

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA
GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE) EN LAS PYMEs
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SUBSECTOR CIU
C:25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL,
EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

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

ALEXIS FABIÁN ZÁRATE VALLEJO

DIRECTOR: ING. XIMENA VILLAMAR E., MGTR

QUITO, 2013

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing. Ximena Villamar E., Mgtr

INFORMANTES:

Ing. Genoveva Zamora Moreta, MBA

Ing. Pablo López Ch., MBA

DEDICATORIA

A mi amada hija Camila Antonella quien con su sonrisa alimenta mi espíritu y llena mis días de felicidad.

Alexis Fabián

AGRADECIMIENTO

En primer lugar deseo agradecer profundamente a Dios por haberme entregado el regalo de la vida y por haberme brindado la oportunidad de ser padre, esposo, hijo, hermano y amigo de personas tan especiales que forman parte de mi vida.

Mil gracias a mi amada esposa Perséfone y a mi hermosa hija Camila Antonella, quienes con su amor y ternura incondicional, se han convertido en el eje principal de mi vida y mis ganas de salir adelante.

A mis queridos padres Margoth y Fabián quienes con su abnegación, ejemplo, sacrificio, amor y fiel apoyo a lo largo de estos años me han impulsado a seguir siempre adelante y a convertirme en la persona que soy ahora. Agradezco a Dios por tener unos padres tan maravillosos.

A mi hermano Daniel con quien he aprendido el significado de la amistad y he compartido tantos juegos, risas, lágrimas. Gracias por tu compañía, lealtad y cariño.

A mis abuelos paternos Arturo y Herminia gracias por el amor que me han brindado durante toda mi vida y que ahora se lo entregan a mi pequeña hija con tanta pasión, a mi abuela materna Fanny, quien ahora me cuida desde el cielo, gracias por enseñarme el valor de la vida, los amo.

A mi tía Cecilia, quien ha dedicado su vida en ser mi segunda madre, te debo mucho de lo que soy ahora, gracias por todo lo que haces por mí.

Un agradecimiento especial a la Ing. Ximena Villamar y la Ing. Genoveva Zamora, quienes con su entrega, conocimientos y generosidad me apoyaron en la realización de este proyecto.

Gracias a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron a formarme personal y profesionalmente durante toda mi vida.

Alexis Fabián

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 ANTECEDENTES, 4

- 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, 4
 - 1.1.1 Objetivo General, 4**
- 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, 5
- 1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN, 5
 - 1.3.1 Objetivos Específicos, 6**
- 1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN, 7
 - 1.4.1 Teórica, 7**
 - 1.4.2 Práctica, 11**

2 FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, 13

- 2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS, 13
 - 2.1.1 Evolución Conceptual, 13**
 - 2.1.2 Definiciones de RSE, 16**
 - 2.1.3 Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible, 17**
 - 2.1.4 Responsabilidad de la Empresa ante la Sociedad, 19**
- 2.2 LA RSE, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS, 21
 - 2.2.1 Grupos de interés o Stakeholders, 21**
 - 2.2.2 La Creación de Valor en la Empresa y los Beneficios de la RSE, 26**
- 2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE, 29
 - 2.3.1 Normativa Internacional, 29**

3 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 52

- 3.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA ECUATORIANA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, 52
 - 3.1.1 Definición de Industria Manufacturera, 52**
 - 3.1.2 La Industria Manufacturera en el Ecuador, 53**
 - 3.1.2.1 Antecedentes, 53
 - 3.1.2.2 La Industria Manufacturera - Período 2006 - 2011, 57
 - 3.1.3 Activos, Pasivos y Patrimonio del Sector Manufacturero, 61**
 - 3.1.4 Utilidades del Sector Manufacturero, 62**
- 3.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 64
 - 3.2.1 Antecedentes del Subsector CIU C25, 64**

3.2.2 PYMEs Metalmecánicas, 65	
3.2.2.1 Comercio Exterior de las PYMEs Metalmecánicas, 66	
3.3 CARACTERÍSTICAS DEL CIIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 67	
3.3.1 Actividades del Subsector CIIU C25: Fabricación de Productos Elaborados de Metal, Excepto Maquinaria y Equipo, 68	
3.3.2 Empresas del Subsector C25: Fabricación de Productos Elaborados de Metal, Excepto Maquinaria y Equipo, 69	
3.4 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO RSE EN LAS PYMES, 69	
4 ASPECTOS METODOLÓGICOS, 78	
4.1 METODOLOGÍA APLICADA, 78	
4.1.1 Técnicas de Recolección de Información, 79	
4.1.2 Población y Muestra, 80	
4.1.2.1 Tamaño de Muestra para Proporciones y Poblaciones Finitas, 81	
4.1.3 Trabajo de Campo, 83	
4.1.4 Tabulación de Datos, 83	
4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs, 84	
4.1.5.1 Matriz de Sostenibilidad y Congruencia, 85	
5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN, 89	
5.1 LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 89	
5.1.1 Ética y Transparencia, 89	
5.1.2 Calidad de Vida, 92	
5.1.3 Generación y Distribución de la Riqueza, 95	
5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, 97	
5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, 100	
5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL, 103	
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 105	
6.1 CONCLUSIONES, 105	
6.1.1 De la Validación de la Información, 105	
6.1.2 Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés, 106	
6.1.2.1 Ética y Transparencia, 107	
6.1.2.2 Calidad de Vida, 108	
6.1.2.3 Generación y Distribución de la Riqueza, 111	
6.1.3 Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas, 113	
6.2 RECOMENDACIONES, 114	
6.2.1 Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés, 114	
6.2.2 Del índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas, 115	
6.2.3 De las Líneas Estratégicas, 116	
6.2.3.1 Ética y Transparencia, 116	
6.2.3.2 Calidad de Vida, 117	
6.2.3.3 Generación y Distribución de la Riqueza, 118	

BIBLIOGRAFÍA, 119

ANEXOS, 122

ANEXO No. 1, 123

ANEXO No. 2, 124

ÍNDICE DE CUADROS

- CUADRO N° 1: Sector manufacturero-Numero de empresas 2011, 60
- CUADRO N° 2: Industria en porcentajes, 61
- CUADRO N° 3: Subactividades del Subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, 68
- CUADRO N° 4: Ficha Técnica de la población del CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, 81
- CUADRO N° 5: Cálculo de la muestra, 82
- CUADRO N° 6: Matriz de sostenibilidad y congruencia, 87
- CUADRO N° 7: Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa, 88
- CUADRO N° 8: Resultados Línea Estratégica Ética y transparencia, 91
- CUADRO N° 9: Resultados Línea Calidad de Vida, 94
- CUADRO N° 10: Resultados Línea Generación y Distribución de la Riqueza, 96
- CUADRO N° 11: Resultados Índice de Sostenibilidad, 98
- CUADRO N° 12: Índice de Sostenibilidad, 99
- CUADRO N° 13: Índice de congruencia, 102
- CUADRO N° 14: Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa, 104
- CUADRO N° 15: Validación de la información, 106
- CUADRO N° 16: Ética y transparencia, 116
- CUADRO N° 17: Calidad de vida, 117
- CUADRO N° 18: Generación y distribución de la riqueza, 118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- GRÁFICO N° 1: Grupos de interés-Stakeholders, 22
- GRÁFICO N° 2: Participación de la Industria manufacturera en el PIB en porcentajes (%), 57
- GRÁFICO N° 3: Participación de los sectores económicos en el PIB, 59
- GRÁFICO N° 4: Crecimiento de Ramas Industriales, 59
- GRÁFICO N° 5: Balance del sector manufacturero en millones de dólares, 62
- GRÁFICO N° 6: Utilidades del sector manufacturero en millones de dólares, 63
- GRÁFICO N° 7: Empresas más rentables sobre ventas: Sector no petrolero, 63
- GRÁFICO N° 8: Porcentaje de trabajadores de metalmecánica por tamaño de empresa, 65
- GRÁFICO N° 9: Comercio Exterior de las Pymes metalmecánicas, 66
- GRÁFICO N° 10: Porcentaje de PYMEs con un grado alto/medio de implantación de actividades de RSE por países, en Latinoamérica período 2011-2014, 73
- GRÁFICO N° 11: Los componente del Protocolo de R.S.E. UNIAPAC, 85
- GRÁFICO N° 12: Resultados línea estratégica Ética y Transparencia, 92
- GRÁFICO N° 13: Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida, 94
- GRÁFICO N° 14: Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida, 97
- GRÁFICO N° 15: Resumen Índice de Sostenibilidad-Stakeholders, 99
- GRÁFICO N° 16: Resultados Índice de congruencia, 102

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación “DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMEs DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO” se presenta en 6 capítulos.

El capítulo I corresponde al planteamiento del problema, partiendo del objetivo general de la investigación que es realizar un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs del subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; 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 y que forman parte de la Ordenanza Municipal 333, a la que están obligadas las PYMEs del D.M.Q. La responsabilidad como empresa es asegurar que este impacto sea positivo.

El capítulo 2 trata sobre los fundamentos de la RSE desde el contexto mundial y el desarrollo sostenible, indaga sobre la responsabilidad de la empresa ecuatoriana ante la sociedad y las iniciativas locales, relaciona la forma de gestión de las organizaciones en cuanto a la RSE y su relación con los grupos de interés ó stakeholders, a la vez que enmarca las Normas y Estándares internacionales vigentes.

El capítulo 3 hace un repaso histórico sobre la Industria Manufacturera en el Ecuador así como la trayectoria del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; y la participación del mismo en la economía del país, recoge también prácticas y políticas para la implementación del modelo de RSE en PYMEs de Latinoamérica.

El capítulo 4 señala los aspectos metodológicos utilizados para la recolección de información, el cálculo del tamaño de la muestra que produjo un resultado de 31 empresas a las que se les aplicó la encuesta que recoge la metodología para el autodiagnóstico UNIAPAC, herramienta seleccionada para el trabajo de campo de ésta investigación; en la que se trabaja verticalmente en tres líneas estratégicas: “Ética y transparencia”, “Calidad de vida” y “Generación y Distribución de riqueza”, estableciendo relaciones con los principales Stakeholders.

El capítulo 5, en base a las encuestas aplicadas a las 31 PYMEs del D.M.Q., del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, muestra los resultados de la investigación, diagnosticando el “Índice de Sostenibilidad” de las líneas estratégicas en relación a los stakeholders, el “Índice de Congruencia” entre líneas estratégicas y el índice de sostenibilidad global de la empresa que define su grado de solidez.

El capítulo 6, expone las conclusiones y recomendaciones, en base a los resultados obtenidos de la investigación realizada, se evidencia que las PYMEs del D.M.Q. que forman parte del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, indican un nivel de congruencia en la línea estratégica Ética

y Transparencia de 76,71 por ciento, lo que de acuerdo al Semáforo de Sostenibilidad indica que la empresa en esta línea, tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo, mientras que en las líneas estratégicas Calidad de Vida con 70,87; y Generación y Distribución de la Riqueza con 68,19 por ciento, las empresas han obtenido un nivel de congruencia mínimo esto indica que se han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, sin embargo existen áreas de riesgo importantes.

INTRODUCCIÓN

En los años ochenta, y como consecuencia de la crisis de los setenta, se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, también de la empresa, sea lucrativa o no. Se percibe que el bienestar total de la sociedad probablemente será mayor si existen múltiples fuentes, más que un único monopolio de oferta.

El movimiento impulsor de la RSE se inició a mediados de los 90 de la mano de organismos internacionales y grupos multisectoriales que han promovido el desarrollo de estándares, códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos para facilitar la puesta en práctica de la RSE por las empresas.

Desde entonces hasta ahora cada vez son más las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social (prácticas más honestas, transparencia en la gestión, respeto al medio ambiente, puesto que son más conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización (*stakeholders*)).

La concepción de RSE se ha desarrollado progresivamente en el tiempo, llegando a englobar cuestiones que no han podido ser dejadas de lado por su importancia trascendental para con el mundo y la sociedad. Frente a un entorno que está dando claras

advertencias de que la irresponsabilidad cometida con la naturaleza, el ambiente y las personas puede llevar a la propia desaparición, surge la necesidad de dar responsabilidades a cada actor en la sociedad, interiorizándolas como propias, tanto que su cumplimiento nazca voluntariamente para obtener mejores resultados. Las organizaciones grandes y pequeñas ya no son responsables solo por rendir cuentas de sus acciones dentro del marco legal en el que se manejan, estos actores generadores de riqueza y conocimiento tienen el deber moral y ético de que sus aportes a la sociedad se equilibren entre las dimensiones económica, social y ambiental.

Hoy en día es imprescindible asumir una posición ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, competencia desleal, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, deslegitimación del orden establecido y más).

La sociedad busca que las empresas retribuyan con acciones para minimizar los efectos colaterales de su actividad. Siendo el comportamiento ético de las empresas el pilar para modelar el tipo de globalización que la sociedad necesita con el fin de alcanzar un desarrollo económico, social y medioambiental sostenible.

La empresa entonces se integra a la comunidad de la que forma parte, haciéndose responsable de sus acciones y trabajando por contribuir al desarrollo de ésta, concibiendo que su propio desarrollo depende también el de su entorno. De este modo, se va generando un marco de confianza recíproca, éste marco de confianza, por último, se convierte en un elemento vital para que las empresas aumenten y sostengan su competitividad a lo largo del tiempo. La responsabilidad social empresarial no es una cultura de filantropía, no se

busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que el objetivo de creación de las empresas es el de obtener rentabilidad pero no implica menoscabar los derechos de los stakeholders, por esto algunas empresas han adoptado una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa ligado a un crecimiento económico.

Sin embargo la gran pregunta es ¿cómo hacerlo o a su vez qué acciones pueden tomar las empresas para maximizar sus esfuerzos en responsabilidad social?

1 ANTECEDENTES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El concepto de la Responsabilidad Social Corporativa se ha desarrollado progresivamente en el tiempo, llegando a englobar cuestiones que no han podido ser dejadas de lado por su importancia trascendental para con el mundo y la sociedad. Frente a un entorno que está dando claras advertencias de que la irresponsabilidad cometida con la naturaleza, el ambiente y las personas puede llevar a la propia desaparición, surge la necesidad de dar responsabilidades a cada actor en la sociedad, interiorizándolas como propias, tanto que su cumplimiento nazca voluntariamente para obtener mejores resultados.

Las organizaciones grandes y pequeñas ya no son responsables solo por rendir cuentas de sus acciones dentro del marco legal en el que se manejan, estos actores generadores de riqueza y conocimiento tienen el deber moral y ético de que sus aportes a la sociedad se equilibren entre las dimensiones económica, social y ambiental.

1.1.1 Objetivo General

Este estudio 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.

Esta investigación se ofrece una oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas pequeñas y medianas del subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, del Distrito Metropolitano de Quito sobre la importancia de gestionar de manera responsable, alcanzando una ventaja competitiva para el sector manufacturero y su positiva incidencia en el desarrollo del país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

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

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de RSE y las relaciones con los grupos de interés de las PYMEs del DMQ correspondiente al subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

1.3.1 Objetivos Específicos

- Identificar las características de la industria manufacturera y del subsector CIIU C25: Fabricación de Productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, en cuanto a los factores políticos, económicos y sociales en los que se desenvuelven.
- Realizar el diagnóstico de sostenibilidad para determinar los riesgos y debilidades de las PYMEs del DMQ del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo para orientar la gestión de RSE.
- Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, medido como la respuesta a las expectativas de los grupos de interés o stakeholders en cuanto a las líneas estratégicas: Ética y transparencia, calidad de vida y la generación y distribución de riqueza.
- Identificar el índice de sostenibilidad global de las PYMEs del subsector CIIU C25: Fabricación de Productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, expresados como el grado de solidez y sostenibilidad de la empresa.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Teórica

El interés por conocer la evolución y desarrollo de las PYMEs compete a todos los ámbitos, considerando que estas empresas en el tiempo han venido incrementando sus esfuerzos de gestión por sobrevivir en un ambiente lleno de complejidades y turbulencias sumadas a las dificultades para la obtención de créditos, bajo desarrollo tecnológico y de sistemas de información, que amenazan su supervivencia. Las PYMEs tienen importancia en el contexto nacional, por la alta contribución en la generación de empleo frente a la baja contribución en capital.

La investigación cobra importancia en el ámbito científico y tecnológico con el interés que historiadores, investigadores y empresarios han mostrado al profundizar su conocimiento en estas organizaciones que desde hace algunos años, vienen luchando por su permanencia en el mercado, ofreciendo sus productos o servicios a la sociedad.

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

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

Se considera a la RSE como un 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.

Implica el compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente; siendo un proceso global para mejorar continuamente su desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su comunidad y de la sociedad en general. Esta iniciativa, está basada en la Norma ISO 26000, que establece líneas y directrices en materia de Responsabilidad Social.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito publicó, el 14 de marzo del 2010 en el Registro Oficial, la Ordenanza Municipal N° 333 que tiene como objetivo incentivar a las empresas públicas y privadas, que desarrollan

actividades en la capital ecuatoriana, a incorporar de manera integral la Responsabilidad Social en su modelo de gestión.

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.

Este cuerpo legal fundamenta sus bases en artículos de la Constitución de la República del Ecuador entre los cuales se encuentran los siguientes:

Artículo 14.- *“Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir...”*

Artículo 15.- *“El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto...”*

Artículo 30.- *“Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable...”*

Artículo 33.- *“...El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado...”*

Artículo 52.- “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad...”

Se podría enfatizar que la gestión de RS toma en cuenta: principios y valores integrados en la misión y visión; generando políticas y prácticas encaminadas a fortalecer las relaciones con sus 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 a quienes la organización puede impactar o ser impactada (positiva o negativamente) por cualquier decisión y la operación propia de la empresa.

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 y pueden reducir los costos operativos.

Además las empresas deben ser responsables por razones éticas o morales porque es lo que “hay que ser” y “hacer”, un cambio de paradigma que responde a los tres objetivos de la línea base, económico, social y ambiental, por lo que, se considera importante proponer este estudio que permita realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de RSE en las PYMEs del DMQ, específicamente en el subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

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” se encuentran estrechamente relacionados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos ahora propuestos.
- **Importancia del proyecto para la unidad académica y contribución al desarrollo de la investigación:** El presente proyecto de investigación va a contribuir al fortalecimiento de la Docencia Investigativa en el marco de las Líneas de Investigación: Sistemas integrados de gestión de operaciones y Gestión de PYMEs, de las áreas de Producción-Operaciones y de administración respectivamente.

2 FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS

2.1.1 Evolución Conceptual

“Los orígenes de la RSE datan de la década de 1930 a 1938 con Chesterd Barnard quien, publicó las funciones del Poder Ejecutivo, y Teodoro Krep, igualmente publicó en 1940 la Medición del Desempeño Social de las Empresas” (BERBEL, 2007:47), en cuya gestión existían dos primeras referencias a la responsabilidad social de los ejecutivos y de negocios.

En la década de 1950 comienza la era moderna de la RSE cuando fue más conocida como SR o la Responsabilidad Social; en 1953 Howard Bowen divulgó en su libro, responsabilidades sociales del hombre de negocios, atribuyéndole la frase "responsabilidad social empresarial" convirtiéndose en el padre de la RSE.

Bowen (2006, p.54) presenta una definición preliminar de la RSE, la cual es, "se refiere a las obligaciones de los empresarios para el ejercicio de estas políticas, para tomar esas decisiones, o seguir esas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad".

De ahí en adelante, existieron varios libros y publicaciones referentes a la RSE en la década de 1950, como el Morrel Heald de 1957 con su publicación *Responsabilidad de la Administración a la Sociedad: El crecimiento de una idea*. Durante la década de 1960 existieron varias definiciones provenientes de círculos empresariales en donde ya existía la libertad de escritura, como es el aporte de Keith Davis que definía a la RSE como una referencia a "los hombres de negocios, decisiones y medidas adoptadas por razones de por lo menos parcialmente más allá del interés económico directo o técnico de la empresa". (DAVIS, 2005:47) estableció la ley de hierro llamada de Responsabilidad, que sostuvo que "la responsabilidad social de los empresarios debe ser proporcional a su poder social".

Para 1963, Joseph McGuire W en su libro, *Empresa y Sociedad*, declaró: La idea de la responsabilidad social supone que la empresa no sólo tiene obligaciones económicas y legales, sino también ciertas responsabilidades con la sociedad que se extienden más allá de estas obligaciones. Este es quizás el acercamiento a la comprensión contemporánea de la RSE como una obligación de la ciudadanía, el medio ambiente, etc., y no sólo a los accionistas o la creación de riqueza.¹

Clarence C Walton en 1967, introdujo el voluntarismo dentro del ámbito de la RSE en su libro *Responsabilidad Social Corporativa*, en donde manifestaba que las empresas tienen que reconocer y aceptar voluntariamente que tienen relaciones de responsabilidad más allá de la fortaleza de las empresas.

¹ J., ARNDT. (1985). *La RSE durante la evolución de las empresas industriales en América*. México: Piramide. p. 54.

Durante los años 1970 y 1980, la atención se centra en articular con más claridad cuáles eran exactamente las responsabilidades de una sociedad anónima. El gran hombre de la teoría de gestión, Peter Drucker, hace su aparición en el escenario de la RSE en 1984, cuando escribió, en la Revista California Management, sobre la necesidad imperiosa de transformar los problemas sociales en oportunidades económicas; y las empresas fabricantes de helados Ben & Jerry, fueron la primera empresa en publicar un informe social en 1989.

En 1971 el Comité para el Desarrollo Económico (CED) publicó sus responsabilidades sociales ante Sociedades Mercantiles. Como un código de conducta, el CED describe un modelo de tres niveles para aplicar la RSE a las sociedades mercantiles:

- El círculo interno: las responsabilidades básicas que una organización tiene para la creación de beneficios y crecimiento;
- El círculo intermedio: una organización debe ser sensible al cambio de contrato social que existe entre las empresas y la sociedad cuando se persigue sus intereses económicos, y
- El círculo exterior: las responsabilidades y actividades de una organización son necesarias para perseguir activamente a la mejora del medio ambiente por ejemplo, mejoramiento de la pobreza social o el hacinamiento urbano.

La visualización de la RSE desde la perspectiva de la complejidad y el reconocimiento encierra a la organización como una estructura con un ecosistema más amplio compuesto de diversas partes interesadas, como la comunidad, los proveedores, etc. competidores. Los tres niveles del modelo de la CED, es una construcción similar con sus círculos interiores, intermedios y exteriores, ya que se centra en las responsabilidades dentro de todos los círculos del modelo, en donde la corporación está trabajando por dentro conjuntamente con el cuidado del ecosistema al que pertenece.²

2.1.2 Definiciones de RSE

La RSE “implica un negocio de la identificación de sus grupos de interés y la incorporación de sus necesidades y valores dentro de los objetivos estratégicos y el día a día de la toma de decisiones.” (ARNDT, 2003: 14).

Según medios de prensa la RSE es definida como la noción de las empresas que buscan más allá de los beneficios de su papel en la sociedad en general. Se refiere a una empresa que integra los valores éticos, la transparencia, relaciones con los empleados, el cumplimiento de los requerimientos legales y el respeto general de las comunidades en las que operan. La RSE es una filosofía corporativa que impulsa la toma de decisiones estratégicas, la selección de pareja, las prácticas de contratación y en última instancia, marca y desarrollo.³

² Cfr. A., SOMOZA y J., VALLYERDU. (2006). *Reflexionando sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)*. España: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). p. 58.

³ SOUTH CHINA MORNING POST. (2010). *Diario Independiente*.

La responsabilidad social de las empresas abarca los campos económico, ético, legal y las expectativas discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado en el tiempo.”⁴

Según el Instituto de Directores, Reino Unido la RSC se refiere a empresas y otras organizaciones que van más allá de las obligaciones legales; como es la de gestionar el impacto que tienen sobre el medio ambiente y la sociedad; es decir cómo las organizaciones interactúan con sus empleados, proveedores, clientes y comunidades en las que operan, así como la medida en que tratan de proteger el ambiente.⁵

2.1.3 Contexto Mundial y Desarrollo Sostenible

La idea de "la responsabilidad social empresarial", desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. Aunque este concepto es relativamente novedoso, sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.

⁴ Cfr., A. B., CARROLL. (1999). *La Responsabilidad Social Corporativa: Negocios y Sociedad*. México: Mc GrawHill. p. 78.

⁵ Cfr. INSTITUTO DE DIRECTORES REINO UNIDO. (2002).

A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas, orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sostenible. "La mayoría de estas recomendaciones, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales". Bull (2004).

Con la globalización del comercio en todo el mundo, las empresas han buscado nuevas oportunidades para hacer negocios fuera de su país de origen. En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ganado el reconocimiento cada vez mayor como una forma nueva y emergente de gobierno en los negocios.

La RSE ya está establecida en un contexto global, con estándares de referencia internacionales establecidos por las Naciones Unidas, por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y en convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Con el valor de marca y la reputación como los activos más valiosos de una empresa, la RSE se ve ahora como la construcción de la lealtad y la confianza entre los accionistas, los empleados y clientes.⁶

⁶ Cfr. A., VIVES y A., CORRAL. (2005). *Responsabilidad Social en las pymes de Latinoamérica*. Washington: BID. p. 65.

La RSE se aplica a una amplia variedad de actividades de la empresa, especialmente en las empresas que operan a nivel nacional en varios contextos sociales y ambientales muy diferentes.

Es importante mencionar que la RSE está estrechamente vinculada con el principio de desarrollo sostenible, las empresas deben tomar decisiones basadas no sólo en factores financieros tales como utilidades o dividendos, sino también en las consecuencias sociales y ambientales inmediatas ya largo plazo que sus actividades puedan ocasionar.

La RSE tiene un papel importante en el control de los peligros de un consumo irresponsable, que satisfaga las necesidades de la generación presente sin asegurar los recursos para las generaciones futuras. Es necesario que las empresas estén dispuestas a informar sobre sus prácticas de conservación del medio ambiente.

2.1.4 Responsabilidad de la Empresa ante la Sociedad

La RSE, tiene como objetivo mejorar la imagen, reputación, posicionamiento y competitividad de la empresa mediante el respeto a los derechos humanos, fomento del capital social y asegurar la sostenibilidad.

En esencia la RSE, tiene un enfoque ético, porque pone en práctica la ética en las decisiones empresariales adoptando valores y principios en la gestión empresarial y en sus relaciones con todos los grupos de interés.

La responsabilidad social corporativa se relaciona con, pero no idéntica, a la ética empresarial. Si bien la RSE abarca las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales de las organizaciones, la ética empresarial generalmente se centra en los juicios morales y la conducta de los individuos y grupos dentro de las organizaciones. Así, el estudio de la ética empresarial puede considerarse como un componente del estudio más amplio sobre la responsabilidad social de las empresas.

Los beneficios que brinda la RSE a la empresa son:

- Mejora la imagen de las empresas ante el público por medio de los compromisos sociales que esta atiende.
- Asegura la reputación de la empresa, mediante la puesta en valor al comparar sus productos y servicios con el de empresas similares.
- Permite el posicionamiento de productos y servicios que se relaciona con la imagen y reputación, ya que la sociedad primero valora y aprecia a la empresa, para luego seleccionar sus bienes o servicios.
- Aumenta la eficiencia económica a través del manejo ambiental y / o innovaciones sociales.
- La protección y la mejora de la reputación de la empresa en el mercado y la sociedad.

La transparencia, la prevención de la corrupción y el fraude, el uso adecuado del poder de una empresa en el mercado y, en definitiva, el fomento del comportamiento ético de la organización, son los principales componentes claves para generar una buena reputación empresarial.

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

2.2.1 Grupos de interés o Stakeholders

El ámbito de actuación de la RSE abarca dos dimensiones; una interna y otra externa. En el interno la RSE contempla el respeto a los derechos laborales, la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, todas las formas de discriminación, la salud y seguridad laboral, disminución de la contaminación por parte de la empresa.⁷

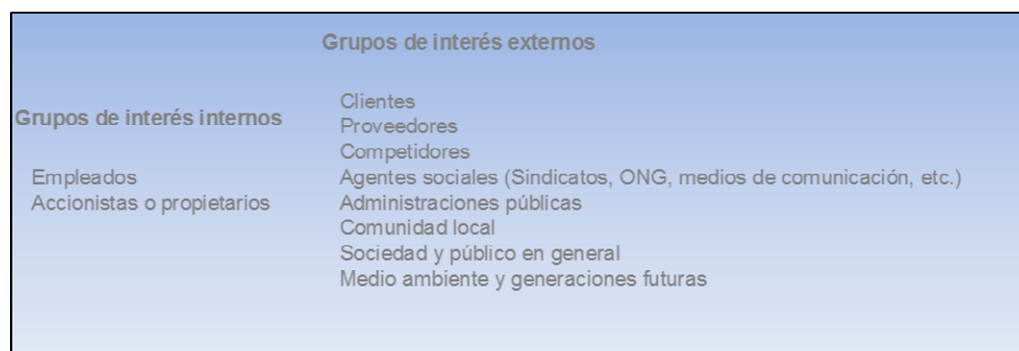
En el ámbito externo la RSE contempla respeto a los derechos de los clientes y consumidores, proveedores, respeto a los derechos humano, la acción cultural, medioambiental o social de las empresas.

Esta responsabilidad social de la empresa se aplicara para todas sus operaciones tanto nacionales como internacionales, con trascendencia a sus proveedores y contratistas, a fin de que ellos concienticen la necesidad de la RSE en su actividad.

⁷ Cfr. A., RUEDA y J., ARAGÓN. (2005). *La moderación del entorno sobre la relación entre la integración de los stakeholders y las estrategias medioambientales*. Colombia: Mc Graw Hill. p. 78.

El ámbito de actuación de la RSE, está dirigida a satisfacer las necesidades y expectativas de stakeholders internos y externos de la empresa en n momento determinado; así lo explica el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 1: Grupos de interés-Stakeholders



Fuente: UNIAPAC LATINOAMERICANA. (2010).

Los grupos de interés o stakeholders son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Existen dos tipos de grupos de interés: los internos y externos.⁸

Los grupos de interés internos son los grupos sociales que se encuentran dentro de la organización, como por ejemplo los empleados; los grupo de interés externos son los clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administraciones públicas, comunidad local sociedad y público en general, medioambiente y generaciones futuras.

⁸ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - AECA. (2003). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*.

Los Accionistas e inversionistas

Los accionistas son “personas e instituciones las cuales tienen participaciones en la propiedad de una empresa” (AECA, 2003:13). Los accionistas pueden ser individuales e institucionales como son los fondos de inversión y de pensiones; como también existen empleados que pueden ser accionistas.

El accionista e inversionista como stakeholders interno de una empresa actúa como empresario comprometido con la gestión y marcha del negocio; pero existe aquel accionista (stakeholder externo) que solamente busca conseguir rendimientos económicos por sus aportes, el cual es considerado como inversor externo, individual o institucional.

Personal de la empresa

El personal de la empresa son: “Personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie.” (AECA, 2003:13). Existen diversas categorías laborales en donde los empleados se agrupan en dos grupos que son: directivos y no directivos; en donde los grupos de interés están formados por los Consejeros y Alta Dirección.

Existe una diferencia entre los empleados, en aquellos que facturan sus servicios a la empresa, los cuales pertenecen al grupo de interés de los proveedores.

Distribuidores, clientes y consumidores

Los distribuidores, clientes y consumidores es aquel grupo de interés que genera los rendimientos del negocio; en donde las ventas deben cubrir los costos de producción y el margen de contribución, por tanto su captación, conocimiento, satisfacción y fidelización son objetivos esenciales de la gestión empresarial.⁹

Comunidad y sociedad

AECA (2003, p. 13) La comunidad es el “conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la empresa, con el que se interactúa estrechamente.” En este grupo de interés se encuentra la iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, ONGs, entre otras.

La sociedad son: “aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que aún no teniendo una relación directa con la organización, pueden influir en ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad.”

Este grupo de interés está relacionado con la globalización en la economía, influyendo en la empresa de forma directa; y las actividades de la empresa

⁹ A., RUEDA y J., ARAGÓN. (2005). *Op. Cit.* p. 90.

pueden influir en la sociedad sin considerar distancias. Este grupo de interés está regido por leyes y usos internacionales los cuales conforman un marco inexcusable de referencia para cualquier empresa multinacional.

Competencia

La competencia “constituyen empresas del mismo sector que ofertan bienes y servicios Empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios afines a los fabricados por otra empresa, a los mismos clientes potenciales o consumidores.”

Este grupo de interés influye de forma directa en la empresa en donde existe la necesidad de captar nuevos clientes; originándose las alianzas temporales entre competidores, beneficiando a la empresa a cumplir con estándares de calidad, que muy pocas veces se consiguen trabajando autónomamente.

Medio ambiente-Generaciones futuras

El medio ambiente como grupo de interés, “es el entorno físico natural incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables –tales como combustibles fósiles y minerales-, así como el patrimonio natural, cultural y artístico”.

Este grupo de interés actúa dentro de la RSE de una empresa, como agente social en forma de las asociaciones de protección de la naturaleza, o como instituciones de preservación del patrimonio histórico artístico.

El entorno natural, aunque por su naturaleza no debería ser incluido dentro de los grupos de interés, es importante considerarlo como tal en tanto en cuanto, dichos grupos de interés pueden cambiar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

Las generaciones futuras constituyen aquel legado que continuara con la preservación del entorno natural y el modelo de desarrollo sostenible.

2.2.2 La Creación de Valor en la Empresa y los Beneficios de la RSE

La RSE y la creación de valor son elementos que forman parte esencial en la toma de decisiones de una empresa; para que esto tenga viabilidad es necesario conocer de antemano las consecuencias económicas en términos de creación de valor, para lo cual se han llevado a cabo numerosos estudios por consultoras empresariales de gran renombre internacional como la StrategyValue Triple Consulting.¹⁰

Se puede establecer que la RSE tendrá impacto en el valor total de una empresa con la integración de tres factores que son:

- 1 Rendimiento económico (tangibles)
- 2 Valor en la reputación (intangibles)
- 3 Ventaja de estructura.

¹⁰ A., VIVES y A., CORRAL. (2005). *Op. Cit.* p. 75.

El rendimiento económico es el valor añadido de mercado, el valor en la reputación es el reconocimiento que recibe la empresa por la percepción de la sociedad que tiene de las actividades que desarrolla en la localidad donde opera, es un activo intangible dado por la confianza de la gestión, gobierno corporativo y la transparencia.

El valor añadido de mercado refleja lo que se suele llamar los fundamentos financieros reflejados en los resultados económicos medibles; es el valor actualizado del Valor Económico Agregado (EVA) basada en los valores de gestión.

El valor Reputación refleja típicamente intangibles tales como la reputación de la empresa, la confianza en la gestión, gobierno corporativo, la transparencia, los inversores, precio a estos intangibles, etc; aunque no es muy claro su funcionamiento.

La ventaja de estructura refleja poner el valor de la cartera de negocio completo por los inversores. Las primas representadas por reputación y la ventaja de ser cabezas de estructura (empresa matriz) constituyen la expectativa de una prima de empresa que equivale a la diferencia entre el valor total de mercado y el valor fundamental del calor.

Cuando la empresa es gestionada bajo la filosofía de la RSE incrementa su valor influyendo en los resultados que se puede tener en los factores mencionados, siendo estos:

Rendimiento económico

- Crecimiento de ingresos por fortalecimiento de la posición en el mercado.
- Reducción de costos operativos.
- Mejora la alta productividad por la satisfacción del empleado.
- Bajos costos de capital de financiamiento.

Valor en la reputación

- Transparencia ante grupos de interés, clientes, accionistas, proveedores, competidores, reportándoles información en reuniones de dialogo abierto.
- Aplicar la RSE como parte de la identidad corporativa.

Ventaja de estructura

- Reducir el riesgo operativo a través de la inclusión de la RSE en las líneas del negocio.

2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

2.3.1 Normativa Internacional

Entre las normas y directivas internacionales que complementan el modelo de gestión de la RSE se pueden mencionar:

La Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), es una agencia creada en 1946, parte de la Organización de Naciones Unidas (ONU), siendo la única agencia de carácter tripartita que reúne a representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores para la elaboración de políticas y programas en forma conjunta. Su misión, alcance público de gobierno, y su relación con otros instrumentos se describen brevemente a continuación.¹¹

El propósito de la Declaración es fomentar la contribución positiva que las empresas multinacionales pueden aportar al progreso económico y social y de esta forma minimizar y resolver las dificultades derivadas de sus operaciones.

La Declaración fue uno de los primeros instrumentos internacionales que abarca la dimensión social existente en la empresa y su relación con los trabajadores, los empleadores en el año 1977. La Declaración contiene

¹¹ *Ibíd.* p. 80.

principios en el ámbito de las políticas generales, el empleo y la formación, las condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales.

Todas las organizaciones del gobierno, de los empleadores y de los trabajadores, recomiendan observar estos principios desde una base voluntaria.

Los aspectos que toma en cuenta la Declaración son:

- Políticas generales (obedecer las leyes nacionales y respetar las normas internacionales).
- Empleo (promoción del empleo, la igualdad de oportunidades y de trato, la seguridad del empleo).
- Formación (desarrollo de políticas para la formación profesional, la formación de habilidades).
- Las condiciones de trabajo y de vida (salarios, beneficios, condiciones de trabajo, edad mínima, la seguridad y la salud).
- Relaciones Laborales (libertad de asociación y derecho a organizarse, la negociación colectiva, la consulta, queja, resolución de conflictos).

La Declaración fue revisada en 2000 para luego incluirla a los Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo. Fue revisada en el 2006, para actualizar las referencias a otros instrumentos de la OIT. Durante esta actualización, la

lista de los convenios de la OIT, en que los Estados miembros estaban invitados a revalidar se extendió a todos los convenios fundamentales de la OIT.

Por otra parte, una recomendación específica fue agregada a alentar a las empresas, tanto multinacionales como nacionales, a tomar medidas inmediatas y eficaces dentro de su propia competencia para conseguir la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil con carácter de urgencia.¹²

Las empresas multinacionales son una audiencia clave, para que los principios de la Declaración sobre los aspectos sociales de estas empresas multinacionales, también sean usados por pequeñas y medianas empresas (PYMEs), así como por los gobiernos, empleadores y organizaciones de trabajadores.¹³

Además, se insta a los gobiernos a ratificar, junto con los convenios ya mencionados, la edad mínima y los convenios sobre trabajo infantil. La OIT realiza encuestas periódicas sobre la aplicación de la Declaración sobre las Empresas Multinacionales. No tiene una estructura de miembros, por lo que no requiere que las organizaciones de usuarios informen sobre el uso de la Declaración.

La OIT creó una subcomisión de la Comisión de Cuestiones Jurídicas y Normas Internacionales del Trabajo del Consejo de Administración de la OIT

¹² *Ibíd.* p. 89.

¹³ *Ibíd.* p. 93.

para supervisar la Declaración, y para discutir la política de la OIT sobre los temas de RSE. La OIT se centra en la mejora de la información recogida, análisis y difusión, y una actuación coherente, aprovechando su fortaleza tripartita y que reúne contribuciones de todas las partes de la organización.

La Declaración sobre las Empresas Multinacionales también fomenta el diálogo entre los países de origen y da acogida a la inversión extranjera directa, vinculando las iniciativas de RSE a un diálogo más amplio sobre el comercio y la inversión. Al situar la RSE en un contexto más amplio de las políticas gubernamentales que deciden sobre los impactos empresariales, la Declaración sobre las EMN hace hincapié en que la RSE es un complemento importante para la regulación del gobierno, pero nunca un sustituto.

Las referencias en la Declaración EMN sobre otros instrumentos internacionales autorizados, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, da como resultado la complementariedad temática y sectorial de la Declaración de la OIT y las Directrices de la OCDE, en donde existe una buena relación de colaboración entre las dos organizaciones.

Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales

Las Directrices de la OCDE sobre las EMN (Empresas Multinacionales) ha sido suscrita por todos los treinta miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); otros diez países no miembros (Argentina,

Brasil, Chile, Egipto, Estonia, Israel, Letonia, Lituania, Rumania y Eslovenia) han adherido a las Directrices, cuatro aplicaciones adicionales que están actualmente bajo consideración por el OECD.

El propósito de las Directrices de la OCDE EMN es ofrecer un código equilibrado, multilateral, refrendado e integral que expresa los valores compartidos de la adhesión a los gobiernos. Ellos son "recomendaciones dirigidas conjuntamente por los gobiernos a las empresas multinacionales" que proporcionan "principios y normas de buenas prácticas consistentes con las leyes aplicables".

Al proporcionar un conjunto claro de expectativas, las directrices tienen por objeto alentar a las empresas multinacionales con contribuciones positivas al desarrollo económico, ambiental y progreso social.

Las directrices incluyen una serie de recomendaciones voluntarias en todas las áreas principales de la ciudadanía corporativa, incluyendo empleo y relaciones laborales, derechos humanos, medio ambiente, divulgación de información, la lucha contra el soborno, los intereses del consumidor, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad.

Forman parte de la OCDE, un amplio instrumento de inversión, llamado la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, que está diseñado para promover la inversión directa internacional con desarrollo y crecimiento económico. La aplicación de las Directrices consiste en una combinación única de elementos vinculantes y voluntarios.

Gobiernos que se han suscrito, se comprometen a promover entre las empresas multinacionales que operan en o desde sus territorios, mecanismos característicos al instrumento de implementación, que incluyen las operaciones de los Puntos de Contacto Nacionales (PCN), que son oficinas gubernamentales encargadas de promover las Directrices y tratamiento de las reclamaciones en el contexto nacional.

Aunque las directrices están dirigidas principalmente a las empresas multinacionales, no son objeto de introducir diferencias de trato entre las empresas multinacionales y nacionales. En consecuencia, las empresas multinacionales y nacionales están sujetos a las mismas expectativas con respecto a su conducta siempre que las directrices se aplican a ambos.

Del mismo modo, mientras que las PYMEs no pueden tener las mismas capacidades que las empresas más grandes, están invitados a observar las "Directrices en la mayor medida posible". Las Directrices son de libre acceso para todos los usuarios en las organizaciones.

Dado que las Directrices no requieren a los usuarios para dar a conocer su uso, el número real de usuarios no se conoce. Sin embargo, las encuestas entre las empresas grandes indican que una proporción significativa hace referencia a las Directrices en sus políticas de RSE.

El Comité de Inversiones de la OCDE, en consulta con el BIAC y la TUAC, es responsable de la supervisión de las Directrices. Gobiernos que han suscrito

son individualmente responsables de la promoción del uso de las Directrices, y para el tratamiento de sus "casos concretos", a través de sus PNC, se reúnen anualmente en la OCDE y se presenta un informe a la Comisión de Inversiones, que realiza una "revisión por pares" de la aplicación.

Las directrices se han diseñado expresamente para reforzar el actual marco normativo internacional. Entre otras normas, hacen referencia a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y el Programa 21 y la Declaración de Copenhague sobre Desarrollo Social.

Las directrices se pueden usar fácilmente junto con otros instrumentos, como materiales explicativos que han sido desarrollados para esbozar su relación con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, los Principios para la Inversión Responsable, y con la Guía GRI.

Pacto Mundial de Naciones

La idea de un Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) en materia de responsabilidad social de las empresas, fue lanzada por el Secretario General de la ONU, Kofi Annan ante el WorldEconomicForum en Davos, el 31 de Enero de 1999.

Su fase operativa comenzó el 26 de julio de 2000, cuando el mismo Secretario General hizo una llamada a los líderes y responsables de las compañías para

que se unieran a un gran pacto que llevara a la práctica el compromiso ampliamente compartido de sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas, con los principios y objetivos de la acción política e institucional de las Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la propia sociedad civil.

Supone el reconocimiento de las necesidades compartidas por todos en un mundo crecientemente globalizado y el inicio de una colaboración mutuamente enriquecedora, que contribuyese a la eliminación de los más evidentes y perjudiciales efectos perniciosos de la actual dinámica económica y a la promoción del bienestar y la dignidad humana. En esencia, una respuesta a nueve desafíos, en la actualidad diez, y un compromiso con las necesidades de un mundo en transformación.

El Pacto es un instrumento de libre adscripción por parte de las empresas, organizaciones laborales y civiles, que descansa en el compromiso de implantación de los diez Principios del Pacto en su estrategia y en sus operaciones. En este sentido, el Pacto no es ni un instrumento regulador que plantea normas legales de conducta para todas las entidades, ni un instrumento que concede una certificación a aquellas que cumplen con determinados requisitos.

El Pacto Mundial de la ONU consta de diez principios básicos en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción en las actividades empresariales de todo el mundo, y promueve que las empresas se adhieran al cumplimiento de estos principios.

El Pacto Mundial de la ONU invita a las empresas a adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, los siguientes principios:

Derechos Humanos

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente, y

Principio 2: asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Normas del trabajo

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;

Principio 4: la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;

Principio 5: la abolición efectiva del trabajo infantil, y

Principio 6: la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio ambiente

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente;

Principio 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental;

Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Lucha contra la Corrupción

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

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas se dirige principalmente al sector empresarial, por medio de una iniciativa de múltiples partes interesadas y compromete a todo tipo de actores sociales, incluidos los organismos públicos, los trabajadores y las organizaciones de la sociedad civil.

Las empresas que participan en el Pacto, iniciaran su participación expresando su apoyo de forma escrita dirigida al director general; en donde, cada participante se compromete a integrar los principios en la estrategia organizacional, cultura y operaciones, para defender públicamente el Pacto Mundial y sus principios y publicar anualmente una "Comunicación sobre el

Progreso", que es una descripción de las formas con las que se apoya el Pacto Mundial y sus diez principios.

Los principios del Pacto se derivan de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos

La Declaración Universal de los Derechos Humanos afirma que tanto los individuos como las instituciones" tiene la obligación de esforzarse "para promover el respeto a estos derechos y libertades y con medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y observancia de efectivos.¹⁴

Ante tan importante "órgano" de la sociedad, las empresas tienen la responsabilidad de promover el respeto de los derechos humanos en todo el mundo. Los convenios de la OIT establecen normas que abarcan todos los aspectos de las condiciones de trabajo y las relaciones laborales.

Algunos de los más importantes cubren 12 normas fundamentales del trabajo; incluyen el derecho a la libertad de asociación, el derecho de sindicación y de

¹⁴ DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS. (2000).

negociación colectiva, y la eliminación del trabajo forzoso. Los Convenios de la OIT son vinculantes para todos los países que los han ratificado.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio, son ocho propósitos de desarrollo humano fijados en la Cumbre del Milenio que tuvo lugar en septiembre del año 2000, en la ciudad de Nueva York, en que representantes de los 189 países miembros de las Naciones Unidas acordaron conseguir para el año 2015, firmando la Declaración del Milenio. Estos objetivos tratan problemas de la vida cotidiana que se consideran graves y/o radicales.

Los títulos de los ocho objetivos, con sus metas específicas, son:

Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.

- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas que sufren hambre.
- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas cuyos ingresos son inferiores a un dólar diario.
- Conseguir pleno empleo productivo y trabajo digno para todos, incluyendo mujeres y jóvenes.

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal.

- Asegurar que en 2015, la infancia de cualquier parte, niños y niñas por igual, sean capaces de completar un ciclo completo de enseñanza primaria.

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.

- Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015.

Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil.

- Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de niños menores de cinco años.

Objetivo 5: Mejorar la salud materna.

- Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna.
- Lograr el acceso universal a la salud reproductiva.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.

- Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.

- Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA de todas las personas que lo necesiten.
- Haber detenido y comenzado a reducir, en 2015, la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves

Objetivo 7: Garantizar el sustento del medio ambiente.

- Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente.
- Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010.
- Reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.
- Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

- Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.

- Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados.
- Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo (mediante el Programa de Acción para el desarrollo sostenible de los pequeños Estados insulares en desarrollo y los resultados del vigésimo segundo período extraordinario de sesiones de la Asamblea General).
- Encarar de manera integral los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales para que la deuda sea sostenible a largo plazo.
- En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a precios asequibles.
- En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones.

Norma ISO 26000 – Responsabilidad Social

La norma ISO 26000 proporciona directrices para la implementación de la responsabilidad social para todo tipo y tamaño de organización, es una guía oportuna y relevante para ayudar a las organizaciones a entender lo que la

responsabilidad social es y lo que hay que hacer para operar de una manera socialmente responsable.

Un grupo de trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) tuvo la tarea de elaborarla. Finalmente fue publicada la norma en noviembre de 2010.

No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

El NWIP (New WorkItem Project) en el anexo B, se plantea el propósito o justificación de la norma, las razones para la estandarización y la información detallada sobre los asuntos conceptuales relacionados a RS. El objetivo que se plantea es el de:

- Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los accionistas y grupos de interés, incluyendo a los gestores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a 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 a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.

- Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

- Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.
- Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los accionistas y grupos de interés (incluyendo a los gestores);
- Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;
- Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos,

las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

La norma ISO 26000 indica los 7 principios de la responsabilidad social:

1. Responsabilidad
2. Transparencia
3. El comportamiento ético
4. El respeto por los intereses de las partes interesadas
5. El respeto por el imperio de la ley
6. El respeto de las normas internacionales de comportamiento
7. El respeto por los derechos humanos

Adicionalmente la norma expone las Materias fundamentales de la responsabilidad social:

- *Gobernanza de la Organización:* La gobernanza es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. En lo que respecta a la RS, la gobernanza es quizá el pilar más importante, pues es a través de su toma de decisiones que una organización puede hacer posible un cambio hacia una conducta

socialmente más responsable. De hecho, la gobernanza tiene la peculiaridad de ser una materia fundamental y, al mismo tiempo, un instrumento imprescindible para que las organizaciones aborden el resto de materias fundamentales.

- *Derechos Humanos:* La ISO 26000 recomienda a las organizaciones que hagan un esfuerzo por conocer la normativa internacional sobre derechos humanos, incluyendo la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) y el Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). El compromiso con el respeto y la protección de los derechos humanos debe existir independientemente de la capacidad o disposición del Estado en el cual opera la organización para cumplir con sus propias obligaciones en materia de derechos humanos.
- *Prácticas Laborales:* De acuerdo con la Guía, las prácticas laborales son un eje fundamental desde el cual una organización puede influir en el contexto social. Por ello, se trata de que la empresa maximice su contribución a la sociedad a través de unas prácticas laborales adecuadas como, por ejemplo, la creación de empleo, el respeto de la jornada laboral y el pago de un salario justo. Estas políticas y prácticas se recogen en las normas laborales internacionales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en concreto, en la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento.

- *El Medio Ambiente:* La Guía identifica una serie de principios que la organización debería incorporar para llevar a cabo una adecuada gestión en materia medioambiental y que son: la responsabilidad medioambiental (asumir las consecuencias de sus actos), el enfoque precautorio (no desarrollar actividades si no se sabe con certeza qué impactos puede acarrear en el medio ambiente o en la salud), la gestión de riesgos (minimizar posibles impactos negativos) y la aplicación del principio “quien contamina paga” (asumir el costo de la contaminación generada por sus actividades).
- *Prácticas Justas de Operación:* Las prácticas justas de operación hacen referencia a la necesidad de que la organización tenga un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas. Para la ISO 26000, las prácticas justas de operación pueden ser una útil herramienta para generar resultados socialmente favorables, por ejemplo, proporcionando liderazgo y promoviendo conductas de responsabilidad social en la esfera de influencia de la organización.
- *Asuntos de Consumidores:* La ISO 26000 destaca la importancia de que la organización asuma ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible, y elaborando bienes y prestando servicios que estén al alcance de todas las personas, incluyendo las más vulnerables, entre otras posibles acciones que toda organización debería considerar. La Guía

también recomienda tener la responsabilidad de retirar productos del mercado que puedan ocasionar daños, y en caso de que se manejen datos privados, asegurarse de que se mantiene la privacidad de los consumidores.

- *Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad:* Para que la responsabilidad social pueda ser desarrollada en su totalidad, la ISO 26000 propone desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo político, económico y social de las comunidades que estén dentro de su esfera de influencia.

Memorias de Sostenibilidad (GRI)

La elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. “La elaboración de memorias de sostenibilidad” es un término muy amplio que se considera sinónimo de otros términos también utilizados para describir la información relativa al impacto económico, ambiental y social (por ejemplo, triple cuenta de resultados, informes de responsabilidad corporativa, etc.).

Una memoria de sostenibilidad deberá proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, e incluirá tanto contribuciones positivas como negativas.

Las memorias de sostenibilidad que se basan en el Marco de elaboración de memorias del GRI presentan los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente periodo informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptado por la organización. Las memorias se pueden utilizar, entre otros, para los siguientes propósitos:

- Estudio comparativo y valoración del desempeño en materia de sostenibilidad con respecto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias.
- Demostración de cómo una organización influye en y es influida por las expectativas creadas en materia de desarrollo sostenible.
- Comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a lo largo del tiempo.

El Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad describe el contenido general, así como contenidos sectoriales específicos, acordados por una amplia gama de grupos de interés en todo el mundo, los cuales se consideran generalmente aplicables para la descripción del desempeño de una organización en materia de sostenibilidad.

La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad consta de un conjunto de Principios que tienen como finalidad definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluye los denominados Contenidos básicos, que están formados por los Indicadores

de desempeño y otros apartados, así como una serie de pautas sobre aspectos técnicos relacionados con la elaboración de memorias.

Norma ISO 9001 en Gestión de Calidad

La RSE apoya a que las empresas adopten nuevas normas de calidad a sus procedimientos, como es la ISO 9001 que se enfoca en las necesidades o requerimientos de clientes y de otra parte asegura a la empresa que estos clientes estén debidamente identificados, registrados y que cumplan con el estándar que se requiere.(Hockerts y Moir, 2004).

Adopción de la Norma OHSAS 18001 en Gestión de Salud y Seguridad

La RSE permite que la empresa puede adoptar la Norma OHSAS 18001 para la gestión de la salud laboral y seguridad de sus empleados, contratistas, clientes y el público en general, siendo un aspecto que las empresas no pueden ignorar.

3 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

3.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA ECUATORIANA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

3.1.1 Definición de Industria Manufacturera

“La industria manufacturera se refiere a aquellas industrias que implican la fabricación y transformación de productos, creación de nuevos productos o en la adición de valor.” (Briones, 1988:23).

La industria manufacturera representa una parte significativa del sector industrial en los países desarrollados. Los productos finales o bien pueden servir como un producto terminado para su venta a clientes o como productos intermedios utilizados en el proceso de producción.

Las industrias manufactureras surgieron con la aparición de las transformaciones tecnológicas y socioeconómicas en los países occidentales en el siglo 18 y 19. Esto fue ampliamente conocido como la revolución industrial. Comenzó en Gran Bretaña y reemplazó a la producción intensiva de mano de obra textil con la mecanización y el uso de los combustibles.¹⁵

¹⁵ E., CAMPOS. (1996). *Dirección Estratégica de la Empresa*. Madrid: Pirámide. p. 64.

Las industrias manufactureras son la principal riqueza de producción de los sectores de una economía. Estas industrias utilizan diferentes tecnologías y métodos ampliamente conocidos como la gestión de procesos de fabricación. Las industrias manufactureras se categorizan ampliamente en las industrias de ingeniería, industrias de la construcción, la electrónica, las industrias químicas, industrias de energía, industrias textiles, industrias de alimentos y bebidas, las industrias metalúrgicas, industrias de plásticos, industrias de transporte y telecomunicaciones.

Las industrias manufactureras son importantes para la economía, ya que emplean una gran proporción de la fuerza laboral en producir los materiales requeridos por los sectores de importancia estratégica, como la infraestructura y la defensa nacional. Sin embargo, no todas las industrias manufactureras son beneficiosas para el país ya que algunos de ellos generan externalidades negativas con enormes costos sociales. El costo de dejar que esas industrias florecer incluso superiores a los beneficios generados por ellos.¹⁶

3.1.2 La Industria Manufacturera en el Ecuador

3.1.2.1 Antecedentes

La industrialización se produjo más tarde en Ecuador que en la mayoría de los otros países de América Latina. Todavía en 1960, el sector industrial pequeño consistía casi enteramente de la producción textil, procesamiento de alimentos y la actividad artesanal. La fabricación comenzó a desarrollarse en la década de 1960 a mediados, y durante la

¹⁶ Cfr. M., DÁVALOS. (1998). *Documento Marco sobre las micro, pequeñas y medianas empresas*. Ecuador: Fundación Ecuador. p. 61.

década de 1970, impulsado por los ingresos derivados del petróleo y las exportaciones a otros países en el Mercado Común Andino.

En la década de 1970, la industria manufacturera fue el sector más dinámico de la economía, produciéndose un estancamiento en la década de 1980, sin embargo tuvo un crecimiento promedio anual de sólo el 0,8 por ciento para el período 1981-87. En 1987 representó más del 17 por ciento del PIB.¹⁷

El procesamiento de alimentos y fabricación de textiles representaron casi el 60 por ciento del valor total de la industria manufacturera en 1986. Minerales no metálicos y metales compone el 12 por ciento del valor total; todas las demás industrias representaron el balance.

La mayoría de los establecimientos industriales fueron pequeños y poco más que las operaciones artesanales. Un censo industrial del gobierno a principios de 1980 una lista de más de 35.000 empresas, pero sólo 28 de ellos tenían más de 500 empleados, más de 31.000 tenían entre 1 a 4 trabajadores. Propietarios individuales de propiedad y gestión la mayoría de las empresas. Tiendas de calzado, carpinteros, fabricantes de muebles o representado casi la mitad de los establecimientos que figuran en el censo.

¹⁷ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Junio 2002). *Dirección General de Estudios - Consejo Nacional de Competitividad*. Boletín de Competitividad No. 1.

Guayaquil fue el centro industrial más importante, seguido de Quito. Juntas, las dos ciudades representan cerca de dos tercios del empleo total de la fábrica. Plantas agrícolas y de procesamiento de bebidas, aserraderos, astilleros, fundiciones de hierro, y las plantas cementeras y químicas fueron las principales industrias de Guayaquil. La producción textil y de procesamiento de alimentos encabezó la lista de las actividades industriales en Quito. El gobierno había hecho un intento en la década de 1970 para dispersar la actividad industrial mediante la promoción de parques industriales en otras ciudades, con cierto éxito.¹⁸

Fresado de refinación de azúcar, molienda de arroz y harina fueron algunos de los sectores más importantes de la industria de procesamiento de alimentos. Dos molinos de azúcar dominaba la industria y procesado la mayor parte del azúcar de uso doméstico. Molienda del arroz se concentró en la Costa y consistía en numerosas fábricas de propiedad pública, así como las privadas más pequeñas. La mayoría de los molinos de harina se encontraban cerca de las grandes ciudades de la sierra y se utiliza trigo cultivados localmente, los tres grandes molinos de harina de trigo cerca de Guayaquil utilizado principalmente importados. Ecuador también tuvo una gran industria de la panificación, y casi todas las ciudades tenían panaderías comerciales que producen pan y pasteles.

La industria textil, que se ubicó junto a la transformación de los alimentos en el valor de la producción, se concentró en la Sierra, donde se originó como una extensión de la casa de tejer. La mayoría de las

¹⁸ M., DÁVALOS. (1998). *Op. Cit.* p. 61.

plantas textiles se mantuvo pequeña, aunque una empresa de Quito fue uno de los mayores empleadores del país.

La industria de la construcción mostró una disminución constante durante la década de 1980 y representaron sólo el 4 por ciento del PIB en 1987. Debido a que más del 95 por ciento de la construcción en Ecuador como resultado de proyectos financiados por el gobierno, la industria sigue siendo muy vulnerable a los períodos de austeridad en el gasto público. De hecho, el año de crecimiento del sector sólo en la década de 1980 se produjo en 1987, lo que refleja en gran escala reconstrucción carretera después del terremoto. Las altas tasas de interés y la escasez de cemento también se ve obstaculizada proyectos de construcción.

Actividad artesanal constituye una gran parte de la mano de obra de fabricación. Aunque muchos de los artesanos tenían considerables habilidades en ocupaciones tales como tejido, sus salarios eran los más bajos de la fuerza de trabajo, y como máquina de tejer se extendió más sus habilidades eran cada vez más obsoleto. En la década de 1980, el gobierno ofreció créditos y préstamos especiales para fomentar una transición de talleres artesanales para pequeñas fábricas.¹⁹

El mayor número de artesanos producen ropa y muebles. Este grupo incluía a modistas, sastres, zapateros, ebanistas y carpinteros. Varios miles de artesanos adicionales eran orfebres plateros.

¹⁹ *Ibíd.* p. 94.

3.1.2.2 La Industria Manufacturera - Período 2006 - 2011

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador del año 2011, la industria manufacturera aportó con \$5919 millones, para el PIB; esto significa un incremento del 9,30% con relación al 2010. La industria de productos químicos, caucho y plástico aportaron con \$436 millones al PIB que equivale a un incremento del 10,3%²⁰, y la del papel con el 5,2%.

Desde el año 2001 al 2010, el PIB industrial, tuvo un crecimiento promedio del 5%, en la que el PIB del sector manufacturero (excluyendo la producción petrolera) en el 2009, representó casi el 14% del PIB total, que equivalió a \$ 3.290 millones, como lo explica e siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 2: Participación de la Industria manufacturera en el PIB en porcentajes (%)



Fuente: BCE, 2010

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

²⁰ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. *Estadísticas 2011*.

a) Sectores industriales y su crecimiento

Los principales sectores industriales son la industria manufacturera, servicios y comercio, la explotación de minas y canteras y el sector de la construcción. La industria manufacturera ocupa el tercer lugar con una participación en el PIB industrial del 13,6%, después de la de servicios y comercio que representan el 16,1% y 14,5% del PIB.²¹

Dentro de la industria manufacturera este 13,6% está distribuido así:

- Alimentos y Bebidas: 55%.
- Textil y Cuero: 14%.
- Madera y productos de madera: 10%.
- Plástico y caucho: 7%.
- Metalmecánico: 6%.
- Papel y productos de papel: 4%.

Todos estos sectores constituyen el 95% de la industria manufacturera.

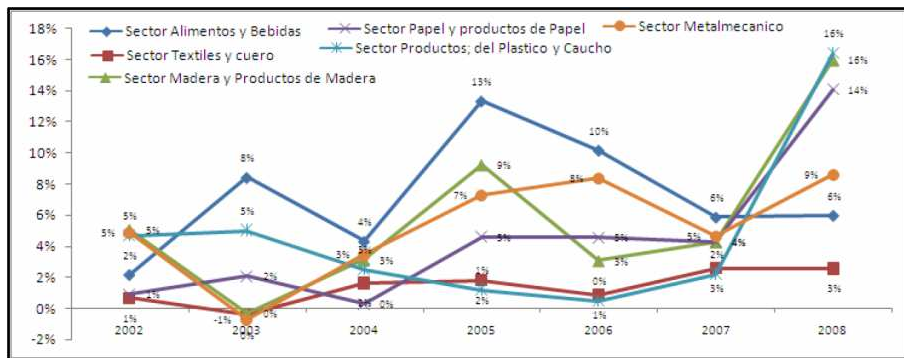
²¹ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Junio 2002). *Dirección General de Estudios - Consejo Nacional de Competitividad*. Boletín de Competitividad No. 1.

GRÁFICO N° 3: Participación de los sectores económicos en el PIB



Fuente: BCE, 2010
 Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

GRÁFICO N° 4: Crecimiento de Ramas Industriales



Fuente: BCE, 2010
 Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Para el objetivo de este proyecto, la industria metalmeccánica tiene un crecimiento del 6%.

b) Numero de empresas en el sector manufacturero en el Ecuador

Según datos del INEC, en el Ecuador existen 1507 empresas en el año 2011, representando casi el 30% del total de empresas del sector industrial.²²

CUADRO N° 1: Sector manufacturero-Numero de empresas 2011

SECTOR MANUFACTURERO		
Sector	Total empresas	Peso del sector
Alimentos	410	27,21%
Textiles	285	18,91%
Madera	59	3,92%
Papel	47	3,12%
Químicos	119	7,90%
Caucho - Plástico	107	7,10%
Metales	81	5,37%
Maquinaria	69	4,58%
Vehículos	46	3,05%
Muebles - Joyas	116	7,70%
Otros	168	11,15%
Total	1507	

Fuente: Superintendencia de Compañías, 2010

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Según el tamaño de la industria las empresas o compañías se dividen

en:

- PYMEs
- Grandes
- No definidas

²² INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS - INEC. (2011). *Anuario de diagnóstico económico*.

Las PYMEs representan el 55,8%, las Grandes el 7,30% y las no definidas el 36,9%, según se puede observar en el Cuadro N° 2.

CUADRO N° 2: Industria en porcentajes

INDUSTRIA EN %	
TAMAÑO INDUSTRIA	2009
GRANDE	7,30%
MIPYMES	55,8%
NO DEFINIDA	36,9%

Fuente: Superintendencia de Compañías, 2010

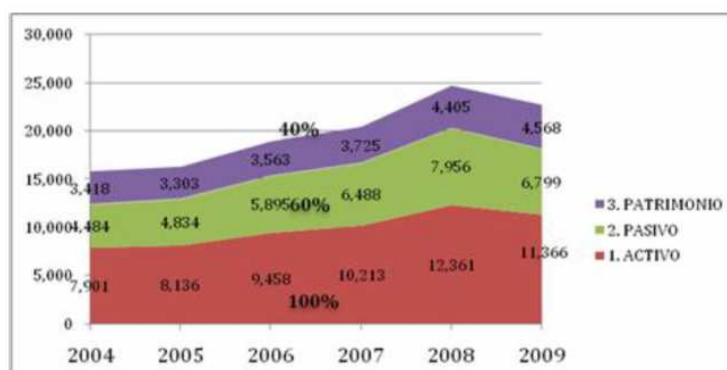
Elaborado por: Fabián Zárate

La mayor parte de empresas en el sector manufacturero pertenecen a la industria de alimentos y bebidas con el 27,21%, le siguen la de textiles y madera con el 18,91% y 3,92% respectivamente. La industria de metales ocupa el 5,37% de las empresas para un total de 81 empresas promedio.²³

3.1.3 Activos, Pasivos y Patrimonio del Sector Manufacturero

Los activos de este sector cayeron a 4,5 millones de dólares en el 2009, con una capacidad de financiamiento con recursos propios del 40% y con recursos externos del 60%.

²³ *Ibíd.*

GRÁFICO N° 5: Balance del sector manufacturero en millones de dólares

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

3.1.4 Utilidades del Sector Manufacturero

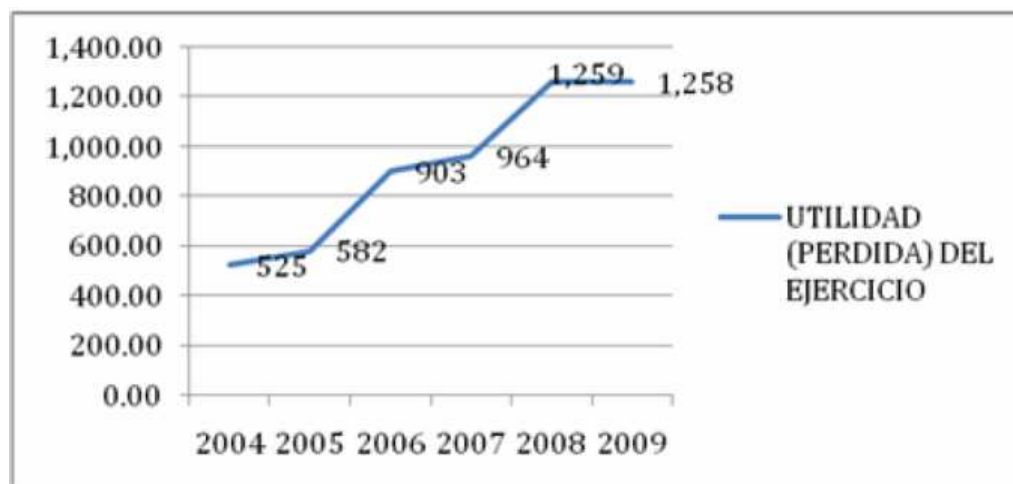
Las utilidades del sector manufacturero se han duplicado desde el 2004 al 2009, debido al apareamiento de empresas nuevas, teniendo una rentabilidad sobre ventas del sector del 8%, que para el 2011 llegó al 12%.²⁴ Según informe de la Superintendencia de Compañías, junio 2011, las principales empresas que obtuvieron grandes utilidades son:

- Quifatex
- Maresa
- Pronaca
- Holcim
- Cervecería Nacional
- Holdingdine s.a. corporación industrial y comercial
- La Farge Cementos
- Nestlé Ecuador

²⁴ ECUADOR. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (2011). *Informe Estadístico*.

- ARCA
- Fertisa
- Cartopel

GRÁFICO N° 6: Utilidades del sector manufacturero en millones de dólares



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

GRÁFICO N° 7: Empresas más rentables sobre ventas: Sector no petr+olero

LAS 50 EMPRESAS MAS RENTABLES SOBRE VENTAS / SECTOR NO PETROLERO						
Pos.	RAZÓN SOCIAL	LOGO	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA / VENTAS	PROVINCIA
1	HOLCIM ECUADOR S.A.		358,28	104,91	29,28%	GUAYAS
2	CERVECERIA NACIONAL CN S.A.		321,09	81,13	25,27%	AZUAY
3	CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A. CONECEL		1.247,89	272,66	21,85%	GUAYAS
4	LAFARGE CEMENTOS S.A.		140,54	26,43	18,80%	PICHINCHA

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

3.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

3.2.1 Antecedentes del Subsector CIU C25

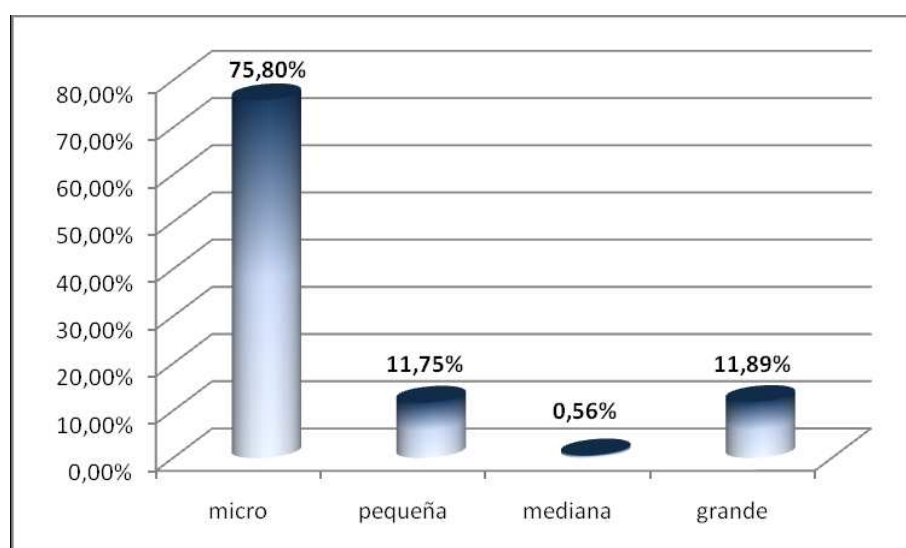
Según la Unidad de Análisis y Síntesis del INEC para el año 2012, el subsector CIU C25 pertenece a la fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, cuya trayectoria en el Ecuador, agrupa una serie de detalles o antecedentes históricos²⁵ como son:

- En el Ecuador, el sector dedicado a la fabricación de productos elaborados de metal sin tomar en cuenta maquinaria y equipo empezó produciendo productos de la siderurgia como son acero, automóviles (marca Andino), carrocerías de buses, herramientas, pernos, tuercas, arandelas, tornillos, entre otros productos.
- El desarrollo del sector de elaborados de metal tuvo poco crecimiento, en donde es más una actividad artesanal que industrial.
- Según el INEC, para el año 2010 la mayor parte de empresas del sector de elaborados de metal fueron Pymes, en donde su fuerza aboral represento el 87,55% del total de obreros de este sector.

²⁵ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS - INEC. (2012). *Unidad de Análisis y Síntesis*.

- Las remuneraciones en este sector promedian los \$ 361 mensuales para el 2011, empleando en su mayoría a hombres.
- El 90% de los trabajadores de este sector son hombres.

GRÁFICO N° 8: Porcentaje de trabajadores de metalmecánica por tamaño de empresa



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

3.2.2 PYMEs Metalmecánicas

Según información estadística del INEN, 2010, las PYMEs metalmecánicas poseen el 71% de obreros, el 27% y 2% son empleados y dueños de las empresas, la compra de materias primas fue de \$ 855 mil, que comparada con las compras de materias primas realizadas por las demás industrias manufactureras es un 15,20% menor su monto.²⁶

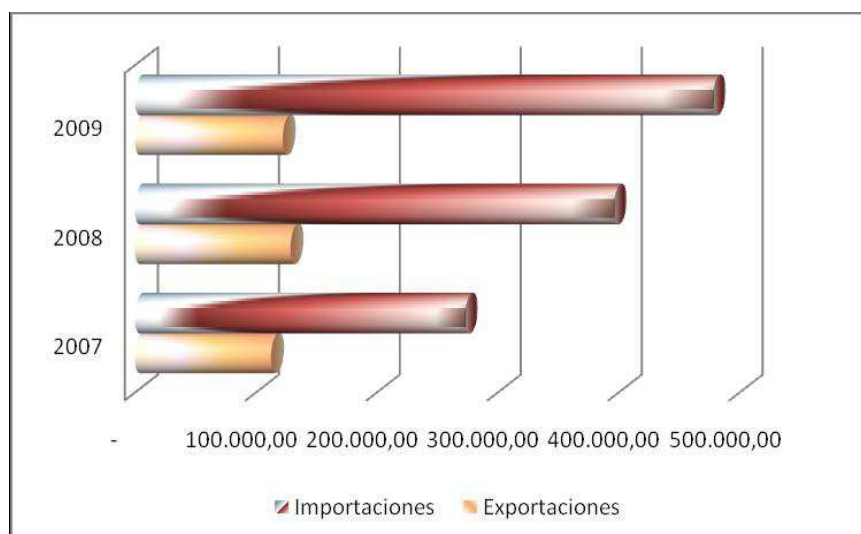
²⁶ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS - INEC. (2011). *Anuario de diagnóstico económico*.

La inversión, en las pymes metalmeccánicas, fue de \$ 70 mil en el 2007, y para las demás industrias manufactureras, la inversión promedió los \$ 73 mil; pero en cuanto a impuestos pagados las pymes metalmeccánicas pagaron \$ 187 mil, y para el resto de sectores fue \$150 mil.

3.2.2.1 Comercio Exterior de las PYMEs Metalmeccánicas

El comercio exterior de productos de metalmeccánica esta caracterizado por un mayor volumen y montos de importaciones que de las exportaciones, por tal razón existe un déficit en la balanza comercial para este sector de la economía.

GRÁFICO N° 9: Comercio Exterior de las Pymes metalmeccánicas



Fuente: BCE, 2011

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Así lo respalda el BCE en sus cifras 2007-009, al afirmar que los valores de exportación por bienes derivados de la industria metalmeccánica,

promedió los \$121 millones, y las importaciones los \$382 millones²⁷, demostrando un crecimiento acelerado en las importaciones.

La mayor parte de empresas del sector de la metalmecánica son artesanales las cuales representan una gran fuente de trabajo para los ecuatorianos, siendo necesario el diseño e implementación de programas de desarrollo integral para este sector, ya que estas empresas gastan más impuestos, que gastos en materias primas e inversiones.

3.3 CARACTERÍSTICAS DEL CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

La división C25 pertenece a la fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, la cual comprende la fabricación de productos de metal sin aleaciones como son:

- Partes
- Recipientes
- Estructuras

Estos productos tienen la característica de ser estáticos, por tanto la fabricación de armas y municiones también se incluyen en este subsector, pero sin incluir actividades de reparación y mantenimiento, ni su instalación en edificios de productos como calderas para calefacción centralizada.²⁸

²⁷ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Junio de 2010). *Estadísticas de comercio exterior*.

²⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS - INEC. (2011).

3.3.1 Actividades del Subsector CIU C25: Fabricación de Productos Elaborados de Metal, Excepto Maquinaria y Equipo

Las actividades de esta división son las siguientes:

CUADRO N° 3: Subactividades del Subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo

FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL, TANQUES,
DEPÓSITOS, RECIPIENTES DE METAL Y GENERADORES DE VAPOR.
<i>FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL, TANQUES, DEPÓSITOS,</i>
<i>RECIPIENTES DE METAL Y GENERADORES DE VAPOR.</i>
C2511 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL.
C2512 FABRICACIÓN DE TANQUES, DEPÓSITOS Y RECIPIENTES DE METAL.
C2513 FABRICACIÓN DE GENERADORES DE VAPOR, EXCEPTO CALDERAS DE AGUA CALIENTE PARA
CALEFACCIÓN CENTRAL.
C2520 FABRICACIÓN DE ARMAS Y MUNICIONES.
C2591 FORJA, PRENSADO, ESTAMPADO Y LAMINADO DE METALES; PULVIMETALURGIA.
C2592 TRATAMIENTO Y REVESTIMIENTO DE METALES; MAQUINADO.
C2593 FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE CUCHILLERÍA, HERRAMIENTAS DE MANO Y ARTÍCULOS DE
FERRETERÍA.
C2599 FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL N.C.P.

Fuente: Superintendencias de Compañías

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

3.3.2 Empresas del Subsector C25: Fabricación de Productos Elaborados de Metal, Excepto Maquinaria y Equipo

Las empresas que pertenecen a este subsector son PYMEs de tipo anónimas y de responsabilidad limitada, que para el año 2010, 46 empresas están activas según datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías en este mismo año según Anexo No. 1.

3.4 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO RSE EN LAS PYMES

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que ha ido incorporando, cada vez más, distintas variables acordes a los cambios a nivel global. Además, va exigiendo que se tomen en consideración nuevas áreas, orientadas a una mirada más integral de la empresa.

La importancia de incorporar la RSE en las PYMEs en Chile y en Latinoamérica en general, radica principalmente en que ellas se constituyen en generadoras de empleo para gran cantidad de personas y son un elemento crucial en el desarrollo de los países. Cifras oficiales indican que en Chile el 28,7% de la captación de empleos proviene de las PYMEs, 46% de las microempresas y 18,9% de las grandes empresas.

En Chile se toman en consideración para la implementación del modelo de responsabilidad social empresarial, las siguientes dimensiones:

- Valores y Coherencia
- Público Interno
- Relación con los proveedores
- Relación con los consumidores
- Relación con la comunidad
- Medioambiente

1. *Valores y coherencia:* Se refiere a las políticas y procedimientos tendientes a establecer el marco ético que orienta la gestión de la empresa.

Una empresa que define los principios orientadores de su actuar basados en prácticas transparentes y éticas, y establece procedimientos para que se apliquen en toda su gestión, permite que su negocio sea socialmente responsable.

2. *Público Interno:* Políticas y procedimientos orientados al desarrollo y mejora en la calidad de vida de los trabajadores de la empresa.

Una empresa que se preocupa de su público interno eleva los niveles de satisfacción de los trabajadores, propicia un mejor clima interno por el fomento de las buenas relaciones laborales e incrementa el compromiso de los empleados con la empresa porque estos perciben que ocupan un lugar importante en los ámbitos de gestión de la organización.

3. *Relación con Proveedores:* Políticas y procedimientos que le entregan la estabilidad y posibilidades de desarrollo a los proveedores en el largo plazo.

Una empresa que desarrolla una política de relación con sus proveedores basada en el establecimiento de relaciones a largo plazo y en el desarrollo de las empresas locales, genera confianza tanto en sus inversores como en sus consumidores.

- 4. *Relación con Consumidores:*** Políticas y procedimientos establecidos para asegurar el respeto y la transparencia con los clientes.

Una empresa que se preocupa de la satisfacción de sus consumidores, mejora la fidelidad de ellos y mejora su reputación corporativa.

- 5. *Relaciones con la comunidad:*** Políticas y procedimientos que establecen la vinculación con los públicos de interés y su rol con los distintos grupos que integran la comunidad.

Una empresa que establece políticas de relación con sus grupos de interés y desarrolla programas de inversión social hacia la comunidad, aumenta su ventaja comparativa y su reputación corporativa; a la vez que disminuye las resistencias que ella pueda tener en contra de la empresa.

- 6. *Medioambiente:*** Prácticas, políticas y el diseño e implementación de sistemas de gestión ambiental que aseguren el desempeño sostenible de la empresa.

Una empresa que desarrolla sistemas de gestión o prácticas medioambientales genera un menor impacto en el medioambiente, promoviendo su protección para las futuras generaciones. Asimismo, reduce los costos de sus procesos productivos y mejora su reputación corporativa frente a futuras inversiones.

Un aspecto a destacar es que este modelo de gestión está asociado a una visión de la empresa, donde las actuaciones sociales, económicas y ambientales adquieren la misma relevancia que el desempeño financiero. Se ha relevado la importancia de las actuaciones sociales, económicas y ambientales, como también el papel de los distintos públicos de interés. De este modo, la sustentabilidad de la empresa no depende únicamente de los resultados financieros.

De esta manera en Chile se ha generado un Modelo de Gestión Integral en el cual se incorporan los aprendizajes y se entregan los lineamientos claves para un proceso exitoso de implementación de RSE.

En este proceso, se recogieron materiales y experiencias de diferentes partes del mundo, de entre los que se pueden destacar:

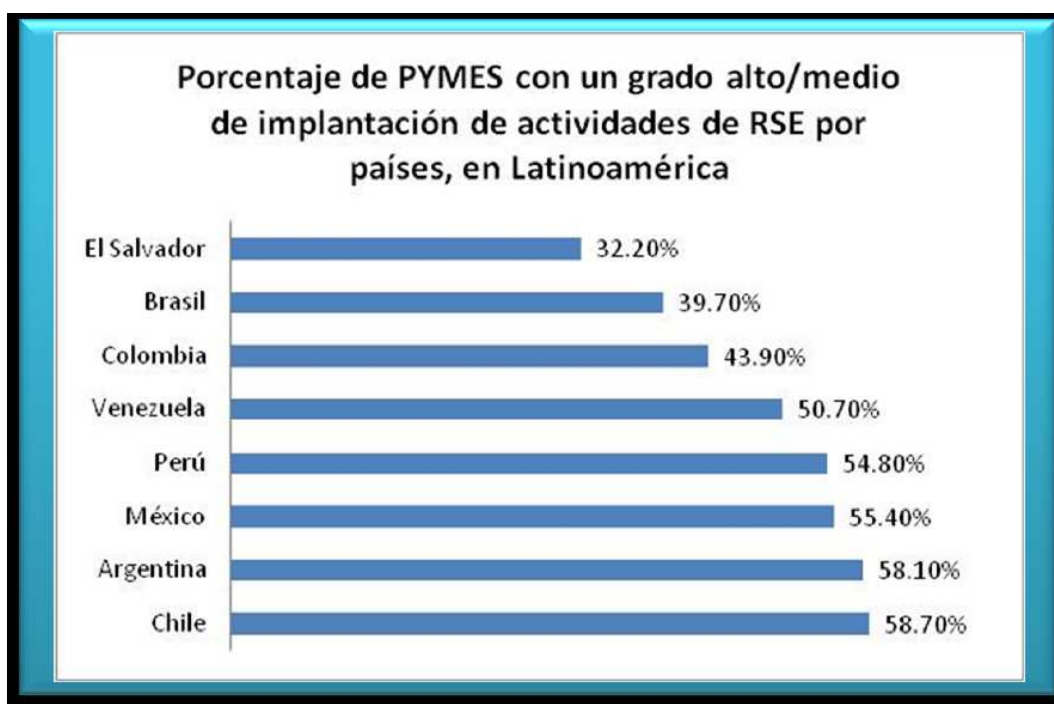
1. “Pacto Global” de Naciones Unidas,
2. Instrumento de evaluación “AA1000” y “Responsible competitiveness index”, diseñado por AccountAbility (Institute of social and ethical accountability),
3. “Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial” diseñados por ETHOS (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil),
4. “Norma GSE21” de Forética (organización sin fines de lucro española que fomenta la gestión de la responsabilidad social de las organizaciones),

5. “Guía para la elaboración de reportes de sostenibilidad” diseñada por GRI (Global Reporting Initiative).

La aplicación de la responsabilidad social en las PYMEs de México

Los estudios demuestran que las PYMES mexicanas, como en los otros países de Latinoamérica, tienen un entorno propicio para la integración de la responsabilidad social con un ambiente de interdependencia, solidaridad y cooperación, que demuestran una identidad colectiva.

GRÁFICO N° 10: Porcentaje de PYMEs con un grado alto/medio de implantación de actividades de RSE por países, en Latinoamérica período 2011-2014



Fuente: Pro-Cei Competitividad e Innovación México

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

La mayoría de las PYMEs de México son empresas familiares – 85% según el ITESM o 98% según el IPADE. En el mundo, las empresas familiares representan 90% del total de las empresas incluyendo empresas tan importantes y poderosas como Levi-Strauss, Marriot, Ford. En el entorno familiar, los miembros se apoyan – también financieramente - y los acuerdos se hacen de palabra, lo que significa un alto nivel de confianza y solidaridad. Las acciones y decisiones se hacen de manera concensuada, lo que demuestra la búsqueda del bienestar colectivo. Los directores deben tomar decisiones para encontrar una manera de compartir este beneficio familiar a todos los miembros de la empresa. También las PYMEs, familiares o no, son las empresas que pueden hacer cambios más fácilmente porque son más flexibles y el proceso de cambio puede ser más rápido que en las organizaciones más grandes.

Beneficios de la implementación de la RSE en las PYMEs Mexicanas

La responsabilidad social genera valor para la empresa, solo teniendo un entorno de bienestar se genera una motivación a los empleados y, más generalmente, el hecho de realizar acciones enfocadas al crecimiento del capital social, tiene efectos económicos favorables para las empresas, porque conociendo el compromiso de la empresa, el mercado va a estar dispuesto a pagar más y va a tener una buena percepción de la empresa. Al contrario, una empresa que no se ve como socialmente responsable, no tiene una buena imagen y eso afecta directamente su valor en el mercado. De hecho, el capital intangible de la empresa - el nombre de la empresa, su reputación, su cultura corporativa y su publicidad, es tan importante como el capital tangible. La integración de la

responsabilidad social en la organización de la empresa generando sentido de interrelación, de pertenencia, de comunidad para alcanzar metas comunes a través de los mismos valores y normas, resulta en un genuino sentido de comunidad.

Grupos de interés en las PYMEs Mexicanas

La responsabilidad social se crea promoviendo y ejerciendo normas morales comunitarias, como la lealtad, honestidad, confiabilidad y responsabilidad. Se fortalece mediante ritos y hábitos de cultura corporativa que promueven la equidad, inclusión e integración al desarrollo, facilitando la capacidad de asociación, solidaridad y conciencia cívica.

Se pueden encontrar diferentes líneas de acción dependiendo de los enfoques: hacia los empleados, la sociedad, los clientes o el medioambiental.

1. RSE orientada a los empleados

- Mejorar las condiciones y la satisfacción en el trabajo.
- Medidas para conciliar la vida laboral y familiar de los empleados.
- Igualdad de oportunidades y diversidad.
- Mejorar la comunicación y la información a los trabajadores para que participen más en las decisiones de la empresa.

- Remuneración justa y responsable, equidad.
- Ayuda financiera para los empleados.

2. RSE orientada al mercado

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

3. RSE orientada a la protección medioambiental

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

- Información a los socios comerciales, clientes o a la sociedad sobre temas medioambientales.

4. RSE orientada a la sociedad

- Integración social o laboral al nivel local.
- Mejora de las infraestructuras locales.
- Donaciones materiales o en especie a instituciones sociales locales.
- Apoyo a la sociedad en un sentido más amplio.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 METODOLOGÍA APLICADA

La investigación concluyente descriptiva provee de información puntual, para que los resultados obtenidos en la investigación sirvan para aportar a las empresas del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, respecto a las actividades de responsabilidad social sostenible que llevan a cabo; por tanto el método que se utiliza en la investigación es la encuesta personal²⁹ y como herramienta básica el cuestionario³⁰ para recopilar la información requerida.

Se utiliza los tipos de investigación concluyente y descriptiva porque:

La *investigación concluyente* es un diseño de investigación en el que los resultados arrojados son definitivos, el proceso de la investigación es formal y estructurado, la muestra es representativa de la población, y el análisis de los datos es cuantitativo, de tal forma que se facilite la toma de decisiones al determinar, evaluar y seleccionar el mejor curso de acción ante una situación dada.³¹

²⁹ M., TAMAYO y TAMAYO. (2009). *Diccionario de la Investigación Científica*. México: Limusa. p. 164. Encuesta: Instrumento de observación formado por una serie de preguntas formuladas y cuyas respuestas son anotadas por el empadronador.

³⁰ *Ibíd.* p. 42. Cuestionario: Instrumento formado por una serie de preguntas que se contestan por escrito a fin de obtener información necesaria para la realización de una investigación.

³¹ G., GARCÍA. (2006). *Investigación Comercial*. España: Esic Editorial. pp. 26-27.

La *investigación descriptiva* consiste en algo más que la recogida y tabulación de datos; se ocupa del análisis e interpretación de los datos que han sido reunidos con un propósito definido, el de la comprensión y solución de problemas. La investigación descriptiva puede ser utilizada para identificar metas u objetivos y señalar los caminos por los que pueden ser alcanzados.³²

Dadas las características de la investigación concluyente descriptiva, se utiliza este tipo de investigación ya que el objetivo de este estudio es analizar e interpretar los datos hallados con el fin de establecer recomendaciones para el subsector estudiado.

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, este será aplicado a los Gerentes de las PYMEs del subsector, muestra seleccionada aleatoriamente o por la persona que el Gerente General designe para contestar la encuesta en representación de la empresa. El cuestionario que se aplica consta de 150 preguntas (ver Anexo No. 1).

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

³² M., TAMAYO y TAMAYO. (2009). *Op. Cit.* p. 105.

- 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 de la empresa como los 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. De manera complementaria pero no menos importante 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 ayuden al propósito de la presente investigación.

4.1.2 Población y Muestra

La población para este estudio son las PYMEs de la industria manufacturera del subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, del Distrito Metropolitano de Quito, constituida por las empresas que según la Superintendencia de Compañías llevan a cabo actividades de fabricación de productos de metal “puro” (como partes, recipientes y estructuras) que normalmente tienen una función estática,

inamovible, también incluye la fabricación de armas y municiones.³³ Para la investigación, a este listado, se agregan las empresas que constan en las bases de datos de investigaciones anteriores y cuya existencia está confirmada.

Para este subsector, la población dada es de 46 empresas entre pequeñas y medianas, válidas para ser encuestadas. Las empresas de este subsector se listan en el Anexo 2.

CUADRO N° 4: Ficha Técnica de la población del CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo

INFORMACIÓN	DATOS
Población	46
Rama de Actividad	C – Industria Manufacturera
Rama de Sub actividad	C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo
Cobertura Geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2012

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

4.1.2.1 Tamaño de Muestra para Proporciones y Poblaciones Finitas

Para obtener la muestra de la población se utiliza la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de tal forma que cada unidad de la población tenga la posibilidad de ser encuestado y cuyos resultados sean fácilmente proyectables.

³³ NACIONES UNIDAS. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)*. Nueva York: Publicación de las Naciones Unidas del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales - División de Estadística. p. 139.

Se aplica la siguiente fórmula para hallar la muestra con poblaciones finitas:

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

Con los datos siguientes se obtiene la muestra:

CUADRO N° 5: Cálculo de la muestra

VARIABLES	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	46
Nivel de confianza		95%
Parámetro crítico	z^2	1,96
Proporción aceptación	p	0,5
Error máximo	e^2	10%
Muestra	N	31

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

$$n = \frac{46 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,10^2 \times (46 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{44,1784}{1,4104}$$

$$n = 31$$

Según la fórmula aplicada, la muestra es de 31 empresas.

4.1.3 Trabajo de Campo

La encuesta utilizada en la investigación se basa en la propuesta UNIAPAC con el Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial, el documento se aplicó a los gerentes o representantes de las empresas que constan en la muestra.

Para este propósito, las empresas fueron contactadas vía telefónica para inicialmente verificar datos y solicitar la cita; algunas empresas concedieron la cita al primer pedido, fijando la fecha para uno o varios días después del primer contacto telefónico. Para concretar las entrevistas en otras empresas fue necesario realizar varias llamadas hasta obtener la apertura de los dirigentes de las mismas.

4.1.4 Tabulación de Datos

Los datos recopilados de la encuesta personal se tabularon y procesaron estadísticamente, utilizando el utilitario Microsoft Excel, los datos se muestran en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, lo que permite su interpretación y análisis, de modo que se llegue al diagnóstico del subsector C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

4.1.5 Metodología UNIAPAC para las PYMEs

La metodología que se utiliza en la presente investigación se basa en la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac Latinoamérica³⁴ y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito.

La metodología propuesta por el Protocolo de la RSE de UNIAPAC se basa en los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), es decir toma en cuenta aspectos como el respeto a la dignidad de la persona humana, el bien común, el destino universal de los bienes, la subsidiariedad, la participación y su aplicación está guiada por cuatro valores íntimamente relacionados entre sí, estos son inherentes a la dignidad de la persona humana y favorecen su auténtico desarrollo, estos son la verdad, la libertad, la justicia y la paz.³⁵

La búsqueda de congruencia con estos principios y valores inicia con el “**Autodiagnóstico de Sostenibilidad**”, para conocer un primer mapa de fortalezas y riesgos y orientar la toma de decisiones y la gestión cotidiana en la propia empresa. Esta herramienta permite, analizar las áreas críticas y concluir ciertas ideas sobre la realidad de este subsector, de tal manera que al finalizar el documento se pueda proponer ciertas recomendaciones para la implementación de la RSE como modelo de gestión estratégica empresarial.

³⁴ UNIAPAC LATINOAMERICANA. (2009). *Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral*.

³⁵ UNIAPAC. (2008). *La Rentabilidad De Los Valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A. C. pp. 12-16.

4.1.5.1 Matriz de Sostenibilidad y Congruencia

Este *Protocolo de la RSE* de UNIAPAC parte de los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), e implica un compromiso personal de ser congruente con ellos. Esta búsqueda de congruencia inicia con el “**Autodiagnóstico de Sostenibilidad**”, para conocer un primer mapa de fortalezas y riesgos y orientar la toma de decisiones y la gestión cotidiana en la propia empresa. Esta herramienta permite, en primer lugar, analizar las áreas críticas y, en un segundo momento, definir indicadores para controlar la acción y el avance en la estrategia de instrumentación diseñada por el equipo de trabajo de la empresa.³⁶

GRÁFICO N° 11: Los componente del Protocolo de R.S.E. UNIAPAC



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

Elaborado por: UNIAPAC

³⁶ UNIAPAC LATINOAMERICANA. (2009). *Op. Cit.* p. 10.

De los 8 pasos que requiere el protocolo de RSE de la Uniapac en el presente trabajo se avanzará hasta el paso número cuatro.

El primer paso se logra al momento que las empresas del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, acceden a conceder la encuesta, ya que están dando a conocer su interés en el tema de responsabilidad social y así se logra el conocimiento y compromiso por parte de las PYMEs.

Para realizar el segundo paso se aplica a las empresas el cuestionario de auto diagnóstico de sostenibilidad, y se procede a tabular los datos obtenidos, con lo cual se puede obtener una visión general de cómo se encuentra el subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, en las tres líneas estratégicas claves: I Ética y Transparencia, II Calidad de Vida y III Generación y Distribución de la Riqueza.

Con los datos tabulados se procede a elaborar la Matriz de Sostenibilidad en la cual se analiza el comportamiento del subsector con cada stakeholder en cada una de las tres líneas estratégicas mencionadas anteriormente.

La MATRIZ de RSE centrada en la persona es la herramienta que al relacionar las tres líneas de acción estratégicas con los ocho grupos de interés se obtienen 24 áreas de acción con los mínimos exigibles. Es la

manera de apreciar comparativamente el resultado del “AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD” determinando sus áreas fuertes y vulnerables para el desarrollo de buenas y constructivas relaciones con los ocho grupos.³⁷

El Cuadro No. 6 muestra los valores máximos posibles a obtener en cada línea estratégica por cada stakeholder. Estos valores son referentes contra los que se comparan los resultados obtenidos para las empresas encuestadas.

CUADRO N° 6: Matriz de sostenibilidad y congruencia

STAKEHOLDERS	LINEAS ESTRATÉGICAS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
						Riesgo 0 a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a)	Accionistas e inversionistas	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 38 puntos			
b)	Personas que integran la empresa	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 46 puntos			
c)	Proveedores	Máximo 12 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 38 puntos			
d)	Distribuidores, clientes y consumidores	Máximo 12 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 44 puntos			
e)	Gobiernos	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 34 puntos			
f)	Comunidad - sociedad	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 36 puntos			
g)	Competencia	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 32 puntos			
h)	Generaciones futuras	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 32 puntos			
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>		100,00	100,00	100,00	300,00	De 0 a 120	De 121 a 225	De 226 a 300
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)								
Bajo De 0% a 40%					De 0 a 120			
Mínimo De 41% a 75%					De 121 a 225			
Sólido De 76% a 100%					De 226 a 300			

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

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Con los datos del cuestionario también se puede determinar cómo actúan las empresas del subsector CIU C25: Fabricación de productos

³⁷ *Ibíd.* p. 20.

elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, frente a cada una de las líneas estratégicas en general y así se calcula el índice de congruencia lo que indica si la empresa tiene un comportamiento bajo (0 a 40 por ciento), medio (41 a 75 por ciento) y sólido (76 a 100 por ciento) con respecto a cada línea estratégica.

Los resultados obtenidos en la autoevaluación indican el grado de congruencia de la responsabilidad social en la empresa, medido como la respuesta que ésta da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona. El empresario, o el equipo directivo, podrán identificar el índice de sostenibilidad global de su empresa conforme al siguiente cuadro:³⁸

CUADRO N° 7: Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa

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

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

Elaborado por: UNIAPAC

³⁸ *Ibíd.* p. 21.

5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1 Ética y Transparencia

La ética en la empresa permite viabilizar la transparencia con la aplicación de principios enfocados a la organización, a su macroentorno, accionistas, empleados, clientes y proveedores. Por tanto la transparencia es la disposición efectiva a mostrar los principios de acción y decisiones para un adecuado control social.

La RSE aplica la ética y transparencia, garantizando la confianza entre todos los stakeholders, la colaboración con la autoridad, capacitar a sus colaboradores en materia de ética y coordinar acciones con otras empresas, en la misma corporación, con la finalidad de concientizar en todos los stakeholders, la práctica de la ética y las buenas prácticas.

En el caso de las 31 PYMEs del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo del DMQ, la RSE en estas empresas, aplica la Línea Estratégica Ética y Transparencia, para cada stakeholders objeto de estudio que son: “Los accionistas e inversionistas“, “Personas que integran la empresa”, “Proveedores”, “Distribuidores, clientes y

consumidores“, “Gobierno“, “Comunidad-sociedad“, “Competencia“ y “Generaciones futuras“, cuyo diagnóstico se expone a continuación:

Como se puede observar para la Línea Estratégica de Ética y transparencia el grupo de interés con mayor RSE es: “Personas que integran la empresa” con 13,10/16 puntos, debido al mayor nivel de integración, cooperación, apoyo y operatividad en las PYMEs. El segundo lugar para el “Gobierno” con 10,48/14 puntos, ya que se afirma su voluntad de acatar leyes, normas, reglamentos y disposiciones del estado en materia económica, financiera o laboral.

Como tercer nivel de importancia esta la ética y transparencia aplicada a “Distribuidores, clientes y consumidores” con 9,55/12 puntos; en la forma como estas PYMEs, comparten con este grupo sus principios y valores a través de sus productos y servicios y la capacidad de integrarlos. Como grupo de riesgo está el de “Generaciones futuras” con 7,77/10 puntos que significa que las PYMEs no dejan bases sólidas de RSE para aplicarlas a futuras expansiones.

Si se compara los resultados obtenidos por cada stakeholder con el valor deseable de cada stakeholder se obtiene que las brechas en porcentaje más representativas para el Subsector CIIU C25: Fabricación de productos de metal excepto maquinaria y equipos es para el stakeholder “Comunidad-sociedad” con una brecha del 35,29 por ciento y 4,94 puntos, seguido por “Gobierno” con el 25,14 por ciento y 3,52 puntos de brecha; por tanto es en estos grupos de interés que las 31 PYMEs del subsector CIIU C25: Fabricación de productos

elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, deberá implementar estrategias de ética y transparencia a sus procesos y operaciones. Luego en un tercer nivel tenemos al stakeholder “Proveedores” con 23,67 por ciento y 2,84 puntos de brecha; seguido de “Generaciones Futuras” con 22,30 por ciento y 2,23 puntos de brecha; “Los Accionistas e Inversionistas” con 21,75 por ciento y 2,61 puntos de brecha; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 20,42 por ciento y 2,45 puntos de brecha; “Personas que integran la empresa” con 18,13 por ciento y 2,9 puntos de brecha y finalmente con la menor brecha se presenta “Competencia” con una brecha de 18,10 por ciento y 1,81 puntos.

CUADRO N° 8: Resultados Línea Estratégica Ética y transparencia

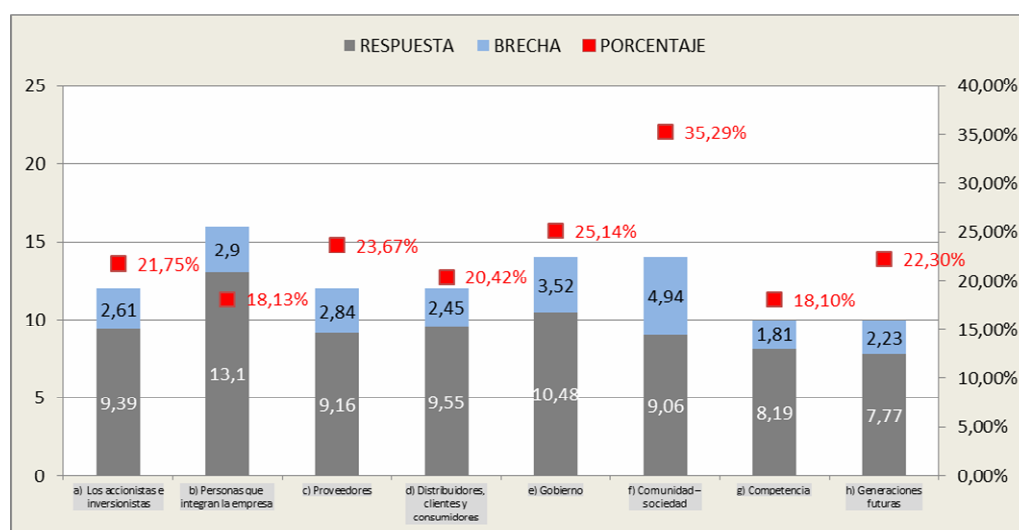
STAKEHOLDERS	Respuesta	Deseable	Brecha	Porcentaje
a) Los accionistas e inversionistas	9,39	12	2,61	21,75%
b) Personas que integran la empresa	13,10	16	2,9	18,13%
c) Proveedores	9,16	12	2,84	23,67%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,55	12	2,45	20,42%
e) Gobierno	10,48	14	3,52	25,14%
f) Comunidad – sociedad	9,06	14	4,94	35,29%
g) Competencia	8,19	10	1,81	18,10%
h) Generaciones futuras	7,77	10	2,23	22,30%
TOTAL	76,71	100	23,30	23,30%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Lo antes mencionado se encuentra de manera resumida en el Gráfico N° 12.

GRÁFICO N° 12: Resultados línea estratégica Ética y Transparencia



Fuente: Cuadro N° 8

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

5.1.2 Calidad de Vida

La calidad de vida comprende varias dimensiones de la persona, lleva consigo la satisfacción de dimensiones físicas, materiales, culturales, laborales, psicológicas y espirituales, así como componentes objetivos y subjetivos del ser humano. La calidad de vida en el trabajo también influye de manera importante en la calidad de vida global, si las condiciones en las que laboran no cumplen con las necesidades de las personas es claro que su condición de vida de manera global puede verse afectada.

Como se puede observar para la Línea Estratégica de Calidad de Vida, el grupo de interés con mayor RSE es: “Distribuidores, clientes y consumidores” con 13,97/16 puntos, por ser el de mayor nivel de integración, cooperación, apoyo y operatividad en las PYMEs.

En segundo lugar, la calidad de vida viabiliza la RSE para las “Personas que integran la empresa” con 13,32/16 puntos, ya que se afirma su compromiso de integrar a este grupo en las decisiones, planes y cultura organizacional de la empresa. Finalmente con un 10,23/14 puntos se encuentran “Los Accionistas e inversionistas”, en donde se demuestra calidad de vida, al ser eficientes con las relaciones laborales con este grupo de interés, como grupo de riesgo está el “Gobierno” con 4,26/10 puntos que significa que las PYMEs no dejan bases solidas de RSE para aplicar planes de desarrollo y del buen vivir.

Si se compara los resultados obtenidos por cada stakeholder con el valor deseable de cada stakeholder, se obtiene que las brechas en porcentaje más representativas para el Subsector CIU C25: Fabricación de productos de metal excepto maquinaria y equipos es para el stakeholder “Gobierno” con una brecha del 57,40 por ciento y 5,74 puntos, seguido por “Comunidad-Sociedad” con el 50,00 por ciento y 5 puntos de brecha; por lo tanto es en estos puntos que el subsector CIU C25: Fabricación de productos de metal excepto maquinaria y equipos deberá implementar estrategias para desarrollar calidad de vida en su macroambiente y microambiente organizacional para poder demostrar eficiencia para cumplir con leyes, normas, reglamentos o disposiciones del Estado.

Luego en un tercer nivel tenemos al stakeholder “Competencia” con 33,90 por ciento de brecha y 3,39 puntos; seguido de “Generaciones Futuras” con 29,83 por ciento y 3,58 puntos de brecha; “Los Accionistas e Inversionistas” con 26,93 por ciento y 3,77 puntos de brecha; “Proveedores” con 24,50 por ciento y

2,94 puntos de brecha; “Personas que integran la empresa” con 16,75 por ciento y 2,68 puntos de brecha y finalmente con la menor brecha se presenta “Distribuidores, clientes y consumidores” con 12,69 por ciento y 2,03 puntos.

CUADRO N° 9: Resultados Línea Calidad de Vida

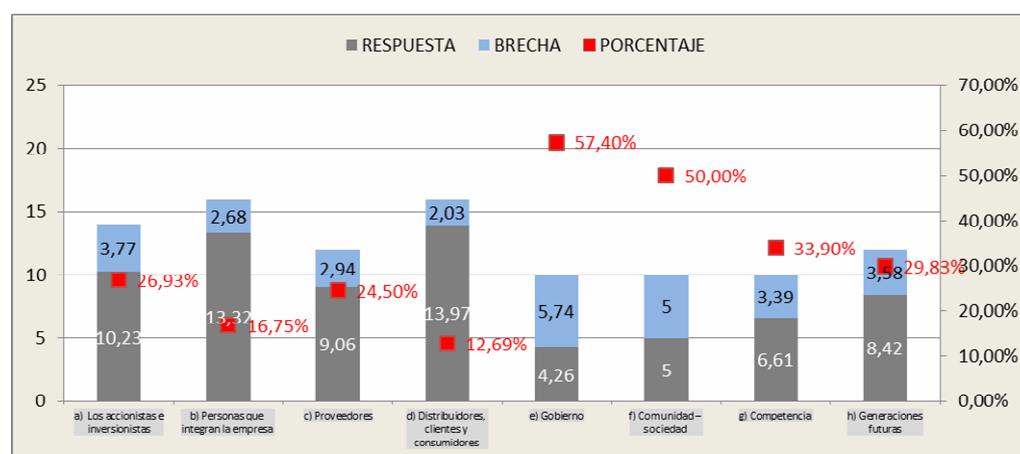
STAKEHOLDERS	Respuesta	Deseable	Brecha	Porcentaje
a) Los accionistas e inversionistas	10,23	14	3,77	26,93%
b) Personas que integran la empresa	13,32	16	2,68	16,75%
c) Proveedores	9,06	12	2,94	24,50%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	13,97	16	2,03	12,69%
e) Gobierno	4,26	10	5,74	57,40%
f) Comunidad – sociedad	5,00	10	5,00	50,00%
g) Competencia	6,61	10	3,39	33,90%
h) Generaciones futuras	8,42	12	3,58	29,83%
TOTAL	70,87	100	29,13	29,13%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Lo antes mencionado se encuentra de manera resumida en el Gráfico N° 13.

GRÁFICO N° 13: Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida



Fuente: Cuadro N° 9

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

5.1.3 Generación y Distribución de la Riqueza

Las empresas tienen a su cargo la responsabilidad de generar la riqueza necesaria para satisfacer las necesidades de todos quienes le rodean, de aportar a la sociedad de manera económica, social y ambiental. Por tanto, la empresa es la encargada de dar a cada factor que intervino en la producción de la riqueza lo que le corresponde por haber contribuido a la generación de bienes y servicios. Contribuir a que las personas mejoren sus condiciones de vida es contribuir a una sociedad más justa y equitativa.

Como se puede observar para la Línea Estratégica de Generación y distribución de la riqueza; el grupo de interés con mayor RSE es: “Distribuidores, clientes y consumidores” con 11,61/16 puntos, con la implementación de programas de desarrollo que los integren con las políticas y objetivos de la empresa. Después encontramos al “Personal que integra la empresa”, con 10,06/14 puntos por ser el de mayor nivel de integración, cooperación, apoyo y operatividad en las PYMEs. Finalmente con un 8,65/12 puntos, están “Los Accionistas e Inversionistas”, en donde estas PYMEs fomentan el desarrollo económico de este grupo, haciéndoles partícipes de dividendos justos y programados; como grupo de riesgo está el de Comunidad-Sociedad con el 6,29/12 puntos.

Si se compara los resultados obtenidos por cada stakeholder vs el valor deseable de cada stakeholder se obtiene que las brechas en porcentaje más representativas para el Subsector C25: Fabricación de productos de metal excepto maquinaria y equipos es para el stakeholder “Comunidad-sociedad” con una brecha del 47,58 por ciento y 5,71 puntos, seguido por “Proveedores”

con el 40,57 por ciento y 5,68 puntos de brecha; por lo tanto es en estos puntos que el subsector deberá implementar estrategias de generación y distribución de la riqueza a sus procesos y operaciones con la comunidad/sociedad.

Luego en un tercer nivel tenemos al stakeholder “Generaciones Futuras” con 29,00 por ciento y 2,9 puntos de brecha; seguido de “Personas que integran la empresa” con 28,14 por ciento y 3,94 puntos de brecha; “Los Accionistas e Inversionistas” con 27,92 por ciento y 3,35 puntos de brecha; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 27,44 por ciento y 4,39 puntos de brecha; “Competencia” con 26,92 por ciento y 3,23 puntos de brecha y finalmente con la menor brecha se presenta “Gobierno” con una brecha de 26,10 por ciento y 2,61 puntos.

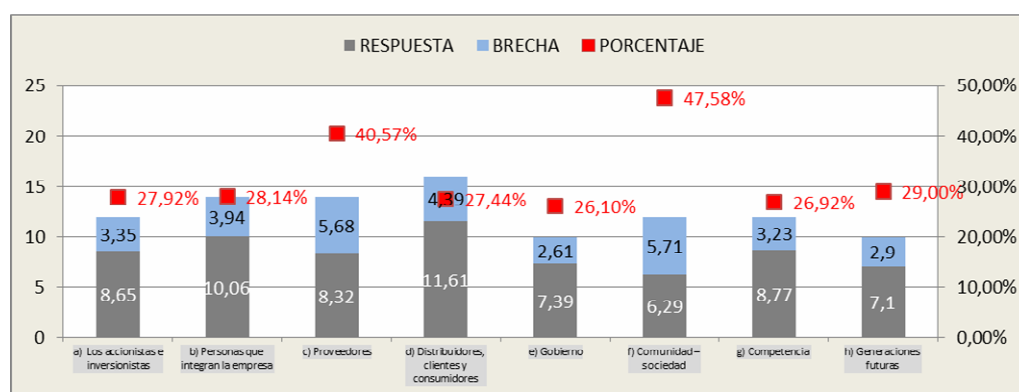
CUADRO N° 10: Resultados Línea Generación y Distribución de la Riqueza

STAKEHOLDERS	Respuesta	Deseable	Brecha	Porcentaje
a) Los accionistas e inversionistas	8,65	12	3,35	27,92%
b) Personas que integran la empresa	10,06	14	3,94	28,14%
c) Proveedores	8,32	14	5,68	40,57%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	11,61	16	4,39	27,44%
e) Gobierno	7,39	10	2,61	26,10%
f) Comunidad – sociedad	6,29	12	5,71	47,58%
g) Competencia	8,77	12	3,23	26,92%
h) Generaciones futuras	7,1	10	2,9	29,00%
TOTAL	68,19	100	29,13	31,81%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

Lo antes mencionado se encuentra de manera resumida en el Gráfico N° 14.

GRÁFICO N° 14: Resultados Línea Estratégica Calidad de Vida

Fuente: Cuadro N° 10

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

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

Con el diagnóstico de las líneas estratégicas de la RSE para las 31 PYMEs del subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, evaluadas en el DMQ, se establecen los índices de sostenibilidad e índice de congruencia, que serán determinantes al momento de definir como se desempeña la RSE en estas empresas que en su mayoría son metalmecánicas.

Los resultados obtenidos muestran la sostenibilidad de la responsabilidad social en el subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, medido como el nivel de gestión realizado por la empresa respecto a la atención de los grupos con los que se relaciona.

Los stakeholders que presentan un mayor nivel de sostenibilidad según los aspectos tomados en cuenta por la Uniapac son: “Distribuidores, clientes y consumidores” con 79,84 por ciento y “Personas que integran la empresa” con 79,31 por ciento.

Los stakeholders que según el índice de sostenibilidad están inestables son: “Los Accionistas e inversionistas” con 74,36 por ciento, seguido por “Competencia” con 73,69; “Generaciones futuras” con 72,78; “Proveedores” con 69,86; “Gobiernos” con 65,09 y “Comunidad – sociedad” con 56,54 por ciento.

Se puede concluir según los resultados del Índice de Sostenibilidad que de los ocho grupos tomados en cuenta según la UNIPAC existen dos stakeholders con sostenibilidad sólida, que representan el 25 por ciento de todos los stakeholders y el resto de stakeholders tomados en cuenta se encuentran inestables representando el 75 por ciento.

CUADRO N° 11: Resultados Índice de Sostenibilidad

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	PUNTOS MÁXIMOS	PONDERACIÓN	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
							Riesgo 0 a 40%	Inestable 41 a 75%	Sólido 76 a 100%
a) Accionistas e inversionistas	9,39	10,23	8,65	28,26	38,00	74,36%		X	
b) Personas que integran la empresa	13,10	13,32	10,06	36,48	46,00	79,31%			X
c) Proveedores	9,16	9,06	8,32	26,55	38,00	69,86%		X	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,55	13,97	11,61	35,13	44,00	79,84%			X
e) Gobiernos	10,48	4,26	7,39	22,13	34,00	65,09%		X	
f) Comunidad - sociedad	9,06	5,00	6,29	20,35	36,00	56,54%		X	
g) Competencia	8,19	6,61	8,77	23,58	32,00	73,69%		X	
h) Generaciones futuras	7,77	8,42	7,10	23,29	32,00	72,78%		X	
TOTAL PUNTOS Máximo 100 puntos por columna	76,71	70,87	68,19	215,77			De 0 a 120	De 121 a 225 144,16	De 226 a 300 71,61

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

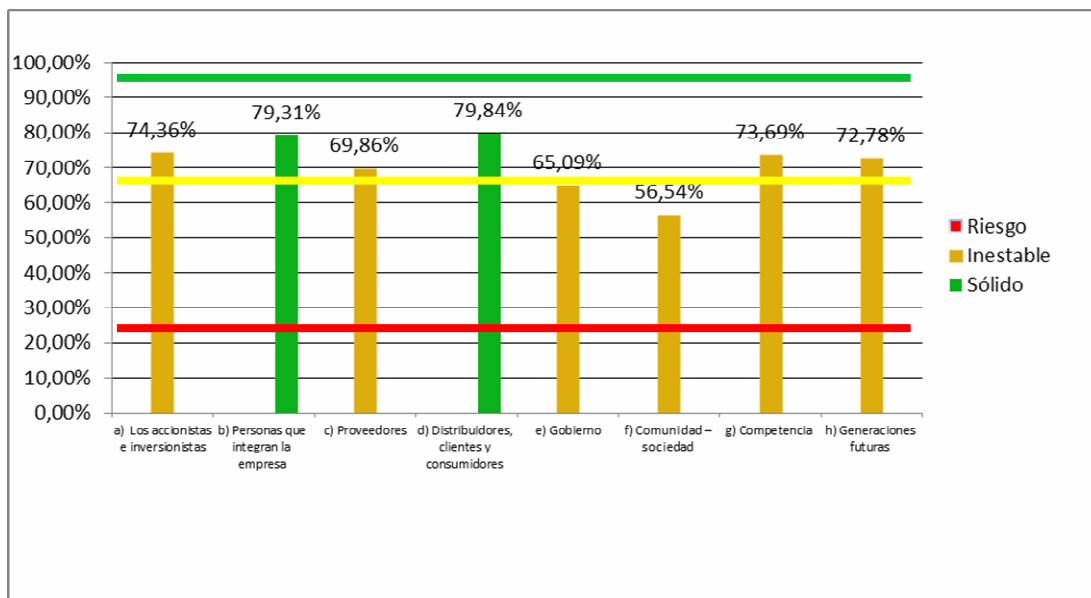
Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

CUADRO N° 12: Índice de Sostenibilidad

STAKEHOLDERS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
	Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas		74,36%	
b) Personas que integran la empresa			79,31%
c) Proveedores		69,86%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores			79,84%
e) Gobiernos		65,09%	
f) Comunidad - sociedad		56,54%	
g) Competencia		73,69%	
h) Generaciones futuras		72,78%	
TOTAL PUNTOS	De 0 a 150 0,00	De 151 a 220 144,16	De 221 a 300 71,61

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

GRÁFICO N° 15: Resumen Índice de Sostenibilidad-Stakeholders

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El índice de congruencia mide la RSE en las PYMEs del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo por cada línea estratégica, estableciendo niveles de medición como: bajo, mínimo y sólido.

Por línea estratégica, el comportamiento de la empresa hacia los stakeholders en el cumplimiento de las expectativas de los grupos con los que se relaciona, indican un nivel de congruencia en Ética y Transparencia de 76,71 por ciento; Calidad de Vida con el 70,87; y finalmente Generación y Distribución de la Riqueza con el 68,19 por ciento.

Comenzando por la línea que tiene el menor puntaje, Generación y Distribución de la Riqueza (68,19 puntos), los stakeholders que afectan negativamente el resultado son: “Comunidad – sociedad” con 6,29/12 puntos; seguido por “Generaciones futuras” con 7,10/10 puntos.

En la línea Calidad de Vida (70,87 puntos), los stakeholders que inciden negativamente en el resultado son: “Gobiernos” con 4,26/10 puntos; “Comunidad-sociedad” con 5,00/10 y “Competencia” con 6,61/10 puntos.

En la línea Ética y Transparencia (76,71 puntos), el stakeholder que incide negativamente en el resultado es: “Generaciones Futuras” con 7,77/10 puntos.

Resultados Índice de Congruencia

LÍNEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	PUNTOS MÁXIMOS	PONDERACIÓN
a) Accionistas e inversionistas	9,39	10,23	8,65	28,26	38,00	74,36%
b) Personas que integran la empresa	13,10	13,32	10,06	36,48	46,00	79,31%
c) Proveedores	9,16	9,06	8,32	26,55	38,00	69,86%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	9,55	13,97	11,61	35,13	44,00	79,84%
e) Gobiernos	10,48	4,26	7,39	22,13	34,00	65,09%
f) Comunidad - sociedad	9,06	5,00	6,29	20,35	36,00	56,54%
g) Competencia	8,19	6,61	8,77	23,58	32,00	73,69%
h) Generaciones futuras	7,77	8,42	7,10	23,29	32,00	72,78%
TOTAL PUNTOS	76,71	70,87	68,19	215,77		
MÁXIMO PUNTOS	100,00	100,00	100,00		300,00	
PORCENTAJE	76,71%	70,87%	68,19%			
INDICE DE CONGRUENCIA						
(poner "X" en donde corresponda)						
Bajo De 0 a 40%				De 0 a 120		
Mínimo De 41 a 75%		X	X	De 121 a 225 139,06		
Sólido De 76 a 100%	X			De 226 a 300 76,71		

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

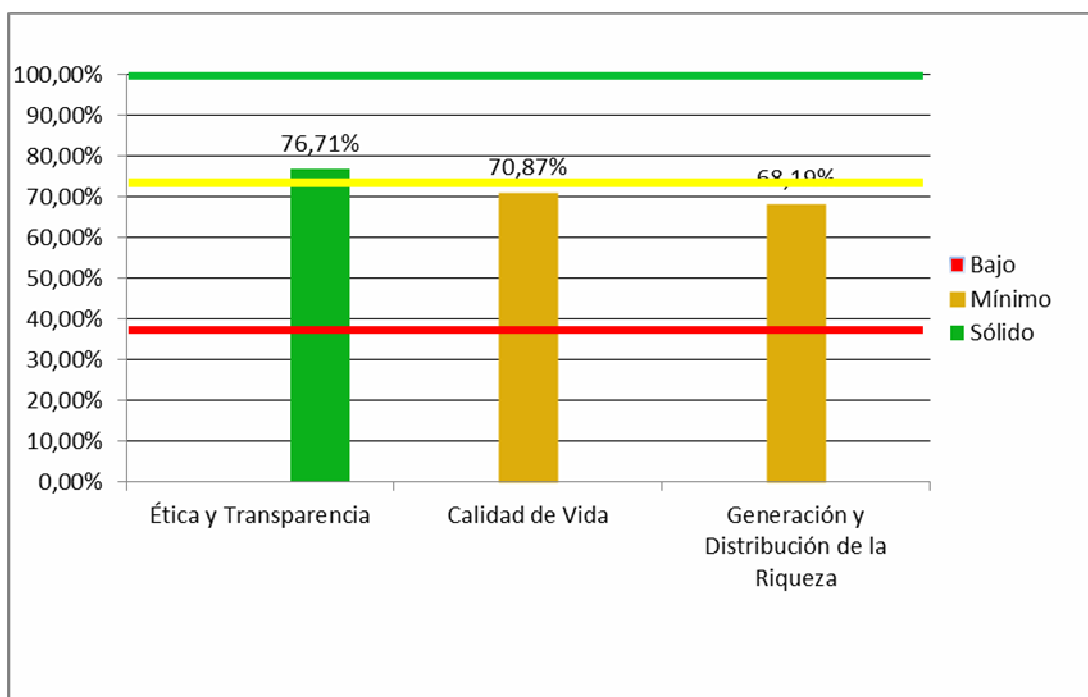
Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

CUADRO N° 13: Índice de congruencia

	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	
Bajo De 0 a 40%				De 0 a 120
Mínimo De 41 a 75%		70,87%	68,19%	De 121 a 225 139,06
Sólido De 76 a 100%	76,71%			De 226 a 300 76,71

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

GRÁFICO N° 16: Resultados Índice de congruencia

Fuente: UNIAPAC / Trabajo de campo Proyecto de Investigación

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

En el Cuadro N° 14 Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa, se muestran las puntuaciones bajo las cuales se clasifican los niveles de sostenibilidad.

Los resultados obtenidos muestran la sostenibilidad de la responsabilidad social en el subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, medido como el nivel de gestión realizado por la empresa respecto a la atención de los grupos con los que se relaciona.

Los stakeholders que presentan un mayor nivel de sostenibilidad según los aspectos tomados en cuenta por la Uniapac son: “Distribuidores, clientes y consumidores” con 79,84 por ciento y “Personas que integran la empresa” con 79,31 por ciento, lo que evidencia que las empresas tienen una gestión sólida y sostenible en el largo plazo para estos dos grupo de interés.

Los stakeholders que según el índice de sostenibilidad están inestables son: “Los Accionistas e inversionistas” con 74,36 por ciento, seguido por “Competencia” con 73,69; “Generaciones futuras” con 72,78; “Proveedores” con 69,86; “Gobiernos” con 65,09; y “Comunidad – sociedad” con 56,54 por ciento, lo que evidencia que se han iniciado acciones hacia una actuación integralmente responsable, pero hay que identificar áreas desatendidas que podrían estar en riesgo.

Se puede concluir según los resultados del Índice de Sostenibilidad que de los ocho grupos tomados en cuenta según la UNIPAC existen dos stakeholders con

sostenibilidad sólida, que representan el 25 por ciento de todos los stakeholders y el resto de stakeholders tomados en cuenta se encuentran inestables 75 por ciento.

CUADRO N° 14: Grado de solidez y sostenibilidad de la empresa

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

Fuente: UNIAPAC

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 De la Validación de la Información

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta "Si", en cuanto a I. Ética y Transparencia corresponde al 66%, II. Calidad de Vida 61% y III. Generación y Distribución de la Riqueza 57%; se observa que para todas las líneas estratégicas las puntuaciones son las mayores, esto se justifica debido a las características propias del subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta "Parcialmente", en cuanto a I. Ética y Transparencia corresponde a 21%, II. Calidad de Vida 20% y III. Generación y Distribución de la Riqueza 22%; respecto de esta respuesta se puede observar que en todas las líneas estratégicas el puntaje es el intermedio.

De la interpretación de los datos obtenidos, se puede concluir que para la respuesta "No", en cuanto a I. Ética y Transparencia corresponde a 13%, II. Calidad de Vida 19% y III. Generación y Distribución de la Riqueza 21% por

ciento; respecto de esta respuesta se puede observar que en todas las líneas estratégicas el puntaje es el menor.

Los datos reflejan que el empresario reconoce que está asumiendo sus responsabilidades sociales, que sus esfuerzos han sido dirigidos a convertirse en empresa éticas y transparentes, respecto de la calidad de vida los empresarios aceptan que las responsabilidades respecto de sus stakeholders están siendo cumplidas en un 60% y que la generación y distribución de la riqueza se está dando en un 57%.

CUADRO N° 15: Validación de la información

Respuesta	I. ÉTICA Y TRANSPARENCIA		II. CALIDAD DE VIDA		III. GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	
	Número de Respuestas	Porcentaje	Número de Respuestas	Porcentaje	Número de Respuestas	Porcentaje
No	199	13%	295	19%	321	21%
Parcialmente	324	21%	313	20%	344	22%
Sí	1027	66%	942	61%	885	57%
Total	1550	100%	1550	100%	1000	100%

Fuente: Tabulación de Respuestas

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

6.1.2 Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés

Los resultados obtenidos del subsector CIU C25: Fabricación de productos de metal excepto maquinaria y equipos para el índice de sostenibilidad se concluyen para cada una de las líneas estratégicas.

6.1.2.1 Ética y Transparencia

El puntaje obtenido para esta línea estratégica es de 76,71 puntos, el mayor aporte se recibe del stakeholder “Personas que integran la empresa” (13,10 puntos) evidenciando que la empresa respeta la dignidad de la persona, y reconoce y promueve los derechos humanos; la comunicación empresa-colaborador y colaborador-empresa fluye sin problemas de manera continua y frecuente y el personal comprende y se compromete con la misión, visión y principios de la empresa visibilizado a diario en el buen desempeño de cada rol de acuerdo al plan de la empresa. Una sola observación se puede hacer respecto de este stakeholder, no en todas las empresas los empleados participan de la planeación estratégica.

El stakeholder “Gobierno” se posiciona en segundo lugar (10,48 puntos), demostrando la voluntad de acatar leyes, normas, reglamentos y disposiciones del estado en materia económica, financiera o laboral. Se reconoce también los esfuerzos de las empresas por no participar en actos de corrupción, sin embargo no existe una política clara y aplicada respecto de esta situación. Es necesario mencionar que este stakeholder presenta una brecha de 3,52 respecto a lo deseado; esta brecha se genera principalmente por la poca o nula participación de los colaboradores de la empresa en los programas de gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ, debido principalmente al desconocimiento de los programas del Estado para las empresas.

El stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” se posiciona en tercer lugar (9,55 puntos), demostrando que se proporciona de manera transparente la información necesaria sobre los productos y/o servicios que la empresa ofrece en congruencia con los principios y valores que se viven en la empresa.

Entre aquellos que aportan con más puntos a la línea Ética y Transparencia se encuentran los stakeholders “Los Accionistas e Inversionistas” (9,39), “Proveedores” (9,16), “Comunidad-Sociedad” (9,06), aunque en este último se encuentra la brecha más alta con 4,94 puntos respecto de lo deseado en razón a que existen varias empresas que no incluyen a su competencia en su Código de Ética.

El stakeholder menor puntuado en esta línea estratégica es “Generaciones futuras” sin embargo su brecha respecto del valor deseable no es muy significativa (2,23), y básicamente corresponde a que varias empresas no incluyen en su Informe de RSE un diagnóstico del impacto ambiental y tampoco poseen un programa de reducción de impacto ambiental negativo operando.

6.1.2.2 Calidad de Vida

El puntaje obtenido para esta línea estratégica es 70,87 puntos, el mayor aporte se recibe del stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” (13,97 puntos) evidenciando que respecto de los productos, los insumos utilizados cumplen las normas de calidad

obligatorias en la fabricación de productos y/o servicios; los clientes reciben los bienes/servicios que le fueron ofertados con información clara y precisa del contenido, así como de las medidas de seguridad, salubridad de los productos e instrucciones de uso adecuado, a través de capacitación, folletos o asesoría técnica de preventa, instalación o postventa. La empresa tiene claro que el trato respetuoso con clientes, consumidores y distribuidores es esencial, sin embargo no se cuenta con una política de atención a clientes, tampoco se establecen políticas escritas para hacer efectivas las garantías y quejas. Por último, no todas las empresas cuentan con mecanismos formales para evaluar la satisfacción de los clientes, consumidores y distribuidores, excepto por la retroalimentación obtenida cuando el comprador adquiriere nuevamente el producto.

El stakeholder “Personas que integran la empresa” aporta en segundo lugar (13,32) a este línea estratégica, dando a conocer que se promueve el respeto a la integridad de las personas y su desarrollo, tanto dentro como fuera del trabajo, se incentiva la participación y la productividad de los colaboradores a través de bonos de producción, puntualidad, cumplimiento de metas y ventas; así mismo, aunque con menor frecuencia se reconoce la participación de los empleados en la gestión de la empresa; pero todo esto se encuentra documentado de manera parcial. Los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal, así como los criterios para desvinculación, no están documentados, pero si son

conocidos por la mayoría de los empleados y se rigen bajo políticas de no discriminación. Un aspecto a mejorar es la realización de evaluaciones de ambiente laboral para establecer planes de acción para pro de la mejora de la cultura empresarial.

El stakeholder “Los Accionistas e inversionistas” aporta en tercer lugar (10,23) a este línea estratégica, demostrando que se encuentran sensibilizados sobre la importancia de que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores y en general de todos los grupos relacionados; no en todos los casos se dialoga para buscar su involucración y comprometimiento en el proceso de RSE. Si esto se logra, se convertirían en agentes de transformación en pro de la mejora de la calidad de vida de todos los grupos interesados; la estructura de Gobierno Corporativo da la opción de participar en la toma de decisiones de la organización. Si bien la encuesta muestra que se evalúa el impacto en la calidad de vida de los grupos relacionados y el resultado se informa a los accionistas e inversionistas, no se informa cómo o cuándo son valuados los grupos relacionados.

Los stakeholders con mayor amplitud de brecha respecto del valor deseados son “Gobiernos” (5,74), donde se visibiliza que menos de la mitad de las empresas participan en proyectos de desarrollo local, por desconocimiento o simplemente por no estar interesados en las actividades del DMQ, perdiendo la oportunidad de participar en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común. Las empresas no cuentan con programas de

comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social o la importancia de la participación político/social como medio para generar el desarrollo de las personas y comunidades.

6.1.2.3 Generación y Distribución de la Riqueza

El puntaje obtenido para esta línea estratégica es de 68,19 puntos, el mayor aporte se recibe del stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” (11,61 puntos) evidenciando que la empresa aplica una política de precios justos, implementan planes de venta transparentes y veraces para sus productos y servicios, involucran al personal en programas de capacitación para que sean capaces de brindar un óptimo servicio al cliente.

El stakeholder “Personas que integran la empresa” aporta en segundo lugar (10,06) a esta línea estratégica, exponiendo la importancia de brindar condiciones y ambiente de trabajo que respete la dignidad de la persona; sin embargo, también se observó que no es común realizar censos de necesidades materiales o psicológicas a los colaboradores. El sistema de sueldos y seguridad social es el establecido por la Ley y en los casos en los que la empresa brinda beneficios adicionales estos son equitativos y no discriminatorios; todo el sistema de sueldos y beneficios es informado a los trabajadores pero no siempre están documentado. La empresa busca el desarrollo de su personal a través de la capacitación; también se registra que la empresa no se preocupa por conciliar la vida

familiar y laboral de los trabajadores. Esta práctica no es difundida en el país, pero sin duda es un mecanismo útil para que la empresa. Una falencia muy notoria en el subsector estudiado es la falta de utilización de indicadores para control y seguimiento de la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores visibles en carteleras o documentos internos.

Entre aquellos que aportan con más puntos a esta línea, se encuentra el stakeholder “Competencia” (8,77), en razón a que aplican políticas de competencia justa y la promoción de sus productos o servicios, se basa fundamentalmente en una honesta difusión de sus características y condiciones; por otro lado no cuentan con mecanismos que le permitan conocer como lo evalúa su competencia; se encuentra también el stakeholder “Los Accionistas e inversionistas” (8,65) exponiendo que la retribución a los inversionistas y grupos relacionados se da según lo acordado, y para informar sobre los resultados se realizan reuniones, además de la reunión obligatoria que dicta la Ley; estas reuniones son de carácter informal, al igual que la concientización sobre el impacto de sus decisiones en la empresa. En muchas empresas los accionistas e inversionistas han propuesto mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios integrando a los stakeholders como inversionistas, pero el riesgo de la inversión y la responsabilidad que implica hace poco atractiva esta opción para los empleados.

El stakeholder “Comunidad – sociedad” presenta la brecha (5,71) más elevada respecto del valor deseable, por varios aspectos: dado que la

empresa no se relaciona con la comunidad en donde se asienta, no conoce las necesidades materiales y sociales, ni el impacto que genera con su actividad; la empresa no participa con recursos materiales propios o trabajo para desarrollar a la comunidad. En definitiva, la empresa muestra muy poco interés en conocer como es evaluado en la comunidad, dado a que no se realizan censos sobre el impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad.

Otro stakeholder que presenta una brecha de (5,68) alejada del valor deseable es “Proveedores” en razón a que las empresas no desarrollan actividades que involucren el desarrollo de sus proveedores, tampoco desarrollan acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo, por lo que se genera un desinterés en conocer el impacto en empleo que se genera alrededor de su actividad.

6.1.3 Del Índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas

Por línea estratégica el comportamiento de las empresas hacia los stakeholders en el cumplimiento de las expectativas de los grupos con los que se relaciona, indican un nivel de congruencia sólido en Ética y Transparencia con 76,71 puntos, lo que de acuerdo al Semáforo de Sostenibilidad indica que la empresa en esta línea, tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo.

Finalmente en las líneas estratégicas Calidad de Vida con 70,87; y Generación y Distribución de la Riqueza con 68,19 puntos, las empresas han obtenido un

nivel de congruencia mínimo esto indica que se han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable, sin embargo existen áreas de riesgo importantes.

6.2 RECOMENDACIONES

6.2.1 Del Índice de Sostenibilidad de la Relación con los Grupos de Interés

1. Es necesario que este subsector PYMEs, realizar alianzas estratégicas para que en conjunto, realicen campañas de capacitación, formación, programas, proyectos para incentivar la RSE, en beneficio del cliente interno y externo, en especial de comunidad, accionistas, proveedores, gobierno, competencia y generaciones futuras.
2. Se necesita que el Gobierno actual, consolide propuestas de desarrollo para fomentar en las PYMEs le sector C25 en especial de la metalmecánicas líneas de producción para que expandan sus productos a otras regiones, y de esta forma comunicando imagen corporativa y desarrollo a los distribuidores, consumidores clientes, el cual constituye el grupo de interés de mayor relevancia dentro del mercado competitivo tanto nacional como internacional.
3. Se fundamentara un espacio, área o sección dentro de cada PYMEs de este sector, que este enfocada en organizar, adecuar y controlar programas desarrollo basado en RSE con indicadores de gestión, en beneficio de los stakeholders de cada empresa.

4. Se crearán políticas y objetivos delimitados en RSE, para tomar acciones correctivas y preventivas para cada stakeholders con problemas como es el caso de Comunidad y sociedad.

6.2.2 Del índice de Congruencia de las Líneas Estratégicas

1. En vista de que calidad de vida y generación de distribución de la riqueza, construyen las líneas estratégicas en la que los stakeholders no poseen RSE de parte de este sector, es necesario elaborar un plan estratégico organizacional y de marketing relacional, para solucionar gran parte de los problemas.
2. Debido a que existe un alto índice de congruencia de RSE en aplicar ética y transparencia en actividades y procesos de la mayor parte de PYMEs del sector C25, es necesaria la aplicación de un manual de ética y transparencia para beneficiar aquellas áreas externa e interna de las PYMEs que manejan las líneas de calidad de vida y generación y distribución de la riqueza para potencializarlas y mejorar su RSE.
3. Es necesario que el Gobierno realice evaluaciones y controles constantes a través de los mecanismos de control pertinentes, a fin de que los aspectos de ética, calidad de vida y generación de riqueza sean cumplidas estrictamente en cada PYMEs, calificando y ponderando sus resultados fin de aprobar o no su continuidad operativa en el país.

6.2.3 De las Líneas Estratégicas

6.2.3.1 Ética y Transparencia

CUADRO N° 16: Ética y transparencia

STAKEHOLDER	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		PROPUESTA	RECOMENDACIÓN	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)
				INTERNO	EXTERNO			
Situaciones Comunes a todos los Stakeholders	1	No se incorporan a los stakeholders en el Código de Conducta	Afectación en la imagen y reputación de la compañía y perjuicio en las relaciones laborales y profesionales.	X		1. Realizar reformas al Código de Conducta. 2. Incorporar a los stakeholders en el Código de Conducta.	L: Art. 59 del Código de la Producción, Numeral 4 que señala: "Fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que	L: Art. 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "... Informe de Responsabilidad Social: Es un documento de uso público por el cual una organización recoge y comunica a las partes interesadas, los resultados cuantitativos y cualitativos del cumplimiento de su Responsabilidad Social..."
	2	No se incorporan a los stakeholders en el Informe de RSE		X		1. Incorporar a los stakeholders en el Informe de RSE 2. Normar la participación de los stakeholders en el Informe de RSE 3. Implementar procedimientos de verificación de cumplimiento de normas. 4. Designar responsables de evaluación. 5. Dar a conocer a la sociedad el Informe de RSE.		
Accionistas e inversionistas	3	Empresas facilitan información privilegiada que beneficia a unos accionistas e inversionistas poniendo en riesgo los intereses de la propia empresa.	Bajo nivel de seguridad en la reserva de información confidencial, conflicto de intereses a nivel gerencial.	X		1. Incluir normativas para información privilegiada en el Código de Conducta. 2. Clasificar la información por nivel de confidencialidad y crear perfiles de usuario. 3. Designar responsables 4. Realizar auditorías de información relevante.	L: Art. 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "... Transparencia: Apertura respecto a las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía y el ambiente, y voluntad de comunicarla de manera clara, exacta, oportuna, honesta y completa..."	
Personas que integran la empresa	4	La planeación estratégica no incorpora los criterios de todas las Personas que integran la empresa.	Los objetivos de los empleados no están alineados a la planeación estratégica de la empresa.	X		1. Involucrar al stakeholder en la definición de planes y objetivos estratégicos. 2. Definir objetivos individuales en base a los objetivos estratégicos de la empresa. 3. Establecer seguimiento periódico al avance y cumplimiento de objetivos propuestos	L: Art. 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "... Involucramiento de las partes interesadas: Actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre una organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización..."	
	5	No existe una política de información y comunicación dirigida a las Personas que integran la empresa.	Falta de comunicación en todos los niveles de la empresa que no permite identificar problemas y oportunidades de mejora.	X		1. Definir una política de comunicación interna. 2. Identificar oportunidades de mejora 3. Dar seguimiento al cumplimiento de la política de comunicación		
Proveedores	6	No existe una política de selección de proveedores basada en principios y valores.	Malas relaciones comerciales por desconocimiento o incompatibilidad de valores y principios practicados por la empresa o el proveedor.	X	X	1. Documentar los valores y principios practicados por la empresa 2. Definir un procedimiento de calificación de proveedores donde uno de los parámetros de calificación sean los valores y principios. 3. Difundir a los posibles proveedores los valores y principios de la organización.		
	7	Los valores y conducta empresarial no son tomados en cuenta al momento de seleccionar un proveedor.	Riesgo reputacional ya que la empresa se convierte en cómplice de malas prácticas laborales si inicia relaciones comerciales con proveedores que vulneren prácticas éticas o laborales.	X	X	1. Definir un procedimiento de calificación de proveedores donde uno de los parámetros de calificación sean los valores y principios. 2. Verificar el cumplimiento del procedimiento cuando se contraten proveedores.		
Distribuidores, clientes y consumidores	8	No se aplican mecanismos frecuentes de información y retroalimentación, hacia y desde los distribuidores, clientes y consumidores.	No se conoce el nivel de satisfacción de distribuidores, clientes y consumidores, para la toma de decisiones comerciales.	X	X	1. Definir una política de comunicación externa 2. Identificar oportunidades de mejora 3. Dar seguimiento al cumplimiento de la política de comunicación	L: Art. 52 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad..." Art. 54 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto..."	
Gobiernos Comunidad- sociedad	9	Poca participación en programas de gobierno para el desarrollo y acción social de la comunidad/sociedad	El criterio que tienen los stakeholders es que la empresa no contribuye al progreso del gobierno/comunidad-sociedad en la que desarrollan sus actividades.		X	1. Definir una política de participación en programas de gobierno/comunidad-sociedad. 2. Conocer las necesidades de los stakeholders 3. Identificar oportunidades de mejora. 4. Dar seguimiento al cumplimiento de la política 5. Evaluar el impacto causado en los stakeholders. 6. Incluir en el Informe de RSE la participación en programas de desarrollo y acción social de gobierno/comunidad-sociedad.	L: Art. 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "... Este sistema de incentivos se traduce en programas de fomento para mejoras de la competitividad responsable, asistencia técnica, incentivos tributarios, ... entre otros, a los que podrán acceder las organizaciones que desarrollan actividades en el Distrito Metropolitano de Quito que incorporen un modelo de gestión responsable."	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

6.2.3.2 Calidad de Vida

CUADRO N° 17: Calidad de vida

	STAKEHOLDER	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN		
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)	
CALIDAD DE VIDA	Accionistas e inversionistas	1	Falta de compromiso de los accionistas e inversionistas para generar una cultura de RSE dentro de la empresa que favorezca la calidad de vida de los trabajadores.	Personal insatisfecho, bajo rendimiento, dificultad de establecer mejoras, evidenciado en la baja rentabilidad de la organización.	X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir una política de involucramiento y compromiso en RSE a niveles gerenciales. 2. Solicitar asesoría a Instituciones que se desenvuelven en temas de RSE. (Instituto de Responsabilidad Social Empresarial Ecuador (IRSE); Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES); ente secretario de la Red del Pacto Global en Ecuador; Cámara de Comercio de Quito; Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES), etc.) 3. Identificar oportunidades de mejora. 4. Dar seguimiento al cumplimiento de la política. 5. Evaluar el impacto causado al interno de la empresa 6. Retroalimentar a la empresa con el conocimiento adquirido. 	L: Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador, numeral 15 que señala: "...El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental..."	
	Personas que integran la empresa	2	Poca preocupación en la seguridad y salud laboral de las personas que integran la empresa.		X		<p>Iniciar el proceso de adopción de la norma OHSAS 18001 en Gestión de Salud y Seguridad, la misma que demuestra un claro compromiso con la seguridad del personal y contribuye a que estén más motivados, sean más eficientes y productivos.</p>	<p>L: Art. 4 del Código Orgánico de la Producción, numeral d., que señala: "...h. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.</p> <p>Art. 42, Capítulo IV del Código del Trabajo que señala: "...Son obligaciones del empleador:...2. Instalar fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad, e higiene del trabajo..."</p> <p>L: Art. 33 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "...El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado..."</p>	
	Proveedores	3	No existen normas para atenciones o regalos recibidos por los funcionarios de la empresa de parte de los proveedores; tampoco se establecen reglas mínimas de trato y conciliación de discrepancias.	Reputación y relaciones comerciales de bajo rendimiento sin expectativas de negociaciones a largo plazo. Afectación a la rentabilidad de la empresa.	X			<ol style="list-style-type: none"> 1. Incluir en el Código de Conducta en lo que respecta a Proveedores: los principios que se manejarán para establecer relaciones comerciales (mutuo beneficio, igualdad de oportunidades, lealtad en el tiempo, calidad, cumplimiento, transparencia, etc). 2. Establecer los responsables y canales para vigilar el cumplimiento de los principios establecidos. 	C
	Distribuidores, clientes y consumidores	4	No existen mecanismos de evaluación que permitan conocer si la empresa logró cubrir las necesidades de los stakeholders.	Reputación y relaciones comerciales por Stakeholders insatisfechos y baja rentabilidad para la empresa.	X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar de un proceso de atención al cliente y manejo de quejas y reclamos 2. Establecer los medios por los cuales los clientes recibirán respuesta a sus quejas y reclamos. 3. Establecer los tiempos de respuesta 4. Procesar los datos obtenidos generando indicadores. 5. Tomar decisiones corrigiendo desviaciones en el servicio o fortaleciendo el mismo 	L: Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador, numeral 25 que señala: "...El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características..."	
	Gobiernos	5	La participación político / social no es evaluada.	Riesgo reputacional por no socializar la contribución en el desarrollo político y social.	X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir un plan de participación político / social de los miembros de la empresa, en el desarrollo integral de la sociedad. 2. Dar seguimiento al plan de participación. 3. Ver la posibilidad de Contribuir en el Plan de Desarrollo 2012-2016 del DMQ y el Plan de Acción Climático de Quito 2012-2016 contienen varios proyectos a los que las empresas pueden adherirse para mejorar la ciudad. 	L: Art. 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "...Este sistema de incentivos se traduce en programas de fomento para mejoras de la competitividad responsable, asistencia técnica, incentivos tributarios, ...entre otros, a los que podrán acceder las organizaciones que desarrollan actividades en el Distrito Metropolitano de Quito que incorporen un modelo de gestión responsable."	
	Comunidad - sociedad	6	No existen mecanismos que midan la apreciación del stakeholder en cuanto a la participación social.	Riesgo reputacional ya que no se evidencia participación social y gremial de la empresa.	X		<ol style="list-style-type: none"> 4. Incluir en el Informe de RSE la participación político social de los miembros de la empresa en el desarrollo integral de la sociedad. 		
	Competencia	7	No se establecen alianzas estratégicas con la competencia para generar un reparto equitativo del mercado, estandarizar precios y realizar acciones a favor de la comunidad en conjunto.	Riesgo de pérdida de participación en el mercado, con afectación en la rentabilidad de la organización.	X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Incorporar en las políticas de la empresa las directrices para las alianzas estratégicas con la competencia. 2. Identificar oportunidades de participación. 3. Dar seguimiento y evaluar el cumplimiento. 	C	
	Generaciones futuras	8	Existen empresas que no incorporan en el Informe de RSE el tema del impacto ambiental y el progreso logrado	Riesgo reputacional por no socializar el progreso logrado en reducir el impacto ambiental que se genera de sus actividades.	X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis del impacto ambiental originado de las actividades que realiza la empresa 2. Designar responsables 3. Verificar el cumplimiento. 4. Elaborar un Plan de contingencia. 4. Contratar empresas de medición del impacto ambiental 	<p>L: Art. 71 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "...El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema..."</p> <p>Art. 1 de la Ordenanza Metropolitana 333 que señala: "...Incorporar integralmente en sus operaciones la Responsabilidad Social, como un modelo de gestión alineado al desarrollo sostenible..."</p>	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

6.2.3.3 Generación y Distribución de la Riqueza

CUADRO N° 18: Generación y distribución de la riqueza

	STAKEHOLDER	No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN		
					INTERNO	EXTERNO	PROPUESTA	CRITERIO USADO (C) / LEGISLACIÓN (L)	
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Accionistas e inversionistas	1	La empresa no genera réditos a los stakeholders que invierten su patrimonio.	Stakeholders insatisfechos con la inversión realizada, que puede devenir en una pérdida del patrimonio.	X		<p>Establecer políticas gerenciales en cuanto a inversiones que tomen en cuenta las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el motivo de la inversión. 2. Evaluar el momento oportuno para efectuar la inversión 3. Evaluar el nivel de costo de los préstamos, determinar el nicho de mercado, evaluar la capacidad adquisitiva de los potenciales compradores, el volumen de ventas esperado, el plazo en el que se piensa recuperar la inversión, el rédito que se 	L: Art. 3 del Código de la Producción que señala: "Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las	
	Personas que integran la empresa	2	No se cuenta con mecanismos de conciliación de vida familiar-laboral para los colaboradores de las empresas.			X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar políticas para conciliar vida familiar y laboral que se adapten a las necesidades de los trabajadores. (Generar becas de estudios para los hijos, integrar a la familia de los trabajadores en las actividades sociales de la empresa, contar con un buen seguro médico, realizar cursos vacacionales para hijos, esposos, esposas, etc...) 2. Implementar estas políticas comprometiendo al personal con la consecución de los objetivos planteados. 3. Evaluar el cumplimiento de las políticas y compromisos adquiridos. 	L: Art. 33 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "...El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado..." L: Art. 4 del Código Orgánico de la Producción, numeral d., que señala: "...b. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales."	
	Proveedores	3	No se cuenta con mecanismos para medir el impacto en empleo que se genera alrededor de la actividad de la empresa.	Baja capacidad de generación de plazas de trabajo		X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar una política de evaluación del impacto en empleo que se genera a través del giro del negocio. 2. Definir indicadores que permitan encontrar oportunidades de mejora. 3. Considerar para la toma de decisiones cuanto se beneficia o perjudica a las personas implicadas indirectamente con el giro del negocio. 4. Incluir en el Informe de RSE el impacto en empleo que se genera alrededor de la actividad empresarial. 	L: Art. 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "...Involucramiento de las partes interesadas: Actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre una organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización..."	
	Distribuidores, clientes y consumidores	4	No existe un mecanismo formal que le permita a la empresa conocer la satisfacción de las necesidades de los stakeholders.	Riesgo de pérdida de participación en el mercado, con afectación en la rentabilidad de la organización.		X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar modelos de evaluación desde los distribuidores, clientes y consumidores hacia la empresa. 2. Procesar los datos obtenidos generando indicadores. 3. Tomar decisiones corrigiendo desviaciones en el servicio o fortaleciendo el mismo. 	L: Art. 4 numerales 1, 4 y 5 de la Ley orgánica de Defensa del Consumidor, Capítulo II "Derechos y Obligaciones de los Consumidores" que señalan: "...1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos incluyendo los riesgos que pudieren prestar; 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en la referido a condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida..."	
	Gobiernos	5	No existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos los grupos involucrados condicionar la importancia de ser contribuyentes cumplidos	Posible cometimiento de infracciones por desconocimiento. Riesgo reputacional frente al Estado.		X		Dar estricto cumplimiento a las disposiciones legales establecidas en la Ley de Régimen tributario Interno.	L: Art. 100 de la Ley de Régimen Tributario: "Cobro de multas.- Los sujetos pasivos que dentro de los plazos establecidos en el reglamento, no presenten las declaraciones tributarias a que están obligados, serán sancionados sin necesidad de resolución administrativa..."
	Comunidad - sociedad	6	Ausencia de mecanismos que permitan valorar el impacto social y cultural hacia el stakeholder.	Falta de reconocimiento de la comunidad - sociedad hacia la empresa.		X	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar una política de evaluación del impacto social y cultural que se genera a través del giro del negocio. 2. Definir indicadores que permitan encontrar oportunidades de mejora. 3. Considerar para la toma de decisiones cuanto se beneficia o perjudica a las personas implicadas indirectamente con el giro del negocio. 4. Incluir en el Informe de RSE el impacto social y cultural que se genera alrededor de la actividad empresarial. 	L: Art. 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 333 que señala "...Involucramiento de las partes interesadas: Actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre una organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización..."
	Competencia	7	No se aplica ningún mecanismo que proporcione información sobre la percepción de la competencia hacia la empresa.	Pérdida de participación de mercado con afectaciones en la rentabilidad de la empresa.		X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir políticas de cooperación, alianzas estratégicas y participación de mercado 2. Definir indicadores que permitan encontrar oportunidades de mejora 3. Crear una base de datos con las empresas que forman parte del subsector. 4. Implementar vías de comunicación con las empresas de la competencia. 	
	Generaciones futuras	8	No existe un programa de inversión para sustentabilidad referente a los efectos de la actividad empresarial.	Riesgo de reputación de la empresa, sujeta a multas y sanciones.		X		<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar un programa de inversión para sustentabilidad. 2. Identificar oportunidades de mejora 3. Designar responsables 3. Verificar el cumplimiento. 	L: Art. 14 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: "...Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados"

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Fabián Zárate Vallejo

BIBLIOGRAFÍA

1. ACCIÓN RSE. (2006). [<http://www.accionrse.cl/app01/home/calidadLaboral.html>]. *Calidad de Vida Laboral*.
2. ACCOUNTABILITY INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. *Norma sobre aseguramiento AA1000*. Londres.
3. ADAMS. (2012). *El Estado de la RSE en las PYMEs de Chile*. Capacitarse.
4. ALBES DIOS. (S/A). *Análisis de la Responsabilidad Social de Empresas Españolas*.
5. BARRIOS, J. (2010). [<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sostenibilidad-economica-social-sustentabilidad-ambiental.htm>]. *Sostenibilidad económica y social como prioridad para la sustentabilidad ambiental*.
6. CASADO CAÑEQUE, F. (S/AÑO). [http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloII_Edic_47.pdf]. *La carencias de la RSE –De la responsabilidad al compromiso-*.
7. CENTRARSE. (2006). [http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Los_7_Ejes_de_la_RSE.pdf]. *Los 7 Ejes de la RSE*.
8. COLOMBIA. FUENTES DE FINANCIACIÓN. [<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/financiacion.htm>]. *Sección PYMES*.
9. COLOMBIA. MIPYMES. [<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362>]. *Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresa-iNNpulsas De iNNpulsas MiPyme Colombia*.
10. DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF.
11. DOMÍNGUEZ, Stella. (2011). *Investigación de Mercados*. Agencia de Mercadeo para Pymes y Microempresas.
12. EDBERTO. (2011). *Responsabilidad y Pymes Parte*. Artículo Educación.
13. FERNÁNDEZ, H. (2010). [<http://www.redunirse.org/files/Cu%20C3%A1ndo%20y%20porqu%20C3%A9%20aparece%20la%20RSE%20-%20Por%20Horacio%20Fern%C3%A1ndez.pdf>]. *¿Cuándo y por qué aparece la Responsabilidad Social Empresarial?* Argentina.

14. FUENTES DE DOCUMENTOS DE ISO. (2009). *ISO 26000 Norma sobre Responsabilidad Social*.
15. FUNDACIÓN ROGER TORNÉ. (2012). [<http://www.canalsolidario.org/noticia/rio-20-el-reto-de-una-economia-sostenible-para-el-siglo-xxi/29417>]. *RIO+2: El reto de una economía sostenible para el siglo XXI*.
16. FUNDITEC. (2008). Guiarse: Actividades de responsabilidad social empresarial para poner práctica y para pensar. *La Responsabilidad Social Empresarial*.
17. GONZÁLEZ. (03/06/2011). *Pymes generan 72% del empleo en México*. México: Diario El Universal. Artículo.
18. GUTIÉRREZ M. (2003). *Curso de técnicas de investigación y metodología del estudio*. Ecuador: Serie Didáctica A.G. Clasificación de las investigaciones.
19. HOLLENHORST C., Johnson. (1997). *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Estados Unidos.
20. INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – IARSE. (2005). [http://www.deres.org.uy/home/descargas/guias/Paso_a_paso_para_PyMES_IARSE.pdf]. *Responsabilidad Social Empresarial para Pequeñas y Medianas Empresas: Paso a Paso para PyMES*.
21. JIMÉNEZ PANEQUE. (2010). *Problema científico, población y muestra*. Revisión de conceptos y ejemplo. Cuba: Cardiovasc. Sección Metodología de la Investigación.
22. MACÍAS QUINTANA, A. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial de Colombia*.
23. MILÁN M., ROSA y VILLARROEL, M. (2009). *Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado*. Tesis. Uruguay.
24. MUÑOZ, L. (2007). [http://www.arearh.com/rrhh/gestion_responsabilidad.htm]. *Gestión de la responsabilidad social corporativa en la PYME como ventaja competitiva y factor diferenciador*.
25. NACIONES UNIDAS. [<http://www.un.org/es/globalcompact/>]. Pacto mundial.
26. NARANJO PAREDES. (2007). *El ámbito de las empresas PYMEs industriales*. Ecuador.
27. ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO. (2012). [http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Desarrollo_Econ%C3%B3mico].
28. ORTIZ A., Axtle y BARBER KURI, C. M. (2007). *La Responsabilidad Social en las PYMEs*. Fortuna.
29. PINZÓN FERNÁNDEZ. (2011). *Análisis Económico del Sector MIPYME en Colombia durante los últimos 5 años*. Blog. Artículo.

30. QUE BAKAN. [<http://www.quebakan.com/2011/07/18/noticias/municipio-de-quito-impulsa-primer-ordenanza-municipal-en-ecuador-sobre-responsabilidad-social.html>]. *Municipio de Quito impulsa primera Ordenanza Municipal en Ecuador*.
31. RIVERA RODRÍGUEZ, H. y MALAVER ROJAS, M. (2011). Documento de Investigación. *La Organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Bogotá.
32. RODRÍGUEZ G. (2003). *La realidad de la PYME en Colombina: Desafío para el Desarrollo*. FUNDES. Fotolito Colombia Prerensa Digital.
33. S/N. (2005). *La norma SGE21: Certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable*.
34. S/N. (2012). *Pymes de Colombia son las más óptimas de la región*. Artículo.
35. S/N. [http://www.cinu.mx/minisitio/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/]. *Los 8 objetivos del milenio*.
36. S/N. [<http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidadsocial2.htm>]. *Responsabilidad Social*.
37. S/N. *Documentación de buenas prácticas empresariales*. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial.
38. S/N. *Manual para la implementación de un sistema de gestión según OSHA 18001:2007*.
39. UNIAPAC LATINOAMERICANA. *Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona*. Guía para una gestión empresarial integral
40. UNIAPAC. (2008). *La Rentabilidad De Los Valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran* -. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A.C.
41. URROZ R., F. (2011). [<http://www.guioteca.com/rse/rse-en-chile-que-instituciones-la-promueven/>]. RSE, en Chile, qué instituciones la promueven.
42. VALDA, C. (2011). *Chile: Microempresas y PYMEs lideran la creación de empleo en el último año*. Chile.
43. VARGAS NIELLO, J. (2006). [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/28375/LC-W-109.pdf>]. *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Chile.
44. WAGNER, E. *Creación de valor compartido*. ACCION RSE.
45. WILLE, E. (2010). Observatorio Boliviano de Responsabilidad Social Empresarial. *Cuándo, Por qué nace y qué es la RSE*.

ANEXOS

**BASE DE DATOS DE LAS PYMES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL SUBSECTOR CIU C 25:
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

BASE DE DATOS DE LAS PYMES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL SUBSECTOR CIU C 25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO.									
No	RUC	DENOMINACION	TIPO CIA	CAPITAL	SEGMENTO	CIUDAD	ADMINISTRADOR	CARGO	ESTADO
1	1790046869001	ESMETAL SA	ANÓNIMA	800	PEQUEÑA	QUITO	FRIXONE ASTORGA ROSSANA DEL CARMEN	PRESIDENTE	ACTIVA
2	1790596486001	INDUSTRIA CONSTRUCTORA DE MAQUINARIA INCOMAQ SA	ANÓNIMA	800	PEQUEÑA	QUITO	MARROQUIN CARRILLO MARIA PAZ	PRESIDENTE	ACTIVA
3	1790314839001	MARTE INDUSTRIAS CA	ANÓNIMA	50000	MEDIANA	QUITO	LEIVA VILLENAS CARLOS RODRIGO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
4	0590044040001	CORPORACION INDUSTRIAL ANDINA SA CORPIA	ANÓNIMA	148000	PEQUEÑA	QUITO	GARRIDO ORTEGA PAULINA TERESITA	GERENTE GENERAL	ACTIVA
5	1791243226001	TECNOLOGIA MECANICA Y CONSTRUCCIONES TECNOMEC S.A.	ANÓNIMA	10000	PEQUEÑA	QUITO	RAMIREZ DAVILA LUIS MIGUEL	PRESIDENTE	ACTIVA
6	1791288777001	DANIELCOM EQUIPMENT SUPPLY S.A.	ANÓNIMA	8000	MEDIANA	QUITO	VARGAS GUERRA ELEANA DALILA	GERENTE GENERAL	ACTIVA
7	1791904516001	ESTRUCTEC ESTRUCTURAS & TECNOLOGIA S.A.	ANÓNIMA	800	PEQUEÑA	QUITO	NAVARRO GUILLEN JOFFRE FERNANDO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
8	1792104505001	ASISTENCIA TECNICA INDUSTRIAL Y MECANICA ASTIMEC S.A.	ANÓNIMA	60000	PEQUEÑA	QUITO	TIPAN PICHUCHO ANGEL EDUARDO	PRESIDENTE	ACTIVA
9	1792227941001	MEGACERO S.A.	ANÓNIMA	800	PEQUEÑA	QUITO	ITURRALDE ESPINOSA CAMILA ANDREA	PRESIDENTE	ACTIVA
10	1790676056001	BOBARCO LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	NOEL MAILLET SOPHIE ELIZABETH MARIE	PRESIDENTE	ACTIVA
11	1790764559001	TEPROMEC TECNOLOGIA Y PRODUCCIONES MECANICAS C. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	120000	MEDIANA	QUITO	HINOJOSA TERAN IBETH AMPARITO	PRESIDENTE	ACTIVA
12	1791316673001	CONSTRUCTORA NARANJO-SALGUERO & ACEVEDO ENE ESE A CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	ACEVEDO CODUTTI JORGE IVAN	GERENTE GENERAL	ACTIVA
13	1791352440001	FOBREM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	1000	PEQUEÑA	QUITO	GONZALEZ MARTINEZ JAIME FERNANDO	PRESIDENTE	ACTIVA
14	1791358945001	MALDONADO GARCIA MAGA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	317010	MEDIANA	CONOCOTO	MALDONADO GARCIA PABLO RICARDO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
15	1791407407001	MOVINZER SERVICIOS INDUSTRIALES INTEGRADOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	15000	MEDIANA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	ZAVALA ESTRELLA KARLA ELIZABETH	PRESIDENTE	ACTIVA
16	1791432118001	TECHART CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	LOPEZ FARIAS RAMIRO GUILLERMO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
17	1792042348001	RACKS DEL PACIFICO RAPAC CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	MORENO MENDOZA MARIA FERNANDA	GERENTE GENERAL	ACTIVA
18	1792078873001	STORAGE SYSTEM DUQUEMATRIZ CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	MEDIANA	QUITO	DUQUE MICHELENA ERNESTO ALONSO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
19	1792226996001	SERMANT CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	DIAZ PONCE RODRIGO ENRIQUE	GERENTE	ACTIVA
20	1792183219001	FABRICACIONES ELECTROMECANICAS LTDA. FEM	SUCURSAL EXTRANJERA	2000	PEQUEÑA	ALANGASÍ	ORDOÑEZ VILLAMAR MARIO PATRICIO	APODERADO	ACTIVA
21	1790033333001	INDUSTRIAS METALICAS LANFOR SA	ANÓNIMA	1781,04	PEQUEÑA	QUITO	FLORES ALVARADO AMPARO VIVIANA	PRESIDENTE EJECUTIVO	ACTIVA
22	1790780880001	ESTRUCTURAS DE ALUMINIO SA ESTRUSA	ANÓNIMA	101172	MEDIANA	QUITO	ACURIO MERA RODRIGO MARCELO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
23	1790197948001	ANILEC CA	ANÓNIMA	3200	PEQUEÑA	QUITO	GRUN DUKES ELIAHU	SUBGERENTE	ACTIVA
24	1792042089001	PUMA OIL CONSTRUCTION S.A.	ANÓNIMA	8000	PEQUEÑA	QUITO	PUMA VENEGAS REINALDO JAVIER	GERENTE GENERAL	ACTIVA
25	1790151697001	ACEROS INOXIDABLES PERALTA CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	416	PEQUEÑA	QUITO	PERALTA ORDOÑEZ LUIS VICENTE	GERENTE	ACTIVA
26	1791730046001	PETROLDVY CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	20800	PEQUEÑA	QUITO	CARRERA CARRERA HERMINIA SALOME	PRESIDENTE	ACTIVA
27	1790374858001	ESACONTROL SA	ANÓNIMA	60000	MEDIANA	QUITO	DE BENI FRANCO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
28	1790556670001	TECNOESA SA	ANÓNIMA	36000	MEDIANA	QUITO	DE BENI FRANCO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
29	1791051955001	BEITE B&T COMPANIA LIMITADA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	800	MEDIANA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	CORNEJO BAYEVA NATALI ROSITA	PRESIDENTE	ACTIVA
30	1790770990001	CALDERAS Y SERVICIOS DEL ECUADOR CALSER SA	ANÓNIMA	50000	PEQUEÑA	QUITO	GRIGALIUNAS SUBIA ARUNAS FRANCISCO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
31	1792179130001	MYRACOCCERO INDUSTRIAL S.A.	ANÓNIMA	1000	PEQUEÑA	QUITO	MAÑAY RAMOS ANDRES FERNANDO	PRESIDENTE	ACTIVA
32	1790200698001	UNIWELD ANDINA SA	ANÓNIMA	1600	PEQUEÑA	QUITO	PEARL DOUGLAS	PRESIDENTE	ACTIVA
33	1791985389001	FABRICACIONES TECNICAS ECUATORIANAS INFABTEC S.A.	ANÓNIMA	900	PEQUEÑA	QUITO	LANDAZURI BERMEJO CESAR ENRIQUE	PRESIDENTE	ACTIVA
34	1791740246001	HOT GALVANIZING CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	141000	PEQUEÑA	CONOCOTO	SAA HERVAS HILDA CARLOTA	GERENTE GENERAL	ACTIVA
35	1792001935001	INGENIERIA DE METALIZACION CARRERA ARAUJO IMETCA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	400	PEQUEÑA	QUITO	MALDONADO PUENTE SANDRA ELIZABETH	PRESIDENTE	ACTIVA
36	1790212734001	METALURGICA ECUATORIANA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	410,8	PEQUEÑA	QUITO	CRUZ FIGUEROA MARIA ELIZABETH	PRESIDENTE	ACTIVA
37	1790009521001	HERRAMIENTAS AGRICOLAS NACIONALES CIA LTDA HANSA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	16000	MEDIANA	QUITO	ALARCON BACH HERMANN MICHAEL	GERENTE GENERAL	ACTIVA
38	1790001997001	CERRADURAS ECUATORIANAS SA CESA	ANÓNIMA	550000	MEDIANA	CONOCOTO	DAVALOS RODAS CARLOS ALBERTO	PRESIDENTE	ACTIVA
39	1792093821001	INTERGARD ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	3400	PEQUEÑA	QUITO	ALARCON LOPEZ FRANCISCO XAVIER	PRESIDENTE	ACTIVA
40	1790006840001	TORNILLOS, PERNOS Y TUERCAS TOPESA S.A.	ANÓNIMA	750000	MEDIANA	QUITO	MOREIRA CEVALLOS HUGO MAURICIO	GERENTE GENERAL	ACTIVA
41	1790457567001	GALO G. ORBEA O. C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	1600	MEDIANA	QUITO	VASCO MODESTO ODILON	PRESIDENTE	ACTIVA
42	1790631214001	INDUSTRIAS MATRIN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	220000	PEQUEÑA	CALDERÓN (CARAPUNGO)	MENDOZA GARCIA ANTONIO JOSE	PRESIDENTE	ACTIVA
43	1792054206001	HIDROTHERM INGENIERIA Y THERMOHIDRAULICA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	500	PEQUEÑA	QUITO	VELASCO CALDERON GABRIELA PAULINA	PRESIDENTE	ACTIVA
44	1790468674001	SURIMAX C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	24000	PEQUEÑA	QUITO	ALARCON GUERRERO MIGUEL ENRIQUE	PRESIDENTE	ACTIVA
45	1790346463001	COMPANIA ECUATORIANA TECNICA ALARCON C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	4000	PEQUEÑA	QUITO	ALARCON CABO MARIA ELENA	PRESIDENTE	ACTIVA
46	1791865650001	DISNAMAIRVIAL S.A	ANÓNIMA	800	PEQUEÑA	QUITO	PADILLA LLAGCHA VICTOR HUGO	PRESIDENTE	ACTIVA

ENCUESTA

		SI	NO	PARCIAL
I ÉTICA Y TRANSPARENCIA - Vigencia de Valores				
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?			

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

		SI	NO	PARCIAL
	f) Comunidad – sociedad			
34	¿En el código de conducta se incorpora un acápite relacionado con este grupo?			
35	¿Incluye en su gestión empresarial el desarrollo de la familia de sus colaboradores y la comunidad?			
36	¿Se aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
37	¿Se analiza el impacto social de las decisiones?			
38	¿Participan miembros de su empresa en programas cívicos para el desarrollo y de acción social, en el DMQ?			
39	¿Existe un Balance Social (Informe de RSE)?			
40	¿Se difunde el Balance Social (Informe de RSE) a estos grupos de interés?			
	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			
	a) Los accionistas e inversionistas			

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

		SI	NO	PARCIAL
	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?			

		SI	NO	PARCIAL
	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			
	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?			

		SI	NO	PARCIAL
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-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?			

		SI	NO	PARCIAL
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	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación justa y equilibrada con sus Distribuidores, que tengan impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales?			
22	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus Distribuidores?			
23	¿Aplican una política de precios justos?			
24	¿Implementan planes de venta 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	¿Aplican y documentan una política de no evasión fiscal?			
32	¿Se evita la compra de voluntades con la finalidad de conseguir ventajas, servicios, contratos, autorizaciones, permisos, etc.?			
33	¿Cuentan con informes específicos del cumplimiento con las leyes vigentes?			
	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?			

		SI	NO	PARCIAL
35	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de la comunidad?			
36	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respete y mejore el entorno social y cultural de la comunidad?			
37	¿Pone la empresa al servicio de la comunidad bienes propios?			
38	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan en la comunidad?			
39	¿Han realizado un censo del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad?			
	g) Competencia			
40	¿Cuentan con mecanismos documentados, de negociación transparente, legal y equilibrada que permitan la competitividad en su sector?			
41	¿La promoción de sus productos o servicios, se basa fundamentalmente en una honesta difusión de sus características y condiciones?			
42	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren el desarrollo de una legal y sana competencia?			
43	¿Aplican una política de competencia justa?			
44	¿Rechazan los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector?			
45	¿Existen un mecanismos 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	¿Cuentan con un programa de inversión para reciclaje?			
49	¿Cuentan con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad?			
50	¿Cuentan con informes específicos del impacto ambiental de su actividad?			