que integran la empresa	13,80	18,68%	16,00	2,20
c) Proveedores	9,20	12,45%	12,00	2,80
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,60	11,64%	12,00	3,40
e) Gobierno	10,87	14,71%	14,00	3,13
f) Comunidad – sociedad	7,93	10,74%	14,00	6,07
g) Competencia	8,53	11,55%	10,00	1,47
h) Generaciones futuras	5,20	7,04%	10,00	4,80
TOTAL RESPUESTAS	73,87	100%	100,00	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 2

LÍNEA ESTRATÉGICA I: ÉTICA Y TRANSPARENCIA



Fuente: Cuadro No 31.Línea Estratégica I: Ética y Transparencia

Elaborado por: Ingrid Chávez

5.1.2 Calidad de vida

La gestión del capital humano desde una visión de empresa socialmente responsable, crea un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, participativo; en el que predomina la integridad y el respeto, contribuyendo así al logro de una mejor calidad de vida.⁶⁶

Una vez realizadas las encuestas a las 15 empresas, del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, en el Cuadro No. 32 Línea Estratégica II: Calidad de vida, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los ocho stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al protocolo de RSE de Uniapac.

El stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” obtiene una respuesta de 13,80 puntos, equivalente a 22,75 por ciento. En segundo lugar se ubica el stakeholder “Personas que integran la empresa” (12,07 puntos) que constituye 19,89. A continuación se sitúan “Accionistas e inversionistas” (10,13 puntos) que representa 16,70. En cuarto lugar encontramos a “Proveedores” (8,60 puntos) que corresponde a 14,81. Entre los relevantes, finalmente se ubica el stakeholder “Generaciones futuras” con 5,53 puntos equivalente al 9,12 por ciento.

⁶⁶ Cfr. F., CAJIGA. *El concepto de Responsabilidad social empresarial*. p.16

Si se compara las respuestas obtenidas versus lo deseable, el Gráfico No. 3 muestra que la mayor brecha para el subsector C15 Fabricación productos de cuero y productos conexos, se tiene para el stakeholder “Gobiernos” con 7,27 puntos; le sigue “Comunidad- sociedad” con 6,73, a continuación se encuentra “Generaciones futuras” con 6,47 y el stakeholder “Competencia” con 5,47 puntos, como los más importantes.

Cuadro No. 32

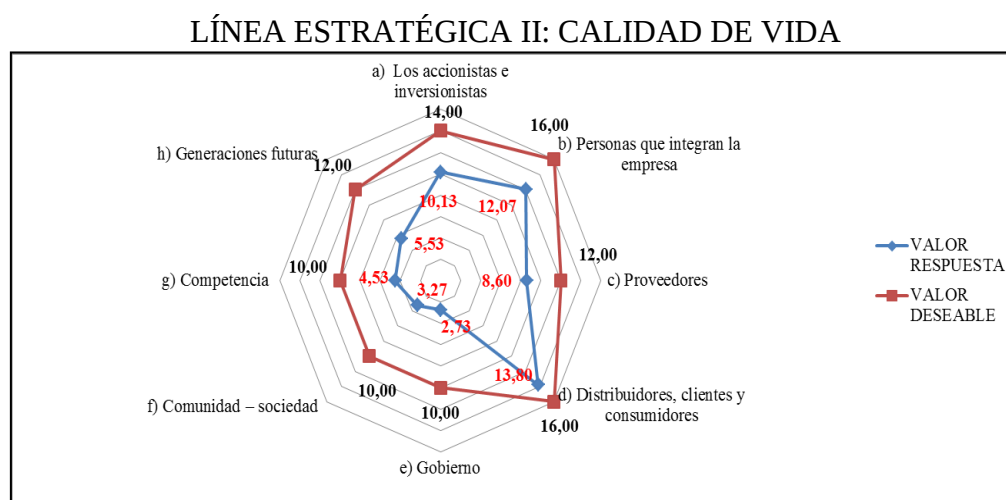
LÍNEA ESTRATÉGICA II: CALIDAD DE VIDA

STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	PORCENTAJE	VALOR DESEABLE	BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	10,13	16,70%	14,00	3,87
b) Personas que integran la empresa	12,07	19,89%	16,00	3,93
c) Proveedores	8,60	14,18%	12,00	3,40
d) Distribuidores, clientes y consumidores	13,80	22,75%	16,00	2,20
e) Gobierno	2,73	4,51%	10,00	7,27
f) Comunidad – sociedad	3,27	5,38%	10,00	6,73
g) Competencia	4,53	7,47%	10,00	5,47
h) Generaciones futuras	5,53	9,12%	12,00	6,47
TOTAL RESPUESTAS	60,67	100%	100,00	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 3



Fuente: Cuadro No 32.Línea Estratégica II: Calidad de Vida

Elaborado por: Ingrid Chávez

5.1.3 Generación y distribución de la riqueza

Una empresa socialmente responsable genera y distribuye riqueza a través de: “un trabajo bien organizado, prácticas de investigación, capacidad de detectar y satisfacer necesidades, la creación estable de fuentes de empleo y cadenas de valor agregado”. (UNIAPAC, La rentabilidad de los Valores, 2008:12)

Realizadas las encuestas a las 15 empresas, en el Cuadro No. 33 Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los ocho stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al protocolo de RSE de Uniapac.

El stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” obtiene una respuesta de 10,40 puntos, equivalente a 18,64 por ciento. En segundo lugar se ubica “Personas que integran la empresa” (9,60 puntos) que constituye 17,20. A continuación se

sitúa “Competencia” (8,27 puntos) que representa 14,81. En cuarto lugar encontramos “Gobiernos” (7,93 puntos) que corresponde a 14,22. Entre los relevantes, finalmente se ubica el stakeholder “Accionistas e inversionistas” con 6,33 puntos equivalente al 11,53 por ciento.

Si se compara las respuestas obtenidas versus lo deseable, el Gráfico No. 4 muestra que la mayor brecha para el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, se tiene para el stakeholder “Comunidad- sociedad” con 9,07 puntos; le sigue “Proveedores” con 7,87 ; a continuación se encuentra “Generaciones futuras” con 5,80 ; seguido de “Accionistas e inversionistas” con 5,67 y es importante mencionar al stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” con 5,60 puntos, como los más importantes.

Cuadro No. 33

LÍNEA ESTRATÉGICA III: GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

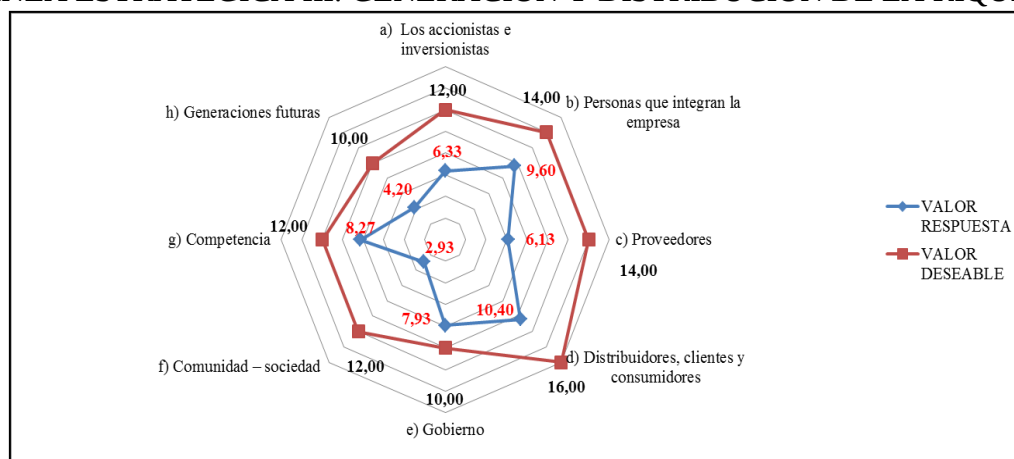
STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	PORCENTAJE	VALOR DESEABLE	BRECHA
a) Los accionistas e inversionistas	6,33	11,35%	12,00	5,67
b) Personas que integran la empresa	9,60	17,20%	14,00	4,40
c) Proveedores	6,13	10,99%	14,00	7,87
d) Distribuidores, clientes y consumidores	10,40	18,64%	16,00	5,60
e) Gobierno	7,93	14,22%	10,00	2,07
f) Comunidad – sociedad	2,93	5,26%	12,00	9,07
g) Competencia	8,27	14,81%	12,00	3,73
h) Generaciones futuras	4,20	7,53%	10,00	5,80
TOTAL RESPUESTAS	55,80	100%	100,00	

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 4

LÍNEA ESTRATÉGICA III: GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA



Fuente: Cuadro No 33.Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza

Elaborado por: Ingrid Chávez

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

La sostenibilidad es la actividad económica que satisface las necesidades de la generación presente sin afectar a la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003:76).

En el Cuadro No. 34 Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés, se resumen los promedios de las ponderaciones dadas a los ocho stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al protocolo de RSE de Uniapac.

Para la interpretación de los resultados empleamos el semáforo de la sostenibilidad que se menciona en el “Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral”. Los criterios de valoración se encuentran en el capítulo 4, página 119.

En lo referente al grado de solidez y sostenibilidad, el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, presenta un índice de riesgo en los stakeholders: “Generaciones futuras” con 14,93 puntos y “Comunidad- sociedad” con 14,13. “Accionistas e inversionistas” con 26,20; “Proveedores” con 23,93 “Gobiernos” con 21,53 y “Competencia” con 21,33 se encuentran en un índice inestable. Los stakeholders sólidos son “Personas que integran la empresa” con 35,47, y “Distribuidores, clientes y consumidores” con 32,80 puntos.

Cuadro No. 34

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

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 20	Inestable 21 a 28	Sólido 29 a 46
a) Accionistas e inversionistas	9,73	10,13	6,33	26,20		X	
b) Personas que integran la empresa	13,80	12,07	9,60	35,47			X
c) Proveedores	9,20	8,60	6,13	23,93		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,60	13,80	10,40	32,80			X
e) Gobiernos	10,87	2,73	7,93	21,53		X	
f) Comunidad – sociedad	7,93	3,27	2,93	14,13	X		
g) Competencia	8,53	4,53	8,27	21,33		X	
h) Generaciones futuras	5,20	5,53	4,20	14,93	X		
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	73,87	60,67	55,80	190,33	De 0 a 150 29,07	De 151 a 220 93,00	De 221 a 300 68,27

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

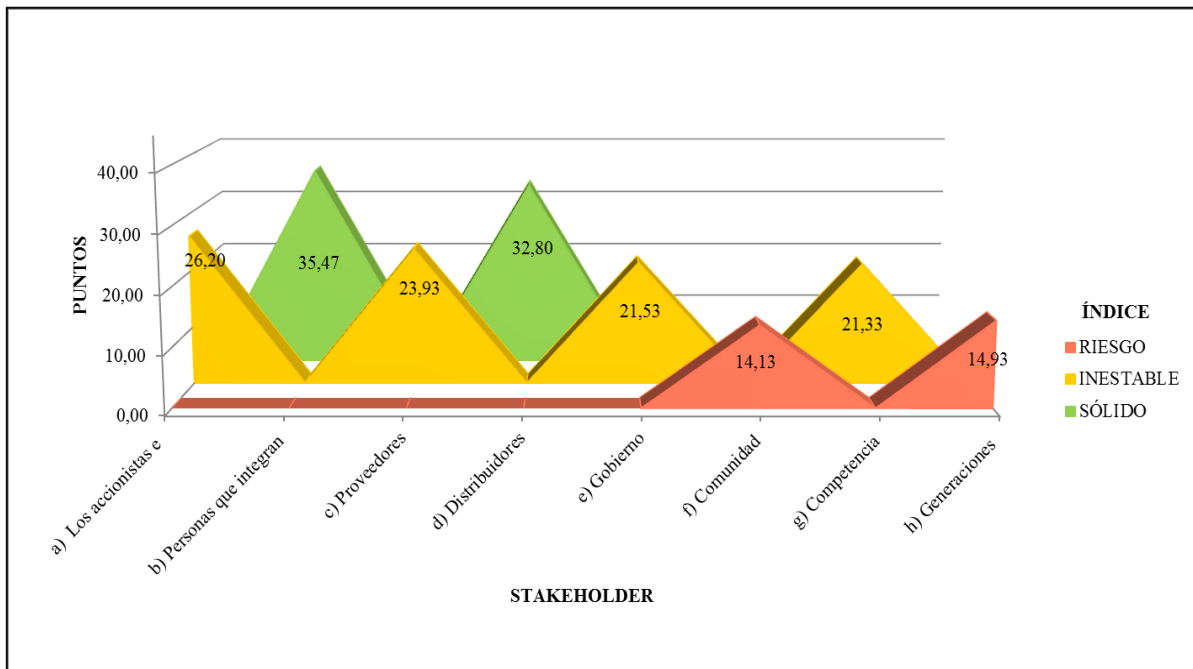
STAKEHOLDERS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
	Riesgo 0 a 20	Inestable 21 a 28	Sólido 29 a 46
a) Accionistas e inversionistas		26,20	
b) Personas que integran la empresa			35,47
c) Proveedores		23,93	
d) Distribuidores, clientes y consumidores			32,80
e) Gobiernos		21,53	
f) Comunidad – sociedad	14,13		
g) Competencia		21,33	
h) Generaciones futuras	14,93		
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	De 0 a 150 29,07	De 151 a 220 93,00	De 221 a 300 68,27

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 5

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Fuente: Cuadro No. 34 Índice de sostenibilidad de la relación con los grupos de interés

Elaborado por: Ingrid Chávez

5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La congruencia dentro de la RSE implica considerar a las personas en su totalidad, atendiendo sus necesidades; para lo cual se han definido las siguientes líneas de acción: Ética y Transparencia (Necesidades espirituales), Calidad de Vida (Necesidades humanas) y Generación y Distribución de la Riqueza (Necesidades materiales).⁶⁷

⁶⁷ Cfr. UNIAPAC (2008). Op. Cit. p.14

El Cuadro No. 35 Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas, muestra un índice mínimo para: Ética y Transparencia con 73,87 puntos, Calidad de Vida con 60,67 y Generación y Distribución de la Riqueza con 55,80 puntos.

Cuadro No. 35

ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

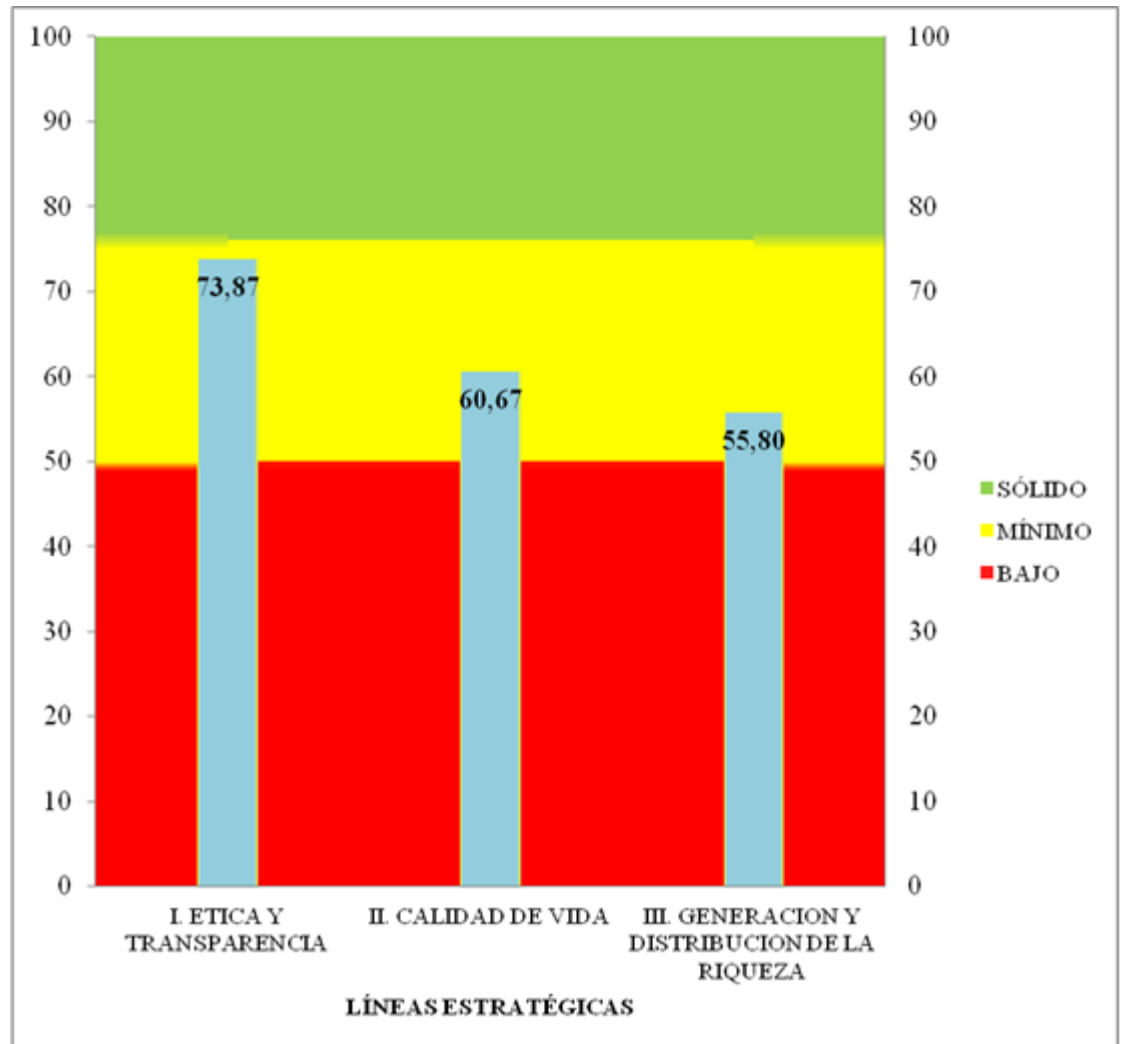
LÍNEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS
a) Accionistas e inversionistas	9,73	10,13	6,33	26,20
b) Personas que integran la empresa	13,80	12,07	9,60	35,47
c) Proveedores	9,20	8,60	6,13	23,93
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,60	13,80	10,40	32,80
e) Gobiernos	10,87	2,73	7,93	21,53
f) Comunidad – sociedad	7,93	3,27	2,93	14,13
g) Competencia	8,53	4,53	8,27	21,33
h) Generaciones futuras	5,20	5,53	4,20	14,93
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	73,87	60,67	55,80	190,33
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)				
Bajo De 0 a 50				De 0 a 150
Mínimo De 51 a 75	73,87	60,67	55,80	De 151 a 220 190,33
Sólido De 76 a 100				De 221 a 300

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 6

ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS



Fuente: Cuadro No. 35 Índice de congruencia de las líneas estratégicas

Elaborado por: Ingrid Chávez

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIIU15 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CUERO Y PRODUCTOS CONEXOS

6.1 DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

De la interpretación de los datos obtenidos se puede concluir que para la respuesta “Si”, en cuanto a Ética y transparencia corresponde a 64 por ciento, Calidad de vida 49 y Generación y distribución de la riqueza 46 por ciento; constituyendo las puntuaciones mayoritarias.

Para la respuesta “Parcialmente” corresponde a Ética y transparencia el 20 por ciento, Calidad de Vida 24 y para Generación y distribución de la riqueza el 20 por ciento. Finalmente, en la respuesta “No” Ética y transparencia tiene un 16 por ciento, Calidad de vida 27 y Generación y distribución de la riqueza el 34 por ciento.

Los datos reflejan que el “Si” es mayor en las tres líneas estratégicas lo que en cada una de ellas implica que:

- ✚ El empresario reconoce que cumple con su responsabilidad frente a sus stakeholders en lo referente a Ética y transparencia, lo que involucra: la existencia de una declaración de principios y valores en un Código de conducta; respetar leyes, ofrecer productos y servicios que respeten la dignidad de las personas, etc. Sin embargo, existen falencias en el cumplimiento de leyes y reglamentos relacionados con el medio ambiente.

- ✚ En lo relacionado a Calidad de vida, existe responsabilidad por parte del empresario, pero aún quedan aspectos por mejorar como son: la participación en asociaciones del sector y en proyectos de desarrollo local, colaboración con la competencia en acciones de mejora de la comunidad y asesoramiento sobre manejo adecuado de residuos.

- ✚ El empresario, si bien cumple con su responsabilidad frente a sus stakeholders en lo referente a Generación y distribución de la riqueza, podría incrementar estos niveles si aprovecha programas gubernamentales para el desarrollo empresarial, crea medios para impulsar la competencia justa y realiza inversión en investigación y desarrollo.

Cuadro No. 36

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

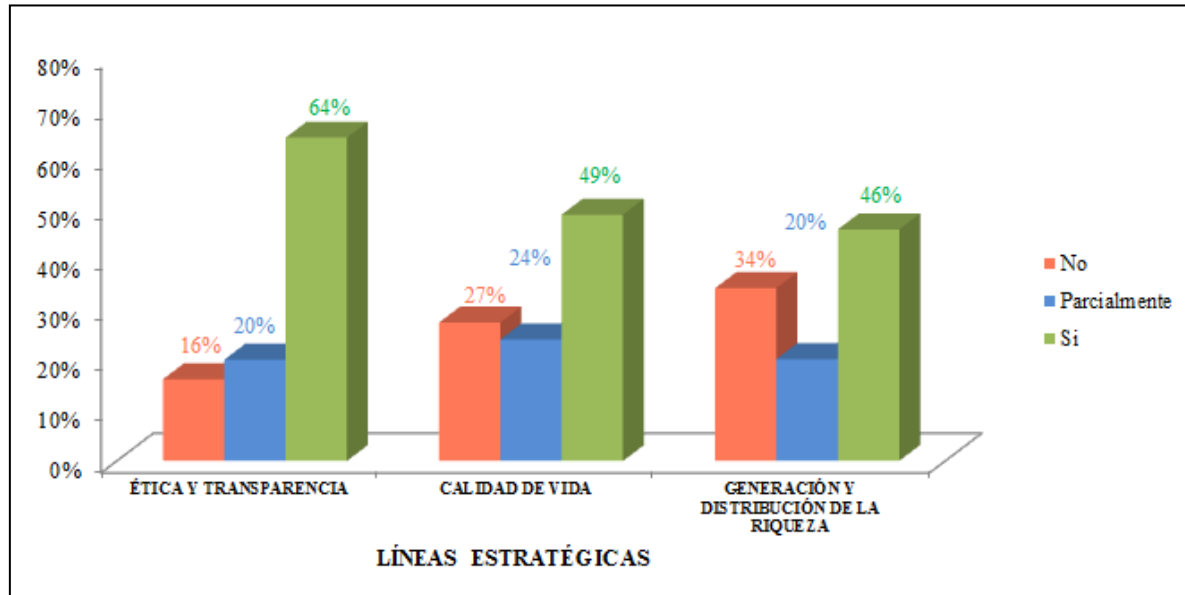
LÍNEA ESTRATÉGICA	NO	PARCIALMENTE	SI
Ética y transparencia	16%	20%	64%
Calidad de vida	27%	24%	49%
Generación y distribución de la riqueza	34%	20%	46%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

Gráfico No. 7

VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN



Fuente: Cuestionario UNIAPAC aplicado a Pymes

Elaborado por: Ingrid Chávez

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

Los resultados del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos obtenidos para el índice de sostenibilidad se concluyen desde cada una de las líneas estratégicas.

6.2.1 Ética y transparencia

El puntaje obtenido para esta línea estratégica es de 73,87 puntos, el mayor aporte se recibe del stakeholder “Personas que integran la empresa” (13,80 puntos)

evidenciando que existe reconocimiento de los valores como la dignidad de la persona y respeto a los derechos humanos; el personal asume y practica la misión y visión de la empresa, están comprometidos con la elaboración y declaración de principios en el código de conducta, además de que se mantiene una comunicación interna efectiva como parte de la cultura organizacional.

La relación con el stakeholder “Gobiernos” (10,87 puntos) contribuye al fortalecimiento de esta línea estratégica, demostrando que en el subsector existe acatamiento de leyes, reglamentos, códigos y normas nacionales y locales; así como, el desarrollo y aplicación de políticas claras de no participación en actos de corrupción.

Las acciones emprendidas por el stakeholder “Accionistas e inversionistas” (9,73 puntos) apoyan el desarrollo de la línea estratégica “Ética y transparencia”; a través de su compromiso con la declaración de principios y valores, participando en la planificación estratégica e informándose constantemente acerca de la realidad económico- financiera de la empresa para tomar decisiones acerca de inversiones, distribución de los beneficios y provisión de reservas. Para que esto sea posible la empresa proporciona información oportuna, confiable y transparente.

Finalmente, dentro de los stakeholders que aportan a esta línea estratégica, encontramos a “Proveedores” (9,20 puntos), indicando que se respeta la propiedad intelectual de los mismos y se comparten los valores y principios que se consideran dentro del proceso de selección.

6.2.2 Calidad de vida

Esta línea estratégica obtuvo un puntaje de 60,67 puntos, la mayor participación se da en el stakeholder “Distribuidores, clientes y, consumidores” (13,80 puntos) evidenciando que existe un trato respetuoso con clientes, consumidores y distribuidores, informándolos de manera clara y precisa acerca del contenido de los productos, y utilizando insumos que cumplen con las normas de calidad obligatorias, entregando así los productos ofrecidos.

El aporte que realiza el stakeholder “Personas que integran la empresa” (12,07 puntos) demuestra que se cumple la legislación laboral, se promueve el respeto a la integridad de las personas, su participación y desarrollo integral dentro y fuera del trabajo. Aplicando una política de no discriminación en los procesos relacionados con este stakeholder.

El puntaje obtenido por el stakeholder “Accionistas e inversionistas” (10,13 puntos) refleja la importancia que tiene este stakeholder para la empresa como agente de transformación, que al ser consciente del impacto de la empresa en la calidad de vida de los grupos interesados, apoya una gestión comprometida con la RSE; sus principios, valores y prácticas.

El trato que se da al stakeholder “Proveedores” (8,60 puntos) ayuda a la consolidación de esta línea estratégica puesto que se rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores que no cumplan con las leyes laborales y ambientales para

lo cual se mantienen documentados los procesos de selección, contratación, evaluación y trato respetuoso.

6.2.3 Generación y distribución de la riqueza

El puntaje obtenido para la línea estratégica “Generación y distribución de la riqueza” es de 55,80 puntos, el mayor aporte se recibe del stakeholder “Distribuidores, clientes y, consumidores” (10,40 puntos) evidenciando que existe una política de precios justos, planes de ventas transparentes y programas de capacitación al personal.

El trato que se mantiene con el stakeholder “Personas que integran la empresa” (9,60 puntos) se desarrolla en un ambiente de trabajo que respeta la dignidad de la persona; empleando un sistema de sueldos, beneficios y seguridad social transparente, conocido y no discriminatorio.

A continuación, se encuentra el stakeholder “Competencia” (8,27 puntos), en el cual se aplican políticas de competencia justa y competitiva, las cuales incluyen la honesta difusión de las características de los productos y servicios, para de esta manera garantizar una sana y legal competencia.

Dentro de los stakeholders que aportan al fortalecimiento de esta línea estratégica es importante mencionar al stakeholder “Gobiernos” (7,93 puntos), que involucra el

pago de impuestos, la aplicación de una política de no evasión fiscal y de no corrupción.

Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés, de acuerdo al Semáforo de Sostenibilidad, mencionado en el Capítulo 4; se concluye que los stakeholders “Generaciones futuras” 14,93 con puntos y “Comunidad- sociedad” con 14,13, presentan un cumplimiento mínimo ubicándose en un nivel de riesgo, lo que involucra el posible rechazo por parte de grupos de interés hacia las empresas del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos. “Accionistas e inversionistas” con 26,20; “Proveedores” con 23,93 “Gobiernos” con 21,53 y “Competencia” con 21,33 se encuentran en un índice inestable; lo que indica que se han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, pero aún subsisten áreas de riesgo que deben ser atendidas. Los stakeholders “Personas que integran la empresa” con 35,47, y “Distribuidores, clientes y consumidores” con 32,80 puntos se encuentran en un nivel sólido y sostenible en el largo plazo.

6.3 DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

6.3.1 Generación y distribución de la riqueza

La línea estratégica “Generación y distribución de la riqueza” con 55, 80 puntos es la que presenta la mayor debilidad debido a las falencias dentro de los siguientes stakeholders: “Comunidad- sociedad” y “Generaciones futuras”. En “Comunidad-

sociedad” (2,93 puntos) las falencias se presentan debido a que las empresas del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos no se involucran en el desarrollo de la comunidad; conociendo sus necesidades materiales y sociales, desarrollando programas y eventos, apoyando la mejora del ambiente empresarial en la comunidad para incentivar el desarrollo de nuevas empresas y evaluando el impacto social y cultural de sus operaciones.

En lo relacionado al stakeholder “Generaciones futuras” (4,20 puntos) no existen programas que involucren la concientización acerca de la conservación del medio ambiente, no se producen inversiones en investigación y desarrollo como una medida de competitividad sustentable, no se presentan informes del impacto ambiental de las actividades, así como medidas preventivas y correctivas ante los daños generados.

6.3.2 Calidad de vida

La línea estratégica “Calidad de vida” tiene una puntuación de 60,67 puntos reflejando debilidades en los stakeholders “Gobiernos”, “Comunidad- sociedad”, “Competencia” y “Generaciones futuras”. En relación con el stakeholder “Gobiernos” (2,73 puntos) no se concientiza a los grupos involucrados acerca de la importancia de la participación político/social a través de programas de comunicación interna y externa. No existe colaboración activa con los gobiernos nacional y local en la elaboración de políticas públicas para generar las condiciones

adecuadas para el desarrollo empresarial. No participan en proyectos de desarrollo local.

En “Comunidad- sociedad” (3,27 puntos) se observa falta de participación social y gremial, acercamiento a Organizaciones no Gubernamentales para la colaboración en proyectos comunes, cooperación en asociaciones del sector industrial para promover una agenda común, establecimiento de programas voluntarios de trabajo comunitario y evaluación de las actividades emprendidas. En lo relacionado al stakeholder “Competencia” (4,53), el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, carece de mecanismos de diálogo y acercamiento sanos con sus competidores para implementar acciones de mejora en la comunidad.

Dentro de las stakeholders que se deben mencionar debido a sus falencias, encontramos a “Generaciones futuras” (5,53 puntos) debido a la falta de reconocimiento del impacto de las operaciones de la empresa en generaciones futuras en las políticas de la empresa, ausencia de registro de los procesos de salud y seguridad, no emplea programas de regulación eficiente amable con el medio ambiente y no incorpora políticas y prácticas de reconcomiendo del impacto negativo de las operaciones.

6.3.3. Ética y transparencia

La línea estratégica “Ética y transparencia”, a pesar de presentar la mayor puntuación dentro de las líneas estratégicas con 73,87 puntos, evidencia falencias en el stakeholder “Generaciones futuras” (5,20 puntos) a causa de la falta de programas de reducción de los impactos negativos, declaración de principios medio ambientales, cumplimiento de leyes y reglamentos relacionados con el medio ambiente.

Las líneas estratégicas se encuentran en un nivel mínimo de cumplimiento, de acuerdo al “Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral”, lo que indica la existencia de áreas que representan un riesgo importante, dentro de cada línea estratégica.

6.4 RECOMENDACIONES

Para que el subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, supere las debilidades encontradas en cada una de las líneas estratégicas, se recomienda la integración de la responsabilidad en las estrategias corporativas; la formación del recurso humano, los sistemas de gestión y la generación de políticas responsables, que integren las necesidades de los grupos de interés, los recursos disponibles, los valores, objetivos y resultados esperados.

Las políticas se enfocan en: Establecimiento, monitorización, evaluación y reporte del Gobierno Corporativo. Definición de políticas laborales, indicadores y medición de satisfacción laboral. Implementación de mecanismos de diálogo y prácticas de comercio justo. Participación en proyectos de desarrollo de la comunidad y la relación con gremios, organizaciones y otras entidades sociales. Conservación del medio ambiente, sistemas de gestión ambiental y desarrollo de proyectos de reciclaje, control y eliminación de residuos.

A continuación se encuentra una sinopsis de las recomendaciones:

Cuadro No. 37

SINOPSIS DE LAS RECOMENDACIONES

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA Situaciones comunes a todos los stakeholders	1	No se elabora el Balance Social (Informe RSE)	Los stakeholders no conocen los impactos y riesgos derivados de las actividades empresariales. Pérdida de imagen y prestigio.		X	- Elaborar el Balance Social en base a la Norma ISO 26000 y las directrices del Global Reporting Initiative (GRI). - El balance incluye: -Visión y estrategia -Perfil de la empresa -Enfoque de la dirección -Indicadores de desempeño económico, social y ambiental -Resultados obtenidos -Acciones de mejora - Publicar el informe.	L: Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito, Art. 10 Requisito General y Art. 11 Del Balance Social. ⁶⁸

⁶⁸ Documento que recoge los resultados cuantitativos y cualitativos del cumplimiento de la responsabilidad social de la organización y permite evaluar su desempeño en términos de activos y pasivos sociales durante un período determinado.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Gobiernos	2	Falta de participación en programas organizados por el Gobierno Nacional y Local.	Baja competitividad.	X		1. Informarse acerca de los programas emprendidos por el Gobierno Nacional y Local. 2. Inscribirse y participar en eventos, ferias y programas que desarrolla el Gobierno Nacional y Local. 3. Obtener información acerca de las iniciativas y lineamientos sociopolíticos que guían la gestión económica, social y ambiental en el DMQ y en el Ecuador.	C: La participación activa permite a las empresas mantenerse al tanto acerca de nuevas leyes, productos, prácticas y servicios. L: Agenda Ambiental Municipio del Distrito Metropolitano de Quito 2011-2016. Objetivo Estratégico 4: Promover la participación ciudadana y la corresponsabilidad en la gestión ambiental del DMQ. Meta 4.2
				Dificultades para atraer financiamiento de nuevos inversionistas.				

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
TICA Y TRANSPARENCIA	Competencia	3	No participan en cámaras y asociaciones del ramo enfocado a una mejor satisfacción de sus clientes.	Desconocen las ventajas competitivas de la competencia, produciéndose un bajo poder de negociación con clientes y proveedores. Aumento de costos de capacitaciones.	X		- Inscribir a las empresas a: - Cámara de Comercio - Cámara de Industrias y producción - Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador - Asociación de Fabricantes de Calzado del Ecuador - Cámara de la pequeña y mediana empresa de Pichincha. - Involucrarse en eventos realizados por las cámaras y asociaciones. - Examinar y documentar la participación de las empresas. - Realizar la medición de los beneficios de la inversión realizada en las asociaciones.	C: La participación en cámaras y asociaciones permite a las empresas aprovechar los beneficios que ofrecen, con el objetivo de impulsar su desarrollo financiero, tecnológico y humano y así proporcionar un mejor producto y servicio. L: Ley de Cámaras de Comercio. Art 4, literal d. Ley de Cámaras de Industrias. Art 3.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
TICA Y TRANSPARENCIA	Generaciones futuras	4	Las empresas no conocen y aplican leyes y reglamentos ambientales que les corresponden.	Incremento en costos de salud de los stakeholders, debido al tratamiento inadecuado de los desechos. Pérdida de imagen y prestigio. Sanciones por parte de instituciones u organismos encargados de la vigilancia ambiental. Disminuye la rentabilidad.	X		1. Integrar principios de responsabilidad y sostenibilidad en la visión y misión de la empresa. 2. Conocer leyes y reglamentos ambientales, obligatorios y opcionales, relacionados con su actividad; para posteriormente aplicar las iniciativas que correspondan. 3. Implantar estrategias y programas de gestión ambiental, internos y externos, que concienticen acerca de la importancia de la conservación del medio ambiente; así como programas de inversión para reciclaje. 4. Participar en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente 5. Generar informes acerca del cuidado del medio ambiente, indicando las acciones emprendidas, indicadores, reconocimiento del impacto negativo de las operaciones y las respectivas medidas para contrarrestarlo. 6. Controlar de las acciones emprendidas.	L:Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito, Art. 11 Del Balance Social, literal c) Ambiente. Constitución de la República del Ecuador. Capítulo Segundo. Sección primera. Art. 395, numeral 2⁶⁹. Ley de Gestión ambiental. Código de la producción. Libro VI. Sostenibilidad de la Producción y su relación con el ecosistema. Guía de prácticas ambientales de la Dirección Metropolitana Ambiental del DMQ Ordenanza Metropolitana de Gestión integral de residuos sólidos del DMQ

⁶⁹ Las políticas de gestión ambiental serán de obligatorio cumplimiento por parte de todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
LIDAD DE VIDA							
Accionistas e inversionistas	1	Ausencia de una estructura de Gobierno Corporativo documentada.	Aumento de conflictos de interés con el stakeholder. Disminución de la confianza por parte de los inversionistas. Dificultad para conseguir préstamos en condiciones financieras favorables. Bajo poder de negociación con proveedores. Las empresas no atraen a profesionales calificados para que se incorporen al directorio o a la gerencia. No existe garantía de la transparencia, en el uso de los recursos y la presentación de la información financiera.	X		1. Elaborar un Código de Ética que regule: comportamiento de los empleados, relaciones con terceros, la igualdad de trato a los accionistas, resolución de conflictos de interés, tratamiento de la información, cuidado del medio ambiente, seguridad, prevención de la corrupción. 2. Definir estructura y prácticas de gobierno corporativo que regulen el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, y los lineamientos relacionados con accionistas, mecanismos de compensación y negociación equilibrada. 3. Elaborar un informe anual de Buen Gobierno Corporativo.	C: La buena práctica de gobierno corporativo precautela y garantiza la utilización adecuada de los recursos, la transparencia financiera y contable, elimina drásticamente los problemas de la no disponibilidad de la información y sirve de aval para el acceso de las organizaciones a los mercados de capital. L: Lineamientos del Código Andino de Buen Gobierno Corporativo Lineamientos del Buen Gobierno Corporativo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.⁷⁰

⁷⁰ En Ecuador las prácticas del Gobierno Corporativo son promovidas por el Comité Ejecutivo Nacional de Buen Gobierno Corporativo.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
CALIDAD DE VIDA	Personas que integran la empresa	2	No cuentan con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad.	Incremento de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Aumento de la rotación y ausentismo de los trabajadores. Disminución de la rentabilidad y productividad. Costos en salud de los stakeholders. (Subsidios, indemnizaciones) Afectación de la imagen y reputación de la empresa. Sanciones por parte de instituciones u organismos encargados.	X		1. Determinar normas y procedimientos de Salud y/o Seguridad. 2. Buscar asesoría y capacitación en temas relacionados con seguridad y salud en el trabajo.⁷¹ 3. Desarrollar una política empresarial para garantizar la Salud y/o Seguridad de las personas que integran la empresa. 4. Difundir programas de prevención y capacitación de riesgos del trabajo y mejoramiento del medio laboral. 5. Controlar cumplimiento del programa. 6. Mantener estadísticas acerca del avance y resultados (disminución/aumento de enfermedades y accidentes laborales).	L: Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito, Art. 11 Del Balance Social, literal a) Talento Humano. Constitución de la República del Ecuador. Art. 326, numeral 5. Código del Trabajo. Decreto 2393. Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo. Resolución 741. Reglamento General del Seguro de Riesgos del Trabajo Resolución 957. Reglamento del Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo

⁷¹ IESS, Seguro de riesgos del trabajo; o por la Sociedad Ecuatoriana de Seguridad, Salud ocupacional y Gestión Ambiental.

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
CALIDAD DE VIDA							
Gobierno							
Comunidad - sociedad							
	3	No incentivan la participación política, cívica, social, y gremial, de los grupos involucrados.	Deterioro de la imagen pública al no establecer mecanismos de comunicación fluidos. Incremento de conflictos. Aumento de costos. Disminuye la rentabilidad.	X	X	1. Desarrollar programas de comunicación internos y externos acerca de la importancia de la participación de los grupos de interés en aspectos políticos, sociales, cívicos y gremiales que contribuyan al desarrollo. 2. Establecer una estrategia de participación en la cual se identifiquen a la comunidad-sociedad que son más sensibles al desarrollo de las operaciones del subsector. 3. Definir los objetivos. 4. Seleccionar los mecanismos de participación; relacionados con trabajo comunitario, vinculación a gremios o cámaras, elaboración de políticas públicas y proyectos que contribuyan al desarrollo del Bien Común a nivel local y nacional. 5. Definir mecanismos de evaluación y corrección del proceso de participación.	L: Constitución de la República del Ecuador. Capítulo Noveno. Responsabilidades. Art. 83. Numeral 17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
CALIDAD DE VIDA	Competencia	4	Ausencia de mecanismos de diálogo transparente para promover el desarrollo del subsector.	Dentro del subsector no se promueve una agenda común, afectando la competitividad. Bajo poder de negociación con proveedores y distribuidores. Incremento de costos. Deterioro de la imagen.		X	1. Generar espacios de diálogo con los competidores; mediante las respectivas asociaciones o cámaras. 2. Documentar y compartir mejores prácticas de producción, ventas, etc. 3. Organizar programas y acciones a favor de la comunidad.	C: A través del diálogo se establecen lineamientos generales que fortalecen al subsector y su poder de negociación frente a proveedores, distribuidores y clientes.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Personas que integran la empresa	1	Carencia de mecanismos de conciliación vida familiar-laboral para sus colaboradores.	Generación de conflictos con las personas que integran la empresa. Administración pasiva que no permite el desarrollo de las competencias de los trabajadores. Menor rendimiento en el puesto de trabajo, que afecta la rentabilidad y competitividad. Incremento de la rotación del personal a nivel de unidades productivas.	X		1. Crear espacios de diálogo con las personas que integran la empresa para determinar sus necesidades materiales y psicológicas. 2. Desarrollar e implementar políticas y programas de: ✚ Flexibilidad laboral (horario flexible, trabajo a tiempo parcial, tiempo libre para formación, trabajo a distancia) ✚ Apoyo profesional y asesoramiento ✚ Servicios familiares (guarderías, transporte) ✚ Beneficios extra salariales (seguros médicos, outplacement, planes de jubilación). ✚ Programas de recreación y deportes. 3. Evaluar los beneficios de los programas.	L: Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito, Art. 11 Del Balance Social, literal a) Talento Humano. Convenio 156 de la OIT sobre trabajadores con responsabilidades familiares (1981).

	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
				INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACION (L)
ENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Comunidad- sociedad	2	No existen programas y/o eventos en las empresas que involucren a la comunidad-sociedad.			1. Conocer las necesidades de la comunidad, a través de encuestas o censos. 2. A partir de los resultados, estructurar programas de desarrollo con la participación de miembros de la empresa y la comunidad. Generar actividades que se desarrollen de manera directa en la comunidad en áreas de salud, arte, cultura, educación, etc. Vincularse a través de: voluntariado corporativo, integración de minorías, colaboración con comunidades carenciadas. 3. Evaluar los efectos de la participación en la comunidad- sociedad.	C: Los programas de desarrollo permiten que la comunidad experimente un progreso económico, social y cultural derivado de las actividades realizadas por la empresa. L: Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito, Art. 11 Del Balance Social, literal d) Comunidad. Constitución de la República del Ecuador.⁷²

⁷² Capítulo Noveno. Responsabilidades. Art. 83. Numeral 17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

Las PYMEs ecuatorianas requieren de la participación del Gobierno y de los gremios para organizarse, mejorar su imagen en la comunidad financiera, entender las nuevas condiciones de la globalización y para posicionarse en el mercado interno y externo. Por lo tanto para implementar la RSE en las PYMEs, se requiere que las empresas y demás grupos de interés trabajen conjuntamente en el desarrollo de políticas y acciones de RSE que se adecuen a sus necesidades.

El papel el Gobierno es fundamental, ya que desempeña un papel catalizador, estableciendo políticas que sean respetadas por todos y regulando las acciones de las empresas, creando las condiciones necesarias para el desarrollo de la RSE. Si bien el Gobierno ecuatoriano ha desarrollado políticas relacionadas con la RSE, estas aún no se difunden y se aplican de manera generalizada a todas las empresas. Las políticas y prácticas que se requieren, que el Gobierno desarrolle y ponga en práctica dentro del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, se relacionan con:

Erradicar la competencia desleal en la producción nacional

Mediante el control de pagos de sueldos justos, del pago de impuestos, la calificación correcta y cierta de artesanos; así como desarrollar políticas de estímulo y no de penalización.

Fomentar la asociatividad y la organización

A través de autorizaciones, registros (exportadores e importadores), control de marcas y patentes, etiquetados obligatorios, precios de referencia o indicativos, referencias sobre aduanas, aforos y puertos y más información para el desempeño de las actividades colectivas. Con el objetivo de reducir costos de insumos (compras masivas a proveedores), para exportar o para contratar servicios.

Elaborar Políticas gremiales

Que actúen dinámicamente en la promoción comercial de la producción, en la capacitación, transferencia tecnológica, que eleven la competitividad.

Garantizar la equidad en las condiciones laborales

A través de programas de capacitación para el perfeccionamiento continuo de las competencias profesionales existentes que permitan elevar la calidad de la mano de obra del sector, mejorar su remuneración y evitar la alta rotación.

Formalizar las PYMES

Desarrollando una responsabilidad social empresarial a través del fortalecimiento de la institucionalidad; esto es, IESS, cámaras, organizaciones de desarrollo.⁷³

Promover una Producción Limpia

- ✚ Controlar la expedición de gases tóxicos y el manejo de desechos.
- ✚ Aplicar procesos para el reciclaje y la reutilización.
- ✚ Promover compensaciones tributarias a inversiones en producción limpia.
- ✚ Fomentar la expedición de certificaciones de cumplimiento de normas ambientales y de calidad, la asesoría sin costo y crédito, a través de la Corporación Financiera Nacional.
- ✚ Incentivar la aplicación de arancel cero a la importación y uso de químicos biodegradables.
- ✚ Fomentar iniciativas de investigación y desarrollo de nuevas tecnologías, de forma articulada entre el sector público, privado y las universidades; que permitan reducir los niveles de contaminación.
- ✚ Crear el Centro Tecnológico de Cuero y Calzado que incluya: Centro de Diseño y prototipos, Laboratorio de moldes de hormas, suelas, tacones, plantillas y programas de capacitación.⁷⁴

Las empresas del subsector C15: Fabricación de productos de cuero y productos conexos, deben considerar las ventajas comerciales y de imagen que ofrece la RSE e implementar prácticas responsables de acuerdo a cada stakeholder:

Personas que integran la empresa

Desarrollar programas de capacitación; ofrecer oportunidades de acceso al conocimiento, la innovación y avances tecnológicos, a través del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (IECE); del Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF); y del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP).

⁷³ SENPLADES. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo. Capítulo Manufactura: Textil, confecciones y cuero*. p. 48, 50 y 53

⁷⁴ SENPLADES. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: Micro, Pequeña y mediana Empresa*. p. 11 y 12

Gestión con Proveedores

- ✚ Utilizar materias primas menos contaminantes en productos químicos, auxiliares de teñido y colorantes.
- ✚ Realizar pruebas de calidad, tanto al ingreso como en la etapa de almacenamiento de la materia prima.
- ✚ Concertar con los proveedores que las materias primas sean suministradas en envases y contenedores retornables, además que no involucre costos de manipulación o exposiciones del personal.
- ✚ Realizar buenas prácticas de diseño (con la utilización de fibras y tintes naturales, reciclaje de materiales reutilizables) entre fabricantes, trabajadores y los proveedores de materias primas.

Distribuidores

- ✚ Establecer procedimientos necesarios para mejorar las prácticas operativas de manipulación de los productos, para mejorar los procesos productivos. El almacenamiento de materias primas y producto terminado debe cumplir con los requisitos de higiene, seguridad industrial y salud ocupacional.
- ✚ Planificar el almacenamiento del producto terminado, de acuerdo con los pedidos de los clientes y los niveles mínimos de stock. Establecer planes para el almacenamiento de residuos normales y peligrosos. Planear los almacenamientos en lugares centralizados y de fácil acceso de los clientes internos y externos, con el objeto de hacer eficientes las labores de transporte.

Clientes y consumidores

Informar acerca de las características de los productos a través de una etiqueta; la cual debe transmitir al consumidor lo siguiente: estructura del tejido, indicando el porcentaje de las distintas fibras que lo componen, los símbolos e instrucciones de lavado, talla, datos fiscales del fabricante o importador, etc.

Generaciones futuras

En cada etapa productiva se debe tomar en cuenta los residuos generados por los diferentes procesos industriales, por lo que se debe tratar de minimizar los residuos sin perjudicar la calidad del producto. Se sugieren las siguientes acciones:

- ✚ Optimizar los residuos no peligrosos reciclables.
- ✚ Minimizar la generación de residuos en los departamentos de hilandería, retorcido, teñido y acabados y la de los residuos peligrosos y especiales.
- ✚ Reutilizar los residuos no peligrosos y realizar un manejo especial para los peligrosos de acuerdo a las circunstancias de cada caso. Realizar controles de consumo de agua potable en las diferentes etapas del proceso y equipos, además controlar los consumos de colorantes y auxiliares de teñido.⁷⁵

⁷⁵ JÁCOME H. (2010). *Centro de investigaciones Económicas y de la Micro, pequeña y Mediana Empresa. Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES. Sector Confecciones.* p.12-15

BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. ACCIÓN EMPRESARIAL. (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo*. Chile: BSR Education Fund. 1ra. edición.
2. ARISTIMUÑO M. (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como valor organizacional en la Pequeña y Mediana Industria (PYME)*. Perú: LACCEI.
3. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008).
4. FERNANDEZ R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. España: Thomson. 1ra. edición
5. MALHOTRA N. (2004). *Investigación de mercado*. México: Pearson. 4ta Edición.
6. EPSTEIN M. (2009). *Sostenibilidad Empresarial*. Colombia: Ecoe Ediciones. 1ra. edición
7. PELEKAIS C. (2008). *Hacia una cultura de responsabilidad social*. México. Pearson. 1ra. edición
8. RODRÍGUEZ M. (1999). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. España: McGraw-Hill. 1ra. edición
9. RUIZ M. (2007). *Manual de Responsabilidad Social para PYMES*. España: IMDEEC.
10. SANTOJA A. (2011). *Responsabilidad Social de la Empresa y creación de valor*. España: Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. 1ra. edición
11. STRANDBERG L. (2010). *La medición y la comunicación de la RSE: Indicadores y Normas*. España: IESE.
12. SOLIDARIDAD INTERNACIONAL ANDALUCÍA. (2010). *Guía para la sensibilización social de las PYMES en Responsabilidad Social Corporativa*. España.
13. TAMAYO M. (1996). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa. 3ra. edición
14. UNIAPAC. (2009). *Protocolo de RSE centrada en la persona, Guía para una gestión empresarial integral*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones sociales de Empresarios en México.
15. UNIAPAC (2008). *La rentabilidad de los valores*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C.
16. VIVANCO M. (2005). *Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones*. Chile: Editorial Universitaria S.A. 1ra. edición

Revistas

1. ABREU J.,(2006). “**Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial**”. *International Journal of Good Conscience*. Volumen 557, p.64.
2. BRITO V., (2012). “**El Ecuador, un país de empresas pequeñas y familiares**”. *Ekos*. Volumen 216, p. 50-51.
3. CORREA J., (2007). *Evolución histórica de los conceptos de RSE y balance social*. Semestre Económico. Volumen 10, p.90
4. HERRERA J., (2008). “**Cómo gestionar la responsabilidad social en las pymes Colombianas**”. *International Journal of Good Conscience*. p. 404, 40
5. LATORRE M., (2010). “**El índice de Competitividad Global y la RSE**”. *Ekos*. Volumen 200, p. 84.
6. PORTER M., y KRAMER M., (2011). “**Creating Shared Value**”. *Harvard Business Review*. p. 4.
7. REVISTA EKOS. (2011). **La “estrategia RS” se mueve por la ciudad**. p 109. Entrevista realizada a Eduardo Dousdebés, Secretario de Desarrollo Productivo y Competitividad del DMQ.
8. TEECE D., (1997). “**Dynamic capabilities and strategic management**”. *Strategic Management Journal*. Volumen 18,p. 521
9. TRUJILLO P., (2012). “**El Pacto Global, más que un mito: acciones, compromisos y resultados**”. *Ekos*. Volumen 214, p.40.

Internet

1. AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SUDAMÉRICA. (2011). [<http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=133721>], **Sector manufacturero empleó a 294 mil personas en nueve meses de 2011**.
2. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2009) [<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>], **Estadística**
3. INSTITUTO DE LA CIUDAD. (2011). [<http://www.institutodelaciudad.com.ec/index.php/k2-component/boletin-estadistico/153-boletin-estadistico-mensual-icq-nov-2011>], **Boletín Estadístico**.
4. OIT. (2010).[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/-multi/documents/publication/wcms_142694.pdf], **La OIT y la Responsabilidad Social de la empresa**.
5. OIT. (2006). [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/-multi/documents/publication/wcms_151548.pdf], **Multinational enterprises and social policy**.
6. PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO- ECUADOR. (2011). [<http://www.pnud.org.ec/odm/index.htm#>], **Objetivos de Desarrollo del Milenio**.
7. RED PACTO MUNDIAL ESPAÑA. (2012). [<http://www.pactomundial.org/index.asp?MP=2&MS=0&MN=1&TR=C&IDR=259>],**Los 10 principios, Principio 3**.

Papers

1. CAJIGA F. *El concepto de Responsabilidad social empresarial*.
2. CATHOLIC RELIEF SERVICES. (2008). *Síntesis del Estudio sobre la Situación de la Responsabilidad Social en el Ecuador*. Primer Informe.
3. CEPYME. (2002). *Procedimientos basados en las normas OHSAS 18000 para su implantación en PYMES. Serie de normas OHSAS 18000*. España.
4. CHAVARRI R. (2006). *La Responsabilidad Social desde una Perspectiva Estratégica para Pymes*. Chile.
5. FLORES J. (2005). *Índice de Competitividad Responsable 2003: Resultados para América Latina*.
6. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios*. Países Bajos.
7. GONZÁLES I. (2003). *Responsabilidad Social Empresarial: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”. Normativas y realidades*. Argentina.
8. INVEST WITH VALUES. (2011). *Textiles, confecciones y calzado. Un sector con historia*. Ecuador.
9. JÁCOME H. (2011). *Centro de investigaciones Económicas y de la Micro, pequeña y Mediana Empresa. Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES. Zapatos de cuero de vestir para exportación*. Ecuador.
10. JÁCOME H. (2010). *Centro de investigaciones Económicas y de la Micro, pequeña y Mediana Empresa. Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES. Sector Confecciones*. Ecuador.
11. MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. (2010). *Estudio Técnico para la Identificación de la Política Comercial necesaria para que el sector del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle y aumente su participación mundial en las exportaciones*. Ecuador.
12. ONU. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*.
13. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Chile.
14. SALAZAR M. (2010). *Actualidad Organizacional “Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social”*.
15. SENPLADES. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo. Capítulo Manufactura: Textil, confecciones y cuero*. Ecuador.
16. SENPLADES. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: Micro, Pequeña y mediana Empresa*. Ecuador.
17. UNESCO (2007). *Decenio de las naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005- 2014*.
18. Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral
19. VIVES A. (2010). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*.
20. VIVES A. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica*.
21. ZADEK S. (2006). *Competitividad responsable. La reformulación de los mercados globales a través de Prácticas empresariales responsables- América Latina*.

ANEXO 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 ÉTICA Y TRANSPARENCIA Vigencia de Valores	NO 0	PARCIALMENTE 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	¿Han 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 involucrarlos y comprometerlos en el proceso de RSE?			
5	¿Los Accionistas e inversionistas apoyan que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores?			
6	¿Evalúan el impacto en la calidad de vida de sus grupos relacionados y se informa a los accionistas e inversionistas?			
7	¿Se considera al accionista como un agente de transformación en la empresa y se encuentra íntimamente vinculado con el proceso de desarrollo de la misma?			
	b) 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 2

C15: FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS

C15		FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.		
	RUC	DENOMINACION	CIHU_N6	SEGMENTO
1	1791776011001	CITYMODA S.A.	C1511.03	PEQUEÑA
2	1791331400001	MANUFACTURAS PUBLICITARIAS MANUPUBLI S.A.	C1512.01	PEQUEÑA
3	1792227607001	MALETERIA Y TEXTILES ECUATORIANOS MALETEC S.A.	C1512.01	PEQUEÑA
4	1790040089001	MALETERIA NACIONAL CIA LTDA	C1512.01	PEQUEÑA
5	1792098955001	MALETERIA CHIMBORAZO MALECHIM CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
6	1792110742001	MALETAS Y PRODUCTOS MALEPRODU CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
7	1792110734001	MALETERIA Y SERVICIOS MALESERV CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
8	1790387623001	CALZADO PONY SA	C1520.01	MEDIANA
9	0590031984001	CALZACUERO CA	C1520.01	MEDIANA
10	1791820266001	CALZADO INDUSTRIAL Y DE SEGURIDAD WELL CALZAWELL S.A	C1520.01	PEQUEÑA
11	1792043662001	TECNOCALZA S.A.	C1520.01	MEDIANA
12	1792179106001	BOTAS INDUSTRIALES OSWALT S.A.	C1520.01	PEQUEÑA
13	1790551032001	NOVAPIEL C LTDA	C1520.01	PEQUEÑA
14	1790554295001	BUESTAN MANUFACTURAS EN CUERO C LTDA	C1520.01	MEDIANA
15	1790778029001	FABRICAL CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA
16	1791352718001	CALZATODO CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA
17	1791819969001	VITEK REPRESENTACIONES Y COMERCIO CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA
18	1792217326001	RAINFAIR IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA

ANEXO 3

C15: FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS

C15		FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.		
	RUC	DENOMINACION	CIU_N6	SEGMENTO
1	1801621416	FABRICUERO CIA. LTDA	C1512.01	PEQUEÑA
2	1791331400001	MANUFACTURAS PUBLICITARIAS MANUPUBLI S.A.	C1512.01	PEQUEÑA
3	1792227607001	MALETERIA Y TEXTILES ECUATORIANOS MALETEC S.A.	C1512.01	PEQUEÑA
4	1711263754001	CUERO ARAMIS CIA. LTDA	C1512.01	PEQUEÑA
5	1792098955001	MALETERIA CHIMBORAZO MALECHIM CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
6	1792110742001	MALETAS Y PRODUCTOS MALEPRODU CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
7	1792110734001	MALETERIA Y SERVICIOS MALESERV CIA. LTDA.	C1512.01	MEDIANA
8	1709338642001	EL CUERO CIA. LTDA	C1512.01	PEQUEÑA
9	1791277015001	INDUSTRIAS CÁCERES S.C.C	C1520.01	MEDIANA
10	1304084013001	CREACIONES PATRICIO CIA. LTDA	C1520.01	PEQUEÑA
11	1792043662001	TECNOCALZA S.A.	C1520.01	MEDIANA
12	1792179106001	BOTAS INDUSTRIALES OSWALT S.A.	C1520.01	PEQUEÑA
13	1790551032001	NOVAPIEL C LTDA	C1520.01	PEQUEÑA
14	1791819969001	VITEK REPRESENTACIONES Y COMERCIO CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA
15	1790778029001	FABRICAL CIA. LTDA.	C1520.01	PEQUEÑA