



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las  
PyMES de la ciudad de Loja período 2013-2014**

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

**AUTORA:** Veintimilla Carrión, María Augusta

**DIRECTOR:** Sarango Lalangui, Paúl Oswaldo, Ing.

**LOJA-ECUADOR**

**2014**

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN**

Magister

Verónica Armijos Buitrón

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja período 2013 - 2014 ” realizado por Veintimilla Carrión María Augusta, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Octubre de 2014

f) .....

Mgs. Verónica Armijos Buitrón

**DIRECTORA (E)**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Veintimilla Carrión María Augusta declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: “Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja período 2013 - 2014 ”, de la Titulación de Ingeniero de Administración de Empresas, siendo Ingeniero Paúl Oswaldo Sarango Lalangui director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Loja, Octubre de 2014

F) .....

Autor: María Augusta Veintimilla Carrión

Cédula: 1103746648

## **DEDICATORIA**

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano, por ser mis maestros en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento:

A mis Padres

A mis hermanos

A mis directores de Tesis Ing, Paul Sarango, Mgs. Verónica Armijos

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a Dios, por ayudarme a terminar este proyecto, por darme la fuerza y el coraje para hacerlo realidad.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a cada uno de mis estimadas/estimados profesoras/profesores que han compartido todos sus conocimientos y que han sido un pilar esencial en mi formación profesional.

Al Ingeniero Paúl Sarango por haberme transmitido sus conocimientos su sapiencia y su experiencia profesional, sin su apoyo intelectual no hubiera sido posible la culminación de la presente investigación.

A la Economista Dayanara Villafuerte que ha sido guía, apoyo y motivación en el desarrollo del proyecto de fin de titulación.

A mis padres y hermanos quienes siempre me acompañaron en mi formación profesional; lo que hoy me ha permitido aplicar mis conocimientos en el presente trabajo, que sin lugar a dudas para mí es de singular importancia.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	iii
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) .....	5
1.1. Historia de la RSE.....	6
1.2. Conceptualización de responsabilidad social empresarial.....	8
1.3. Los grupos de interés o stakeholders .....	10
1.3.1. Concepto de stakeholders.....	10
1.3.2. Tipos de stakeholders.....	11
1.4. Enfoques de la responsabilidad social empresarial .....	12
1.5. Modelo integral de los stakeholders para la gestión de la RSE .....	15
1.6. Perspectiva ética de la responsabilidad social empresarial .....	17
1.7. El beneficio de ser socialmente responsables .....	18
1.8. La gestión de la RSE en las grandes empresas y en las PyMES.....	19
1.9. La RSE como compromiso con el desarrollo sostenible .....	23
1.10. Pasos para la implementación de la RSE en las PyMES.....	25
PYMES (PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS).....	27
2.1. Conceptualización de PYMES .....	28
2.2. Ventajas y Desventajas de las PYMES.....	30
2.3. Importancia de las PYMES en la economía.....	31
2.4. Las PYMES en Ecuador .....	31
2.5. La RSE en las PyMES de Ecuador.....	33
2.5.1. Análisis FODA.....	35
2.6. Marco Legal de la RSE en Ecuador .....	37
2.7. Experiencias Ecuatorianas de Buenas Prácticas.....	40
2.7.1. Reconocimientos sobre RSE en Ecuador .....	41
RSE EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA .....	45
3.1. Alcance.....	46
3.2. Objetivo.....	46
3.3. Metodología.....	46

<b>3.4. Resultados</b> .....	48
<b>3.5. Análisis y verificación de resultados</b> .....	72
<b>3.6. Propuestas</b> .....	76
<b>CONCLUSIONES</b> .....	81
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	82
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	84
<b>ANEXOS</b> .....	86

## RESUMEN

Las PyMES en el Ecuador y en nuestra provincia son el motor fundamental en el desarrollo socio-económico con lo cual generan fuentes de trabajo siendo esto su rol fundamental, a través de la optimización de los impactos de procesos y productos. La RSE de las empresas se ha convertido en una herramienta que aporta a la competitividad y, sobre todo, al bien común.

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar el conocimiento e inserción de la RSE empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja periodo 2013 – 2014, a través de dos encuestas aplicadas a los gerentes y trabajadores, lo que permitió determinar de una manera general como se encuentra la RSE en las PyMES de Loja.

Y con la obtención de esos resultados permitió realizar un diagnóstico situacional, realizar propuestas y recomendaciones que sirvan como herramientas, para que el accionar de las PyMES sea más eficaz y eficiente y ofrezcan productos y servicios de calidad y con calidez, que su accionar tenga un inmenso compromiso con la comunidad y que sean más amigables con el medio ambiente.

**Palabras clave:** PyMES, responsabilidad social empresarial (RSE), stakeholders, desarrollo sustentable, gestión ambiental.

## **ABSTRACT**

SMEs in Ecuador and in our province are the main engine in the socio-economic development which generate jobs this being their essential role, through optimizing the impacts of processes and products. The companies' CSR has become a tool that contributes to the competitiveness and above all, to the common good.

This research's main objective was to determine the knowledge and integration of corporate CSR in SMEs city of Loja period 2013 - 2014, through two surveys of managers and workers, which allowed us to determine in a general way as is CSR in SMEs of Loja.

And with the achievement of these results allowed a situation assessment, make proposals and recommendations to serve as tools for the actions of SMEs more effective and efficient and offer products and services of quality and warmth, that their actions have a immense commitment to the community and be more friendly to the environment.

**Keywords:** SME, corporate social responsibility (CSR), stakeholder, sustainable development, environmental management.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar el conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja periodo 2013-2014, con la finalidad de inducir a las PyMES de la ciudad de Loja a que implementen el modelo de la responsabilidad social empresarial, en el desempeño de sus labores cotidianas, con la seguridad real de que su implementación redundara en mayores beneficios en lo económico, social, al medio ambiente y con la comunidad a la cual pertenecen, en síntesis diríamos que son muchísimas las ventajas de la utilización de este modelo, como lo demostrare en el desarrollo de la presente tesis de grado.

La responsabilidad social, dependiendo del actor que la analice, tiene diferentes apreciaciones y conceptualizaciones, de tal manera que cada uno tiene un criterio parcial sobre el concepto y no es unificado, por lo que no se puede determinar un solo concepto. Existen varios criterios universales. Muchas veces nos encontramos que lo que para una empresa es un gasto innecesario para otras es una inversión y para nuestro modesto entender, si es una inversión por las múltiples ventajas que ofrece su aplicación, para el estado la responsabilidad social es imperativa su implementación, dando cumplimiento a la constitución que habla sobre el BUEN VIVIR que toda empresa privada y pública debe desempeñar; de este modo, necesitamos formular lo más cerca posible a nuestra realidad un concepto que nos acerque tanto al deber social que deben tener las empresas, como los límites que debe tener el Estado en la exigencia de estas.

El programa de RSE en la actualidad se ha revestido de una importancia relevante sobre todo por el momento histórico en que nos encontramos, que va desde la responsabilidad ambiental en el cambio climático de todos los países, hasta cumplir con el derecho de una buena calidad de vida para los trabajadores que se han constituido en prioridades. Así las empresas ahora deben cumplir con esta responsabilidad social que primero es ambiental la misma que aplicada con estándares internacionales les permite aumentar su competitividad, mejorar sus productos, lo que generara mayor satisfacción y lealtad de sus clientes, suscitará mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, que les permitirá aumentar su eficacia y creatividad a la hora de cumplir sus funciones al desarrollarse en un ambiente más sano y saludable; la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos les permitirá el ahorro de costes y por ende un incremento de la rentabilidad, entre otros.

Para el desarrollo de la presente investigación se estructuró tres capítulos;

- El primer capítulo se trata de la conceptualización de RSE, su historia, los grupos de interés o Stakeholders, los enfoques, la perspectiva, su beneficio y su gestión;
- El segundo capítulo; se enfoca en las PyMES su conceptualización, la ventajas y desventajas, la importancia de las mismas en la economía, el papel que tienen dentro del país, como se encuentra la RSE en la PyMES ecuatorianas, el marco legal de la RSE en Ecuador, experiencias ecuatorianas en buenas prácticas y reconocimientos sobre RSE en Ecuador; y
- El tercer y último capítulo es la investigación de mercado, para lo cual se realizó el alcance, su objetivo, la metodología, los resultados de la misma con la que se pudo desarrollar un análisis FODA y las propuestas; y de esta manera plantear las conclusiones y recomendaciones de cómo esta acentuada la RSE en las PyMES Lojanas.

El presente documento pretende aportar en el conocimiento de la inserción de la RSE en las PyMES de la ciudad de Loja periodo 2013-2014, buscando aportar un servicio a la sociedad lojana con un estudio amplio y suficiente de la terminología e implementación de RSE en la ciudad de Loja. De su eficaz y eficiente implementación se obtendrá pymes sostenibles y sustentables en el tiempo, mejorado su accionar en el factor humano, en el trato respetuoso, ético y moral con sus proveedores, así como en el manejo medioambiental y sobre todo trabajado en beneficio de su comunidad; estamos seguros que el inicio de una nueva etapa de las pymes en la ciudad de Loja, utilizando el modelo de RSE, hará que las mismas y la comunidad en general seamos más éticos y morales, de ahí deriva la importancia del presente proyecto.

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)**

## 1.1. Historia de la RSE

La historia de la responsabilidad social no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, podríamos decir que hay documentos que datan del siglo XIX y a veces anteriores, y que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores.

El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. (Cámara oficial Española de Comercio e Industria de El Salvador, 2010)

(Gobierno de Navarra, 2008 - 2011) En el desarrollo de la RSC a nivel internacional y europeo cabe destacar cuatro momentos clave:

En los años 80 aparecen los primeros criterios de Inversión Socialmente Responsable en el que grupos sociales utilizan sus recursos financieros para rechazar determinadas conductas o actividades empresariales. Desde entonces la Inversión Socialmente Responsable se ha ido afianzando como una palanca de cambio para avanzar en la RSC influyendo en los propios consejos de administración.

El segundo, de proyección internacional, tuvo que ver con la aprobación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Corporativa, propuesto por el entonces Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, ante el foro Económico de Davos en 1999. Esta propuesta anima a las empresas a seguir diez principios universales en las áreas de los derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y gobernabilidad. El programa establece la colaboración entre las empresas y las diferentes organizaciones de Naciones Unidas, las organizaciones empresariales, las administraciones, los sindicatos, las ONGs y otros para construir redes y proyectos conjuntos en los que se compartan los valores y principios de la RSC.

Junto al referido Pacto Mundial, están las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, de la OCDE, que constituyen una serie de recomendaciones dirigidas por los gobiernos participantes en esta Organización, a las empresas multinacionales. Fueron adoptadas, igualmente en 1999, y revisadas por el Consejo de Ministros de la OCDE, celebrado en París en el año 2000. El punto de partida de estas Declaraciones son otros instrumentos a los que se hace referencia expresa por su influencia y complementariedad, como la

Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), o la Declaración de Río '92.

El tercer hito importante en el desarrollo de la RSC se corresponde con la aprobación por parte de la Comisión Europea, en el 2001, del Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", en el que se destacan algunos factores que a juicio de la citada Comisión impulsan el avance de la RSE, entre los que cabe citar: " Las nuevas inquietudes y expectativas de la ciudadanía, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala; los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores; la preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica, y la transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación".

Y el cuarto y último elemento clave en el impulso de la RSC está asociado a la Estrategia de Lisboa (2000) y, a la Estrategia Europea de Desarrollo Sostenible (2001), que proponen avanzar hacia un enfoque más integrador de la dimensión económica, social, ambiental y global. Ambas reconocen que los objetivos económicos, sociales y ambientales pueden reforzarse mutuamente y, por tanto, deben avanzar juntos. Por otra parte, también proponen una visión más equilibrada de la actividad económica, e inciden en las interdependencias complejas que existen entre la política, el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Posteriormente, en España, los trabajos más importantes llevados a cabo en relación con las recomendaciones internacionales y europeas relacionadas con la RSC han sido promovidos por el Congreso de los Diputados y por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Así, los documentos y propuestas más relevantes los encontramos en:

- El Informe de la Subcomisión del Congreso de los Diputados para potenciar y promover la Responsabilidad Social de las Empresas del 21 de junio de 2006)
- Las propuestas del Grupo de Expertos y Expertas en RSE sobre: "Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España" constituido a iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (12-07-2007).
- Las propuestas ( 19 de diciembre de 2007) de la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social, constituida por representantes del Gobierno de

España, CEOE, CEPYME, CCOO y UGT, recogidas en el documento denominado: “La responsabilidad social de las empresas. Diálogo social”

- La Estrategia Española de Desarrollo Sostenible aprobada por el Consejo de Ministros el 23 de noviembre de 2007

Estas iniciativas institucionales, han culminado con la creación del Consejo Estatal de RSE, creado por el Consejo de Ministros del pasado 15 de febrero de 2008, y, posteriormente modificado por Real Decreto 1469/2008, de 5 de septiembre.

Estos y otros hechos han puesto las bases para el desarrollo de la RSC que, en poco tiempo, ha alcanzado una proyección local y global. La implantación y desarrollo del concepto de RSC refleja la evolución de las expectativas que la ciudadanía europea tiene sobre el papel de las empresas y organizaciones en la nueva sociedad cambiante de hoy en día, y se enmarca en las orientaciones emanadas desde las Naciones Unidas, la Unión Europea y sus Estados Miembros para las políticas públicas, para las empresas y las organizaciones. (Gobierno de Navarra, 2008 - 2011)

Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000 que aún no llega pero que ya podemos vislumbrar.

La RSE no es estática y seguirá cambiando y nuevos acontecimientos habrán de sumarse a esta línea de tiempo. (Cámara oficial Española de Comercio e Industria de El Salvador, 2010)

## **1.2. Conceptualización de responsabilidad social empresarial**

“Responsabilidad significa hacer bien y a tiempo lo que sabemos que nos corresponde sin que nadie nos lo ordene asumiendo las consecuencias. La responsabilidad nos compromete a hacer lo que estamos comprometidos hacer, sin que necesitemos ser vigilados. A satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, a trabajar a conciencia, observando lo que hacemos y buscando cómo hacerlo cada día mejor. A tomar la iniciativa, proponiendo cómo hacer el trabajo mejor a cumplir con los deberes más que a reclamar derechos”. (Martínez Herrera, 2010)

La RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

A nivel mundial coexisten aún diversas definiciones que dan una idea bastante amplia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, pero no indican cómo una organización o una empresa puede ponerla en práctica.

(UE, EUROPA Síntesis de la legislación de la, 2005) Ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir «más» en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación permitiría aumentar la competitividad de las empresas, además de tener un impacto directo en la productividad.

No obstante, la responsabilidad social de las empresas no debería considerarse sustitutiva de la reglamentación o de la legislación relativa a los derechos sociales o a las normas medioambientales, así como tampoco de la elaboración de una nueva legislación apropiada. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos deberían centrarse en el establecimiento de un marco legislativo o reglamentario adecuado, con el fin de definir un entorno uniforme, a partir del cual puedan desarrollarse prácticas socialmente responsables. La importancia de la inserción de RSE en las empresas, permite a las empresas a más de contribuir con la sociedad y con el mundo en general, crear una ventaja competitiva ya que en la actualidad las empresas más valoradas son las que están implementando dicho modelo.

La Unión Europea, en el Libro Verde habla sobre RSE a la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus interlocutores. (Libro Verde, 2001)

Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, perseverando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras,

respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. (Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, 2007)

### **1.3. Los grupos de interés o stakeholders**

#### **1.3.1. Concepto de stakeholders**

Los grupos de interés consustanciales son aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero. Los grupos de interés contractuales son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial; directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral.

Como es obvio, las relaciones entre empresas y las partes interesadas no son siempre del mismo tipo, ni sería lógico que lo fueran. Por este motivo es conveniente elaborar el mapa de las partes interesadas de cada empresa y valorar su importancia.

No debemos perder de vista los desafíos marcados por Gerardo Lozano y Lizeth Leal en el documento “México: dejando atrás la filantropía” (RSE Red Interamericana, 2005), como son el que las empresas pequeñas y medianas integren programas de Responsabilidad Social Empresarial; y el de buscar acercarse más al enfoque estratégico en la adopción de la RSE para integrar las preocupaciones de la sociedad y la comunidad a la administración diaria y a la planificación estratégica de las empresas.

#### **Las tres definiciones más significativas de stakeholder;**

- Son stakeholders todos los grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir, lo que obliga a la empresa a no centrarse únicamente en los accionistas o stakeholders (Freeman, 1984)
- Son llamados colectivamente stakeholders de la corporación aquellos hacia los que la empresa tiene cualquier obligación moral. (George, 1982)
- Son stakeholders cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa (Freeman, 1984), siendo esta la definición más difundida en la actualidad.

### 1.3.2. Tipos de stakeholders

(Navarro García, 2012) Dice que se puede distinguir dos grandes grupos de stakeholders en función de proximidad al núcleo de la empresa:

- a) Stakeholders internos: vinculados directamente a la empresa u organización, bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.
- b) Stakeholders externos: los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONGs, competidores, consumidores, etc.

Todas las empresas, con independencia de su actividad o tamaño, se ven influenciadas por la relación que mantienen con sus grupos de interés. De dicha relación depende en gran medida el incremento del capital social de cada PYME, que es una de las mayores fuentes de ventaja competitiva en la nueva economía, configurada a través de un entramado de relaciones entre individuos, organizaciones y gobiernos.

Las relaciones con los stakeholders se materializan en el dialogo y en las acciones que la empresa desarrolla respecto a cada uno de ellos. En base a ello la empresa tiene por tanto dos alternativas:

1. Despreocuparse de su influencia, centrándose solo en la producción de bienes y servicios con el objetivo único de maximizar el beneficio sin tener en cuenta otros criterios.
2. Ser consciente del impacto de su actividad en cada colectivo y gestionarlo adecuadamente.

La primera alternativa es un modelo empresarial con pocas garantías de sostenibilidad a largo plazo.

La segunda alternativa requiere un esfuerzo por parte de la empresa y, por tanto, debe dedicar a ello recursos y tiempo. Por eso, en muchas ocasiones, la RSE es percibida como un coste para la empresa pero, en realidad, es una inversión ya que favorece la creación de valor. (Corrales, La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa .Guía de Buenas Prácticas, 2011)

#### **1.4. Enfoques de la responsabilidad social empresarial**

El conjunto de razones por las que las organizaciones empresariales deciden asumir la RSE y establecer sus políticas de actuación conforme a las demandas de una acción socialmente responsable, condicionan e influyen de modo decisivo en la manera que cada organización tiene de afrontar y de plantear la cuestión. Por tanto, son estas razones, más allá de las consecuencias y resultados cuantificables de las acciones, las que nos han de permitir decidir y evaluar el hecho de si una empresa se acerca y adopta la RSE por razones estrictamente éticas, o por razones que, aunque sean válidas, no son, sin embargo, de carácter ético. (Fundación Peñasal y Federación Sartu, 2011)

Enfoques: iluminado del Self-Interest; de las Instituciones Sociales; de la Moral Personal; Legal; de la Ciudadanía Empresarial; de los Stakeholders; basado en la Virtud; y el Teológico o Religioso. De estas visiones, se ha considerado algunos aspectos de cuatro de ellos, los cuales se apoyan y confluyen a la creación de un enfoque más amplio, orientado a la aplicación actual de las políticas socialmente responsables.

De acuerdo al “Enfoque de los Stakeholders”, las responsabilidades de la empresa no sólo se limitan a los accionistas, sino que involucra un grupo más amplio denominado “stakeholders”, en el cual se encuentran todos aquellos grupos en los que impactan las actividades de la empresa, quienes permiten su existencia y además el logro de los objetivos de la misma, correspondiente a la maximización de las ganancias, tal como señala Elizabeth Vallance quien plantea que “el propósito de los empresarios es la maximización del owner value de largo plazo”, que corresponde al valor de la empresa en términos de los beneficios de largo plazo reportados a los accionistas. Por esto, mantener buenas relaciones con los stakeholders, y como manifiesta Sir Geoffrey Chandler, contar con guías éticas que regulen las actividades empresariales, darán las pautas de sobrevivencia de la organización en un entorno competitivo en el largo plazo, ayudando a la consecución del objetivo empresarial.

En un sentido similar, el “Enfoque iluminado del Self-Interest”, desarrollado por Aram; Arlow y Gannon; y Mescon y Tilson, plantea a la RSE como una estrategia que ayuda a alcanzar el éxito o la maximización de beneficios, al promover una respuesta positiva por parte de la sociedad a cambio de tales prácticas. Sin embargo, para que esto ocurra será necesario que la comunidad conozca el comportamiento corporativo responsable de la empresa, lo cual demandará un análisis exhaustivo frente a los costos asociados a las iniciativas

responsables y su comunicación, versus los potenciales beneficios que se podrían alcanzar, en el entorno de un contexto competitivo.

Es así, como la comunicación del compromiso y actividades en materia de responsabilidad social que mantienen las empresas, se convierte en una pieza fundamental para la maximización de los beneficios; siendo relevante considerar qué comunicar, cómo y a quién.

Para lograr una comunicación efectiva, existen elementos esenciales a considerar como la credibilidad y la transparencia de lo que se está informando, considerando también que se debe comunicar de forma simple eventos pasados que hayan sido exitosos, diseñando especialmente estrategias comunicacionales para cada stakeholders.

Así planteados, los dos enfoques anteriores convergen en la RSE como una herramienta que apunta al logro de los objetivos organizacionales, tomando en cuenta consideraciones vistas desde distintas perspectivas, sin que sean excluyentes entre ellas.

Sin embargo, también podemos considerar en un ámbito complementario, aristas del “Enfoque Legal” y del “Enfoque de la Ciudadanía Empresarial”, como elementos reguladores del accionar de las empresas, considerando por una parte, que desde una perspectiva legal las entidades al ser creadas y validadas por ley, deben actuar conforme a las reglamentaciones establecidas por la sociedad; y por otra parte, que en su calidad de ciudadanos corporativos deben ser capaces de desempeñarse de tal forma que contribuyan al bienestar comunitario, actuando responsablemente en todas y cada una de sus actividades.

Reuniendo los aspectos anteriores de las visiones citadas, podemos aglutinar tales perspectivas en un enfoque integrado, en el que señalamos a la RSE como una herramienta estratégica que ayuda a la consecución del objetivo corporativo de maximización de beneficios, incorporando en sus consideraciones no sólo a los accionistas, sino a todos los grupos de interés, que darán las bases y la posibilidad de la existencia de la empresa en el largo plazo, al actuar en un mercado competitivo.

Sin embargo, para que las acciones realizadas logren los propósitos buscados, será necesario que las entidades encuentren la manera de comunicar su actuar responsable a los stakeholders, de manera efectiva, y se preocupen de realizar sus distintas actividades e iniciativas dentro del marco legal correspondiente. (Pareja Sedano, 2013)

“La RSE engloba cuestiones económicas, sociales y mediambientales, y en ella convergen diferentes preocupaciones y disciplinas científicas. En el interior de las mismas empresas han evolucionado progresivamente diversos enfoques, como la ética empresarial, los aspectos sociales o el desarrollo de los recursos humanos, que alimentan la RSE.

De hecho, el interés actual de las empresas en la RSE no es totalmente voluntaria. Muchas empresas han tomado conciencia de su responsabilidad social cuando se han visto sorprendidas por la respuesta del público hacia ciertas cuestiones que, hasta ese momento, no pensaban que fueran parte de su responsabilidad empresarial.

Si analizamos las áreas de impacto de las empresas en la sociedad, vemos que se podrían clasificar de diversos modos, pero uno muy intuitivo sería la llamada triple cuenta de resultados, que incluye el rendimiento económico, ambiental y social. Cada factor interactúa con los demás y es interdependiente de los otros logros (por ejemplo, buen gobierno, estándares éticos de negocios, desarrollo de recursos humanos y relación con grupos de interés e implicación en cuestiones sociales).

Es razonable afirmar que la mayor área de influencia de una empresa es la económica. Algunos argumentan, como Drucker, que la primera responsabilidad social de una empresa es hacer bien su trabajo, es decir: ofrecer buenos productos y servicios de un modo seguro y a coste apropiado. Pero otros plantean dudas acerca de si las empresas que generan productos <<antisociales>> aunque legales, como el tabaco o la minas antipersonas, pueden ser consideradas buenas ciudadanas simplemente porque mantengan estándares impecables en las facetas ambientales y social.

El impacto ambiental de muchas empresas es hoy en día mucho más conocido y se ha transformado en una prioridad para los directivos durante los últimos diez años. En esta dirección, algunas empresas se han propuesto controlar las emisiones contaminantes a lo largo de todo el ciclo vital de sus productos.

En este sentido, podemos señalar dos aspectos de interés: primero, la conveniencia de promover el control de las empresas sobre sus propios impactos ambientales más que de implicarse en apoyar económicamente programas externos y, segundo, el rápido avance en esta dimensión puede servir de guía para desarrollar otros aspectos menos internalizados de la RSE.

En concreto, el impacto de los conceptos de sostenibilidad en el desarrollo de la RSE ha sido muy importante. De hecho, esta área de la RSE ha ido por delante de otras con bastantes años de ventaja y es posible que ello se deba cuando menos a tres factores.

Por una parte la normativa medioambiental se ha regulado antes que ciertos avances sociales, y esto ha favorecido que la RSE medioambiental tenga un carácter reactivo, mientras que en los aspectos sociales debería ser más bien proactivo.

En segundo lugar, los impactos mediambientales de las empresas son tangibles, de modo que es muy difícil disimular el impacto en esta área.

En tercer lugar el impacto medioambiental es percibido más claramente como algo global, de manera que es cada vez más visible cualquier acción que atente contra esta faceta del bienestar, lo cual no se puede aplicar exactamente igual a los aspectos sociales de la RSE.

Naciones Unidas, a través de iniciativas estrictamente empresariales como el Pacto Mundial u orientadas a la sociedad en su conjunto, como los denominados <<objetivos de desarrollo del milenio>> (ODM), ha intentado plantear los problemas sociales como parte destacada de la agenda internacional.” (Moreno , Uriarte, & Topa, 2010)

### **1.5. Modelo integral de los stakeholders para la gestión de la RSE**

“Este modelo propio de los stakeolders se presenta como una herramienta de gestión adecuada y válida para gestionar la RSE. Bajo la denominación de modelo integral de los stakeholders se pretende indicar que las tres dimensiones o usos del enfoque de los stakeholders, s saber, descriptivo-analítico, estratégico-instrumental y normativo, deben entenderse y comprenderse en completa interacción en la gestión de la empresa.

Se trata de un modelo que postula que para dirigir la empresa de modo moralmente responsable debe hacer uso de los tres usos del enfoque (nunca de uno solo). Por otra parte, se quiere resaltar que la dirección de la empresa responsable moralmente no puede nunca ser entendida como un programa o actuación pasajera en la empresa, sino que debe incluirse en el corazón de su gestión, es decir, en la toma de decisiones empresariales dentro de la propia estructura de la empresa.

Las consecuencias para la gestión de la empresa de este modelo se podrían definir del siguiente modo:

- ✓ Los intereses pueden ser cualificados y existen tres tipos de intereses: particulares, grupales y universalizables o generalizables. Una perspectiva ética del enfoque de los stakeholders debería adoptar los intereses universalizables o generalizables como guía para la definición de sus estrategias y de su RSE.
- ✓ Un stakeholder no será interpretado solo como un afectado por la actividad empresarial sino como un interlocutor válido. En este sentido se afirma que no es un simple reclamante pasivo sino que trata de influir en las decisiones y actividades de la empresa. Con esta definición de los stakeholders se exige que todos los afectados por la actividad empresarial sean considerados como interlocutores válidos de la empresa, cuyos intereses es preciso tener en cuenta en la toma de decisiones.
- ✓ Un stakeholder válido posee poder tanto estratégico o instrumental como comunicativo, es decir, es potencialmente generador de entendimientos y acuerdos acerca de intereses generalizables.
- ✓ Exigencia de dialogo para la búsqueda de acuerdos acerca de las normas y procedimientos empresariales que respondan a intereses generalizables para guiar la dirección empresarial. Es decir, deberá existir un respeto obligado al principio de universalización que establece que una decisión es moralmente correcta cuando puede o podría ser aceptada por todos los afectados presentes y futuros.
- ✓ El dialogo deberá basarse en cuatro principios básicos (alguno de los cuales, en ocasiones, suele olvidarse cuando se establece diálogos o negociaciones de diversa índole):
  - Principio de sinceridad de los interlocutores.
  - Principio de inclusión de todos los afectados (o en su defecto los representantes) como solución a los conflictos potenciales, presentes y futuros
  - Principio de reciprocidad entre los participantes, incluida la ausencia de coacción o violencia.
  - Principio de simetría entre todos los intereses planteados.

Bajo este modelo integral de los stakeholders, la concepción de la responsabilidad empresarial ya no solo se ciñe a los intereses particulares o grupales, sino que contempla también la posibilidad de alcanzar acuerdos acerca de intereses generalizables. Por tanto estaríamos frente a una concepción ética de la RSE, o responsabilidad moral de la empresa. Desde aquí el concepto de los stakeholders no tiene solo un valor estratégico o instrumental para la empresa, sino que tiene un valor intrínseco.

Así pues, se propone un solo normativo de la metodología de stakeholder que pasa de un concepto amplio del mismo, desde el que se considera a la empresa como una institución social donde convergen diferentes tipos de intereses y cuyas acciones y decisiones son susceptibles de valoración moral.

Partiendo de este enfoque ético, una empresa podrá considerarse ética cuando logre el acuerdo de todos los implicados. Este acuerdo será considerado siempre como un proceso y no un hecho y la valoración ética del mismo dependerá del alejamiento o cercanía respecto a la inclusión de los múltiples stakeholders, las condiciones del dialogo y del posible acuerdo. De la consideración de todos los afectados dependerá la credibilidad moral o legítima de la empresa.” (Navarro García, 2012, págs. 99-100)

### **1.6. Perspectiva ética de la responsabilidad social empresarial**

La relevancia de la ética en la empresa se debe tanto a su impacto directo en la sociedad como al carácter constitutivo de las sociedades modernas. Un espacio tan amplio y decisivo de la vida humana no se puede sustraer a la reflexión ética. “una ética de las organizaciones es, así, indispensable para reconstruir el tejido de una sociedad, para re moralizarla”. (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2012)

Navarro dice que las empresas y organizaciones si tienen y aplican una determinada ética. La RSE se funda en la afirmación de que las empresas, en la medida en que actúan libre y voluntariamente y están integradas por la suma de diferentes personas que viven en una sociedad con una determinada conciencia, también tienen ética, y también pueden construir un carácter mediante la adopción de hábitos (buenos o malos). Sus reglamentos internos y pautas de conducta ayudan a sus trabajadores a tomar decisiones morales. Son, por tanto, responsables. O deberían serlo. Las empresas y organizaciones deben ser capaces de responder.

La importancia actual de la RSE responde al cambio que está produciendo en la visión de la empresa, cuando el beneficio económico no es separable del beneficio social y ecológico. Ahora bien, lo novedoso es ver en esta integración una de las claves para la competitividad de nuestras empresas, tal y como se establece en el Libro Verde de la UE. También la OCDE entiende la responsabilidad como un elemento clave para la búsqueda de nuevas oportunidades para la empresa. De nuevo la idea de que la responsabilidad es uno de los factores más importantes para hablar de competitividad.

Las decisiones de la empresa no pueden ser consideradas solamente decisiones privadas, pues afectan a la calidad de vida de terceras personas, ajenas a la racionalidad estrictamente económica o comercial.

La ética de la empresa es una brújula que la orienta hacia lo que debería ser. El problema básico es la armonización posible entre las exigencias éticas y los objetivos empresariales, pues es evidente que una empresa no es una ONG y debe generar beneficios no solo sociales sino también económicos. (Navarro García, 2012, págs. 52-58)

### **1.7. El beneficio de ser socialmente responsables**

En el contexto en el que se mueven las empresas del siglo XXI, la Responsabilidad Social Empresarial es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que ha generado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles. Por un lado, un papel más activista en los consumidores, que exigen mucho más que calidad en los productos que consumen: esperan que la empresa cuide el medioambiente e incrementan los controles sobre estas últimas para asegurarse que cumplen con los principios de la RSE.

Los cambios descritos inciden en la consolidación y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, de ahí que, para la Unión Europea, la RSE sea un factor clave para lograr un tejido empresarial sólido y con capacidad de desarrollo.

La implantación de medidas en materia de responsabilidad social tiene un impacto positivo en los cinco factores que son fuente de ventaja competitiva en las empresas: estructura de costes, recursos humanos, clientes, innovación, gestión del riesgo y la reputación y resultados financieros. Por tanto ser socialmente responsable genera beneficios a nivel de negocio.

Cuadro Nro. 1

VENTAJAS QUE LA RSE APORTA A LAS PYMES	
Internas	Externas
Mejor clima laboral	Preferencia en la adjudicación de contratos públicos
Mayor productividad	Mayor fidelización de clientes
Mejora de la calidad	Mejores relaciones comerciales con grandes empresas y multinacionales conlucradas
Mayor rentabilidad	Premios y etiquetas distintivas
Mayor cohesión interna	Posicionamiento de marca, mejora de la imagen y reputación/notoriedad empresarial
Mejores profesionales	Diferenciación frente a la competencia
Mayor control y gestión del riesgo	Reconocimiento público/prestigio social y mejores relaciones con la comunidad local
Mayor atracción y retención del talento	Posibles ventajas fiscales
	Preferencia en la obtención de créditos y microcréditos de entidades financieras
	Preferencia en el acceso a subvenciones públicas

Autor: Luisa de Miguel Corrales

En definitiva. La RSE es una apuesta irrenunciable para toda Pyme que aspire a ser innovadora, a generar beneficio y a mantener un negocio prospero a lo largo de muchos años.

El beneficio de ser socialmente responsables no sólo agrega valor a la marca y rentabilidad, sino que acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio. (Corrales, La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa - Guia de Buenas Prácticas, 2011)

### 1.8. La gestión de la RSE en las grandes empresas y en las PyMES

La Responsabilidad Social Empresarial engloba las decisiones, las medidas, las actividades y las acciones éticas y transparentes realizadas por cualquier empresa durante el desarrollo de su actividad económica. (Corrales, La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa .Guía de Buenas Prácticas, 2011)

Una gran parte de empresas y, en especial las Pymes y Micropymes, consideran que la RSE es un ámbito que solo puede ser desarrollado y asumido por las grandes corporaciones con capacidad para gestionar y financiar medidas o proyectos de alto impacto y visibilidad. Sin embargo, la única diferencia para integrar la RSE en la gestión de cualquier empresa es delimitar cuál es su esfera de influencia y que decisiones y actividades puede controlar, así como saber cuáles son sus prioridades y sus recursos para emprender las medidas adecuadas a su negocio. (Corrales, La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa .Guía de Buenas Prácticas, 2011)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto de un creciente interés en los últimos años. Cada vez hay más indicios de que no se trata sólo de una respuesta táctica de las empresas a determinadas demandas sociales y que no es, por tanto, un simple lavado de cara, como consideran algunos de sus críticos, sino de una verdadera cuestión estratégica que condicionará el futuro de las empresas. En este sentido, se defiende la Responsabilidad Social como la herramienta clave para asegurar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

A pesar del amplio debate que ha suscitado la RSE, no existe consenso generalizado sobre su definición. Por su parte, el Foro de Expertos en RSE, constituido en el 2005 por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, da la siguiente definición en su informe: Entendiéndose grupo de interés (también conocidos por su nombre en inglés “stakeholders”) como todo aquel grupo o individuo que pueda afectar a o verse afectado por las actividades de la empresa (Freeman, 1984).

En relación con las definiciones anteriores, se espera la rendición de cuentas por parte de las empresas en tres ámbitos: el económico, el social y el medioambiental. La progresiva aplicación de políticas responsables por parte de las empresas ha dado como resultado una mejora de su valoración por parte de sus grupos de interés, con las consiguientes ventajas respecto a competidores no iniciados en RSE (aumento de demanda, retención de talento, fidelización de los clientes, mejora del ambiente laboral...). Es decir, la gestión adecuada y responsable de las actividades se ha convertido en un elemento diferenciador que, a largo plazo, aporta beneficios para la empresa.

Es por esto que cada vez más se considera la RSE como una estrategia para garantizar la competitividad de la empresa a largo plazo, hablándose entonces de RSE estratégica (Porter y Kramer, 2002). Esta característica incentiva la creencia de que la RSE está aquí

para quedarse, que no es una simple moda. El diálogo de la empresa con sus grupos de interés contribuye a identificar posibilidades de mejora de las comunidades locales y, al mismo tiempo, puede ser una importante fuente de innovación para la empresa, a lo cual autores como Porter y Kramer se refieren como “valor compartido” (Porter y Kramer, 2011).

“Según Navarro dice que la gestión de la RSE, como muestran las distintas iniciativas, tanto europeas como internacionales impulsadas por las instituciones políticas, empresariales y sociales, sitúan a la empresa a la altura de los valores de nuestro tiempo. Se puede considerar como un esfuerzo decidido por definir los intereses universalizables que cualquier stakeholder puede tener y por darle respuestas adecuadas. Esto es posible gracias a una gestión asada en el diálogo y acuerdo con sus stakeholders acerca de cuáles son los temas, intereses y estrategias que constituyen el horizonte de una buena gestión empresarial. En este sentido, es importante subrayar que este modelo de gestión no está restringido a las grandes empresas, aunque sean ellas las que están liderando este proceso hacia la innovación y competitividad.

La RSE tendría que expresarse en tres esferas o marcos en los que opera la empresa: económico, social y medio ambiental. Estos constituyen el triple bottom line de la operatividad de la organización, una dirección de las operaciones organizacionales en las tres esferas mencionadas, que tendría que dar como resultado una triple información hacia los distintos stakeholders para su futura evaluación y mejora continua de la actuación empresarial.

El protagonismo en la asunción de este modelo de gestión de gran empresa europea e internacional es vital para alcanzar solidez y competitividad en el largo plazo de los proyectos empresariales. Pero también lo es su desarrollo en las pymes. Estas son en Europa las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo, y por este motivo es fundamental que conozcan y desarrollen sistemas de dirección empresarial acordes con las coordenadas de RSE. Muchas pymes ya han asumido su responsabilidad social de forma intuitiva, sobre todo a través de su integración en su entorno local, aunque no siempre esa RSE está integrada de un modo sistemático. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor influye sin duda en su competitividad, por este motivo, la sistematización de la visión de la RSE y de la gestión de los stakeholders sería una apuesta decidida por la competitividad de estas empresas.

Además cabe recalcar la visión de la RSE, implica no solo cumplir con la responsabilidad empresarial propia, sino también extender tal visión y prácticas a aquellos stakeholders con los cuales se relaciona la empresa. En este sentido, las relaciones comerciales existentes entre las grandes empresas y sus socios comerciales de las empresas más pequeñas permiten prever que se obligaran recíprocamente a llevar a cabo un cumplimiento, respeto y fomento de la visión de la RSE, a modo de efecto en cadena benéfico. En la actualidad el 12% de empresas (informe de Forética 2008) cuentan ya con criterios de selección de socios comerciales que adopten la visión global de la RSE y su gestión diaria, de modo que se fomente la RSE, actitud que sería deseable se extendiera más”.

El reducido tamaño de las pymes les da una flexibilidad y una capacidad de reacción que las grandes empresas no tienen. Al estar mucho más ligadas al entorno cercano en el que actúan, las relaciones que establece una pyme con proveedores, clientes, trabajadores o consumidores son mucho más directas que en el caso de las grandes empresas. Esto hace que, en general, las pymes sean muy conscientes de los intereses, preocupaciones y expectativas de sus grupos de interés y actúen en consecuencia.

Es decir, la forma de actuar de muchas pymes de manera natural entronca con los enfoques y las prácticas promovidas desde la RSE, aunque no la tengan catalogada como tal. Por ejemplo, en materia de conciliación de la vida laboral con la personal, la cercanía en el trato permite una mayor flexibilidad en los horarios de trabajo. Consecuentemente, aunque en una primera aproximación los modelos de gestión de la RSE puedan verse como algo ajeno y difícil de aplicar para empresas de pequeña envergadura, en muchos casos no supondría más que llevar a cabo un proceso de análisis y sistematización de la forma de actuar de la empresa.

Es obvio que para ser socialmente responsables no es necesario incorporar complejos sistemas de gestión de la RSE. Al contrario, la adopción de dichos sistemas no siempre es garantía de un comportamiento responsable. Otra razón para comenzar a sistematizar los procesos y dar a conocer la gestión responsable por parte de las pymes es su relación con las grandes empresas. Muchas pymes actúan como proveedoras para las grandes empresas o intervienen en algún punto de la cadena de valor de los productos y servicios que ofrecen. Las nuevas líneas de acción de la RSE están enfocadas a una gestión responsable de la cadena de suministro, lo cual supone que las grandes empresas demanden la aplicación de criterios de responsabilidad a sus proveedores y subcontratistas. (Guía de Responsabilidad Social Corporativa para PYMES, 2012)

## **1.9. La RSE como compromiso con el desarrollo sostenible**

El Consejo Europeo de marzo del 2000, celebrado en Lisboa, marcó el objetivo estratégico de la UE para la década de convertirse en la economía basada en el conocimiento, más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejor empleo y con mayor cohesión social .

El Consejo Europeo celebrado el 16 y 17 de junio del 2005, determinó que el desarrollo sostenible es un objetivo clave de todas las políticas comunitarias, que busca promover una economía dinámica con un alto nivel de empleo y educación, de protección de la salud, de cohesión territorial y social, y de protección ambiental, en un mundo seguro y en paz, respetando la diversidad cultural, a la vez que, definió los principios rectores para un desarrollo sostenible:

- Protección ambiental: romper el vínculo entre crecimiento económico y degradación ambiental.
- Equidad Social y Cohesión: sociedad democrática, no excluyente, cohesionada, saludable y segura, que debe crear igualdad de oportunidades y combatir la discriminación.
- Prosperidad Económica: economía próspera, innovadora, rica en conocimiento, competitividad y eco-eficiente, con alto nivel de vida y pleno empleo y de alta calidad.
- Cumplir las responsabilidades internacionales: las políticas internas y externas deben estar comprometidas con un desarrollo sostenible global.

Al año siguiente, el citado Consejo, en su reunión de junio del 2006 - tras revisar la Estrategia de la UE para un desarrollo sostenible aprobada en el 2001 en Gotemburgo, concluyó que se seguían registrando tendencias no sostenibles en relación con el cambio climático y el uso de la energía, así como amenazas a la salud pública; con la pobreza y la exclusión social, la presión social y el envejecimiento; la gestión de los recursos naturales, la pérdida de biodiversidad, los usos del suelo y el transporte.

Ante el empeoramiento de las tendencias medioambientales, los retos económicos y sociales, el Consejo aprobó la revisión de la Estrategia de Desarrollo Sostenible definiendo los siguientes siete retos principales: Cambio climático y energía limpia; transportes sostenibles; consumo y producción sostenibles; conservación y gestión de los recursos

naturales; salud pública; inclusión social, demografía y flujos migratorios; pobreza en el mundo y retos en materia de desarrollo sostenible.

El Consejo Europeo con estos acuerdos y los adoptados en marzo del 2007, ha tratado de promover que las instituciones, empresas y las organizaciones sociales determinen y elaboren medidas que permitan mejorar continuamente la calidad de vida de las actuales y futuras generaciones, mediante la creación de comunidades sostenibles capaces de gestionar y utilizar los recursos de forma eficiente y de aprovechar el potencial de innovación ecológica y social que ofrece la economía, garantizando, de este modo, la prosperidad, la protección del medio ambiente y la cohesión social.

La aspiración de avanzar hacia una sociedad más sostenible ha ido ganando peso en las agendas públicas y privadas, pero asumir la necesidad de un desarrollo más sostenible supone un compromiso de toda la sociedad, de sus instituciones y organizaciones, así como de la ciudadanía.

El llamamiento a la responsabilidad social de las organizaciones es el de la implicación y el compromiso a trabajar por una sociedad más equilibrada y justa en lo económico, social y ambiental.

En este empeño, la RSC constituye un factor estratégico para avanzar hacia otro modelo de desarrollo basado en un nuevo paradigma que combine y contemple las interdependencias complejas que existen entre los aspectos económicos, los sociales y ambientales.

La RSC supone una exigencia y un compromiso activo del conjunto de la sociedad en favor de un desarrollo más sostenible.

Se trata de un proceso que requiere cambios culturales de alcance en la concepción de las Administraciones, empresas y organizaciones y en sus formas de planificar y gestionar sus políticas y sus actuaciones internas y externas relacionadas con : su modelo de gobierno corporativo; el respeto a los derechos humanos; su política laboral; sus compras y proveedores; sus inversiones; su acción educativa y social; sus compromisos con la comunidad y con sus grupos de interés, y con el impacto ambiental de sus actividades e instalaciones. (Gobierno de Navarra, 2008 - 2011)

## 1.10. Pasos para la implementación de la RSE en las PyMES

A continuación enumero algunos primeros pasos para pensar en la implementación de un programa de RSE en PyMES:

### a. Que no sea algo impuesto desde arriba (estilo - filosofía)

Este punto es el que recalcábamos anteriormente. Ya sean los dueños o los principales accionistas, es importante que la política de RSE sea fruto de un diálogo inter-áreas. Armar el Comité de RSE.

### b. Identificar grupos de interés (diagnóstico)

El primer desafío para implementar una RSE como gestión responsable es identificar correctamente los grupos de interés. Una PyME debería empezar por sus grupos primarios: dueños, clientes, empleados, proveedores, medio ambiente y comunidad circundante a su operación (ya sea planta industrial u oficinas comerciales).

### c. Impacto de mi actividad en dichos grupos de interés (diagnóstico)

El segundo paso sería preguntarme cómo impacta mi actividad en estos grupos. De esta manera, empezar a hacer conscientes efectos que se dan por sentado, o que están implícitos.

### d. Relación con mis grupos de interés (diagnóstico)

El tercer paso es preguntarse: ¿qué tipo de relación tengo con estos grupos? Es una relación de acuerdo a necesidades puntuales, de mitigación de consecuencias, o hay un plan de trabajo. Las acciones que actualmente tengo responden al impacto de mi actividad. Mi relación con los grupos de interés, responde a un paternalismo, o busca una concreción de valor.

### e. Política (estrategia)

Una vez realizado el diagnóstico definir una política que refleje mis preocupaciones y sobre todo que responda a la pregunta sincera: ¿de qué me siento realmente responsable?, y ¿qué recursos tengo para afrontar dicha responsabilidad?

### f. Plan de acción (estrategia + implementación)

Seguramente las empresas realizan acciones de RSE de manera informal y muchas veces el plan de acción es formalizar las acciones que se llevan a cabo, dándoles un contenido

que responda a la política definida. Ejemplo real: una empresa siempre ayudó a los hijos de sus empleados a terminar la escuela secundaria con becas. Cuando se definió la política de RSE se puso como prioridad atender las necesidades de los empleados y de sus familias. De esa manera, dentro de ese paraguas, se estructuró y se publicitó el plan de becas para hijos de empleados, se dieron normas y reglas para pedir las y otorgarlas (de este modo salió de la esfera de la “buena voluntad del dueño”, y pasó a ser una política transparente de la empresa).

g. Implementación (implementación)

Poner en práctica el plan de acción. En el ejemplo anterior vimos cómo la implementación se dinamiza con políticas y planes de acción concretos. El punto que me gustaría recalcar aquí es que es un tema más de gestión y organización que de recursos. Implementar de manera ordenada tiene un efecto multiplicador en toda la empresa.

h. Medición (medición)

El que no mide no gestiona. Si los programas de RSE no tienen un indicador de impacto, no estamos gestionando la RSE, seguimos en la etapa más filantrópica. No hablamos de grandes tableros de control, sino de ver cómo se están usando los recursos que la empresa pone a disposición y si se logran los objetivos. Volviendo al ejemplo anterior, si damos diez becas por año pero sólo tres chicos terminan el secundario, podemos decir que el programa no es exitoso, y preguntarnos por las causas reales. (Willi, 2012)

## **PYMES (PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS)**

## 2.1. Conceptualización de PYMES

«Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (PYME) son el motor de la economía europea. Constituyen una fuente fundamental de puestos de trabajo, generan espíritu empresarial e innovación en la UE y, por ello, son vitales para promover la competitividad y el empleo.

La nueva definición de PYME, que entró en vigor el 1 de enero de 2005, representa un gran paso hacia la consecución de un mejor entorno económico para las PYME y se propone fomentar el espíritu empresarial, las inversiones y el crecimiento. Para elaborar esta definición se ha procedido a realizar una amplia consulta a las partes interesadas, lo que ha puesto de manifiesto que es vital escuchar a las PYME para la correcta realización de los objetivos de Lisboa». Günter Verheugen, Miembro de la Comisión Europea Responsable de Empresa e Industria (Comisión Europea, 2005)

Según el SRI se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales. (Servicio de Rentas Internas)

En todas las economías del mundo, las PyMES son de gran importancia. Las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

En aquel sentido, gracias a que estas emplean a una gran cantidad de personas con menores costes salariales por trabajador, aportan cierta estabilidad al mercado laboral (muchos empleados ubicados en muchas empresas, en lugar de concentrados en unas pocas empresas grandes).

Por su tamaño, las Pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y para emprender proyectos innovadores. Esto aunado a las particularidades de su gerencia, suelen propinarle un espacio especial en las políticas públicas y en la academia. (Emprende PYME, 2013)

Sin embargo, las Pymes tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño (Reyes, 2007):

- Acceso restringido a las fuentes de financiamiento.
- Bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos.
- Limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico.
- Baja penetración en mercados internacionales.
- Bajos niveles de productividad.
- Baja capacidad de asociación y administrativa.

De hecho, el acceso al financiamiento ha sido identificado como uno de los más significativos retos para su supervivencia y crecimiento, incluyendo a las más innovadoras. En contraste, las grandes empresas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento a través de medios tradicionales debido a que cuentan con mejores planes de negocios, más información financiera confiable y mayores activos.

Las Pymes cuentan con la más amplia gama de giros productivos, comercializadores y de servicios y tienen la tendencia a realizar actividades autónomas que tienen relación con las empresas más grandes, y de este modo sufriendo la influencia de éstas que suelen someterlas, minimizando sus posibilidades de desarrollo o establecen una interdependencia.

Por pymes se entenderá la concepción de Robinson y Littlejohn (1981), toda organización de dimensión reducida que da lugar a un financiamiento y gestión cualitativamente diferentes a los difundidos en los textos normalmente vinculados con las grandes. (Luna Correa, 2013)

## **2.2. Ventajas y Desventajas de las PYMES**

### **Ventajas:**

- Presentan más flexibilidad que las empresas convencionales en el sistema de producción.
- Permiten entablar una relación mucho más cercana con los clientes.
- Gracias a la mayor sencillez de su infraestructura, es más sencillo cambiar de nicho de mercado (el espacio donde se encuentran los potenciales usuarios o consumidores de un servicio o producto).
- Los puestos de trabajo son más amplios, menos estrictos, y los trabajadores están más abiertos al cambio.
- El mayor nivel de conocimiento específico y know how, que se da gracias a la cercanía de los integrantes con el día a día de la empresa, puede convertirse en una importante ventaja con respecto a la competencia.
- El tiempo que requiere la toma de decisiones estratégicas puede ser considerablemente menor, dado que los procesos de gestión resultan menos complejos.
- Presentan una visión menos estricta, más enfocada en las necesidades y demandas de los clientes (siempre cambiantes) que en sus propias raíces, lo cual da lugar a importantes modificaciones a nivel estructural, adoptando las tecnologías y el personal necesario para encarar los desafíos que se presentan a cada paso.

### **Desventajas:**

- Dado que se mueven por procesos de tipo emergente, no cuentan con lineamientos específicos relacionados con su creación, sino que experimentan constantes cambios y evoluciones.
- No gozan de un importante respaldo financiero, lo cual les impide embarcarse en negocios de gran envergadura.
- Requieren de una constante revisión de su estructura, dado que su naturaleza adaptable puede convertirse en la razón de su disolución a causa de la pérdida del control organizativo.
- La mayor cercanía entre los trabajadores puede ser negativa si éstos trasladan sus problemas personales a la oficina.
- Suele ocurrir que no exista un control estricto de la entrada y la salida del dinero.

- El reducido volumen de producción se refleja en la cuantía de los pedidos realizados a los proveedores, lo cual puede derivar en sobre costo.
- Si no se realiza una campaña publicitaria efectiva y constante, la empresa puede pasar desapercibida ante los consumidores. (Definicion.De, 2013)

### **2.3. Importancia de las PYMES en la economía**

Las PYMES juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

Las PYMES, en término de cantidad (números), y de manera general a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía. En este sentido, la importancia de este sector de la economía es trascendental para la generación de empleos, desarrollo de la producción, y el manejo sostenible de la economía. La importancia de las Pymes en la economía se basa en:

- Asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.

La importancia de las Pymes como unidades de producción de bienes y servicios justifica la necesidad de dedicar un espacio a su conocimiento. Debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las Pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultaran una buena fuente generadora de empleo, sobre todo profesionales y demás personal calificado. (Revista EKOS, 2012)

### **2.4. Las PYMES en Ecuador**

Sansur dijo: “El sistema económico del Ecuador es altamente dependiente de los ingresos generados por las exportaciones de productos primarios, tenemos una dependencia muy concentrada en cuanto al petróleo, por lo tanto debemos diversificar nuestra estructura productiva.

Por lo tanto, es imprescindible apostar a las Pymes, para producir riqueza y redistribuirla. La creación de pequeñas y medianas empresas constituye una herramienta eficaz para combatir la pobreza y forjar el pleno empleo, con la finalidad de que se pueda plasmar un verdadero desarrollo nacional.

La pequeña empresa cumple un papel fundamental, no solamente en la instauración del empleo, sino también en la inserción productiva de una gran parte de la población.

Es importante impulsar estas unidades productivas, ya que canalizan el esfuerzo de ahorro e inversión de grupos de ingreso medio y en el caso de las microempresas, también de estratos pobres; uno de los mayores problemas en cuanto a las Pymes es la dificultad de acceso al crédito: en América Latina solo el 12% del total de crédito de la Región se dirige a las Pymes, comparado con el 25% con respecto a los países de la OCDE; otra de las dificultades es que tienen que pagar intereses más altos que las grandes empresas, a veces hasta el doble en algunos países. Otro de los problemas de las Pymes es su limitada posibilidad de contar con mano de obra cualificada.

Las pequeñas y medianas industrias de la Región se afianzan en Latinoamérica, según cifras de la Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes) en la Región existen 716 000 pequeñas empresas y 145 000 medianas, que crean el 88% del total de empleos y siempre relacionado con el sector comercial. Todo ello frente a un 10% que instituyen las grandes compañías.

Es un imperativo tener una atmósfera para la inversión extranjera, con la finalidad de que se puedan constituir nuevas empresas en el Ecuador, pues solamente a través de un Derecho Societario consolidado se pueden vislumbrar posibilidades certeras, para que hayan cada día más nuevas empresas y a través de este mecanismo se pueda mitigar el desempleo y el subempleo que impera en el Ecuador, el cual tiene cifras estrepitosas.

En un país se pueden reflejar buenas o malas legislaciones, para que sea más o menos atractivo en cuanto a la facilidad para hacer nuevos negocios; recientemente ha circulado un reporte publicado por el Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional, a pesar de que ciertos organismos internacionales han impuesto condiciones draconianas a las economías de nuestra Región para conceder créditos.

(Sansur, 2013) Ante esto, a pesar de todo no podemos desconocer ciertos estudios, ya que se comparan las regulaciones de 185 países destinadas para pequeñas y medianas empresas; Ecuador asoma en el puesto 139, con cero reformas de incentivo para el mejoramiento de la actividad empresarial y con otros rubros tales como: apertura de empresas, manejo de permisos, empleo de trabajadores, pago de impuestos, obtención del crédito y cumplimiento de contratos.

Lo grave es que pasamos del puesto 120 (año 2006), es decir, desmejoramos 19 puestos en seis años. En comparación, Colombia está en el puesto 45 y Perú aparece en el puesto 43, en Colombia se crean 183 compañías al día, en los primeros nueve meses del año 2012 se crearon 49 502 empresas, de las cuales 221 son sucursales de sociedades extranjeras.

El inversionista extranjero busca seguridad jurídica y en muchas de las ocasiones, cuando nuestros países son considerados como Estados tramposos, en los cuales no se honran sus deudas, especialmente en la contratación pública, todo esto desencadena para que las inversiones se ahuyenten y no inviertan y si lo hacen es de forma golondrina, a través de negocios especulativos que no generan empleo, ya que son coyunturales.

En general, muchos países del mundo tienen mucha menor inversión, sobre todo cuanto se establecen impuestos, en trasgresión de los principios tributarios de igualdad y de seguridad jurídica.

Nuestro país debe aprender de las experiencias del Perú, el cual tiene beneficios tributarios, ya que contemplan incentivos que son otorgados por el Estado a los empresarios, todo esto como un aliciente que coadyuva al desarrollo y crecimiento sostenido de un país, para conseguir objetivos económicos y sociales, todo esto para acodar una mejor calidad de vida del conglomerado.

Actualmente en el Perú existen determinados beneficios tributarios conferidos según niveles de ingresos y que son concedidos al micro y pequeño empresario para favorecer la formalización y promoción de sus negocios". (Sansur, 2013)

## **2.5. La RSE en las PyMES de Ecuador**

En las empresas privadas, entidades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil de Ecuador el concepto de Responsabilidad Social (RS) si bien es conocido, es poco aplicado.

Una buena parte de las compañías que aplican planes de RSE son multinacionales que ya cuentan con varios años de experiencia frente a este tipo de programas. Ese es el caso de la petrolera Repsol, que solo este año ha invertido más de \$1 millón en el desarrollo y mantenimiento de programas para resolver las necesidades básicas de 33 comunidades del oriente ecuatoriano.

Lorena Collado, coordinadora técnica de los programas sociales de la firma, destacó que estos planes se orientan a diferentes aspectos que van desde el cuidado medioambiental, hasta planes educativos, proyectos de turismo ecológico y apoyo a microempresarios. "En todos estos programas notamos que la idea va más allá de la satisfacción de las necesidades, sino que hay un deseo de luchar contra la pobreza, a través de la dinamización de las economías locales", indicó. (DP)". (Hoy Economía, 2008)

En Ecuador, el Gobierno nacional ha establecido el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV 2009-2013) como instrumento de planificación estatal en las distintas áreas de desarrollo. Por ello, este plan debería ser conocido y apoyado –conforme sus competencias o mandatos– por los distintos actores públicos y privados de la sociedad ecuatoriana.

Las empresas requieren profundizar el conocimiento del PNBV y alinear, de alguna forma, sus estrategias de apoyo al desarrollo a estos grandes objetivos nacionales.

Sin embargo, apenas el 29% de las empresas conocen el PNBV, a pesar de que el 64% de las entidades gubernamentales menciona dar a conocer la información sobre este tema.

### Ámbito local

En el ámbito local, los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) tienen entre sus mecanismos de planificación los planes de desarrollo local, que se construyen y ejecutan, en mayor o menor medida, con el apoyo o colaboración de los actores sociales.

En el Ecuador, algo más de la mitad (52%) de los empresarios expresa que apoya la realización de los planes de desarrollo. Por otro lado, el 58% de las entidades gubernamentales invita a las empresas a participar en la elaboración de los planes en su ámbito de acción, y el 78% de estas entidades pone a disposición información sobre los planes de desarrollo.

En el Ecuador, sobre todo durante el último quinquenio, las empresas han introducido temas de RS por diferentes razones o motivaciones; además, el interés por la responsabilidad social es creciente.

Cerca de la mitad de las empresas ha introducido temas relacionados con RS (51%), el 80% de ellas en la última década, y el 57% solo en los últimos 5 años. Del 49% de empresas que aún no implementan una estrategia o aspectos de la responsabilidad social, al 56% le interesa la temática. (Torresano, 2012)

Mediante el análisis que se pudo realizar a las PyMES podemos llegar a que las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para inserción de la RSE son las siguientes:

### 2.5.1. Análisis FODA

Cuadro Nro. 2

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las PyMES son más flexibles y adaptables a los cambios.</li> <li>• Buena interrelación entre los administradores con sus empleados.</li> <li>• Conocimiento teórico del modelo de RSE.</li> <li>• Rentables económicamente.</li> <li>• Modelos de empresas grandes y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco interés por parte de los Gerentes en la aplicación del modelo de RSE.</li> <li>• Personal no dispuesto a su capacitación y profesionalización.</li> <li>• Personal no dispuesto a realizar actividades de vinculación con la comunidad.</li> </ul>

<p>medianas con rendimientos altamente económicos que han aplicado la RSE.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento del mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se considere al modelo como un gasto y no como una inversión de mediano y largo plazo.</li> </ul>
--	--

Elaborado: Augusta Veintimilla

Cuadro Nro. 3

ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anticipación a futuras regulaciones y exigencias gubernamentales y de control ambiental.</li> <li>• Políticas gubernamentales a favor de las pymes.</li> <li>• Leyes en beneficio del sector.</li> <li>• Mejor conocimiento de los grupos de interés (stakeholders).</li> <li>• Mejorar los procesos productivos.</li> <li>• Empleados con deseos de superación.</li> <li>• Organizaciones privadas con deseos de brindar asesoramiento profesional gratuito a las empresas que deseen incorporar el modelo de responsabilidad empresarial.</li> <li>• Mejorar su membresía a nivel nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que se considere una moda/tendencia.</li> <li>• Sanciones administrativas.</li> <li>• No acceso al mercado global.</li> <li>• Disminuir la competitividad.</li> <li>• Que las autoridades locales no participen directa o indirectamente con las pymes, en su actividad de compromisos con la sociedad o comunidad.</li> </ul>

Elaborado: Augusta Veintimilla

## **2.6. Marco Legal de la RSE en Ecuador**

La responsabilidad social, para el caso ecuatoriano, es un tema que se vincula en el ámbito del sector empresarial hace aproximadamente una década. Las prácticas que fundamentan esta temática se encuentran aún en franco proceso de construcción.

Las organizaciones empresariales, tanto públicas como privadas, son objetos sociales que requieren para su accionar de procedimientos internos y normatividad que regulen sus relaciones internas y externas. Estas relaciones se dan mediante las diferentes correlaciones entre los sujetos que conforman el Estado y la sociedad.

Las empresas para el cumplimiento de la RS podrían disponer de un marco jurídico que ordene el cumplimiento de prácticas socialmente responsables. Sin embargo, esto más bien limitaría mucho la acción organizacional.

Lo que existe es un conjunto normativo que regula ciertas dimensiones de la RS, como por ejemplo, la relación entre empresa y el empleado, la relación con el medio ambiente, etc. La regulación de la RS se encuentra dispersa en la legislación nacional. No obstante, el marco jurídico que disponen los Estados no son condicionantes únicos para las prácticas de RS. Existen algunas normas técnicas, como la ISO 26000, la AA 1000, la ISO 8000, por ejemplo, que apoyan a las organizaciones en sus definiciones.

Lo que si se observa es que el cumplimiento de la RS pasa por la observación del marco jurídico que los Estados disponen en sus varias dimensiones y que regulan las relaciones entre el capital y el trabajo y entre la sociedad y el Estado. La observación a las leyes y procedimientos ya constituyen una dimensión de responsabilidad social a la que se denomina responsabilidad social regulada. La RS está enmarcada a buenas prácticas que observen procesos regulados o por regularse.

Para el caso ecuatoriano la legislación vigente está direccionada a cuatro dimensiones que pasan transversalmente por los cuerpos legales que a continuación se cita. Estas cuatro dimensiones son las siguientes:

1. Las que vinculan la relación con el medio ambiente.
2. Las que median entre el Estado, la sociedad y la empresa – terceras personas.
3. Las que regulan a los clientes / usuarios – público externo- y la empresa.
4. Y las que intervienen en la relación trabajador – público interno- y empresa.

Se puede observar que la responsabilidad social aparece transversalmente en varios ámbitos en la Constitución Política.

En cuerpos jurídicos, como el de la Ley Orgánica de las Empresas Públicas, también se observa la misma lógica de las cuatro dimensiones citadas anteriormente. En la Ley de Gestión Ambiental aparece prácticamente en todo su cuerpo normativo la dimensión que vincula la empresa con el medio ambiente, resaltando la variable de sustentabilidad.

Aparece también en las siguientes leyes ecuatorianas el tema que vincula las prácticas de RSE, como en la Ley de Régimen Municipal, Ley de Régimen Provincial, Ley de Hidrocarburos, Ley del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, Ley Orgánica de Educación Superior, Ley de Protección al Consumidor. También un componente importante es la inclusión en el Plan Nacional del Buen vivir 2009 – 2013. También en la Ley de la Economía Popular y Solidaria aparece la dimensión de la RS como una práctica que debe reflejarse en los denominados balances sociales de las cooperativas nacionales.

En el caso particular del Municipio Metropolitano de Quito se dictó la Ordenanza número 333 en la cual incentiva y orienta a las empresas del distrito de la capital a poner en práctica la Responsabilidad Social en las empresas.

Una síntesis de este marco legal se encuentra en el Cuadro 2. Es importante entender que la normativa se complementa al momento de aplicar la Responsabilidad Social en las organizaciones.

#### Cuadro Nro. 4

CONSTITUCIÓN POLÍTICA
• LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS
• LEY ORGÁNICA DE TRANSPARENCIA Y ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA
• LEY ORGÁNICA DEL SERVICIO PÚBLICO
• LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL
• LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
• LEY DEL ANCIANO
• LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL
• LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
• LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
• LEY DEL RÉGIMEN MUNICIPAL
• LEY DE RÉGIMEN PROVINCIAL
• LEY DE HIDROCARBUROS
• LEY DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
• CÓDIGO DEL TRABAJO
• ORDENANZA MUNICIPAL DE QUITO, No. 333

**Autor:** (Parra, 2013)

Se puede encontrar otras orientaciones en algunas normas internacionales que sirven como guías para el fomento de la RS. Entre ellas están la ISO 26000, que ya mencionamos anteriormente; la SA8000 y la AA1000. Todas son voluntarias y tienen objetivo de ofrecer referencias más concretas para implementación de la RS en las organizaciones.

La SA 8000 fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), y tiene como eje central la promoción de mejores condiciones laborales, a partir de acuerdos internacionales y marco legítimo sobre derechos de trabajadores, justicia social, etc.

La AA1000, Accountability 1000, es un estándar para medir e informar sobre el comportamiento ético en los negocios. Es una norma creada por el Instituto para la Responsabilidad Social y Ética – ISEA (por su sigla en inglés: Instituto for Social and Ethical Accountability).

Por normatividad, como se ha observado, no faltan condiciones para la aplicación de RSE en el caso ecuatoriano. Sin embargo, sabemos que la RS debe ir más allá del cumplimiento de la regulación de los Estados, para que estas prácticas dejen de ser modas gerenciales o imposiciones y pasen a ser acciones sustantivas de los actores económicos y sociales del sistema. (Parra, 2013)

## 2.7. Experiencias Ecuatorianas de Buenas Prácticas

La Organización de las Naciones Unidas explica que el concepto de “Buenas Prácticas” constituye cualquier contribución sobresaliente para mejorar la calidad de vida y la sostenibilidad de ciudades y comunidades. Deben cumplir con los siguientes criterios para su caracterización:

- 1) Indiquen un resultado tangible en la calidad de vida de las personas
- 2) Que sean resultado de la alianza entre lo público, lo privado y la sociedad civil
- 3) Que sean sostenibles, es decir, que tengan continuidad.

Además de estos criterios, para evaluar las buenas prácticas de la Responsabilidad Social se debería incluir otros criterios, como por ejemplo, el grado de innovación y el valor agregado de las prácticas en sentido amplio, la participación de todos los posibles implicados en el diseño, implantación y evaluación de la estrategia de responsabilidad social; que cuente con el apoyo de la dirección; que exista un diagnóstico y análisis previos de las necesidades sociales y organizacionales; que se evidencie la articulación directa con un proceso clave de la empresa; y la capacidad de medición y divulgación de los resultados.

Con estos antecedentes se puede definir que las buenas prácticas son todas las iniciativas que propongan formas de actuación innovadoras, sostenibles, pertinentes y eficaces para crear valor a la empresa y algunos de sus grupos de interés, y que son susceptibles de ser transferidas a otros contextos.

En este acápite se organizaron las buenas prácticas de Responsabilidad Social de las empresas que son miembros de CERES, a partir de fichas técnicas. Cada ficha técnica incluye el nombre y el objeto de la empresa, el concepto de Responsabilidad Social y las evidencias de que tienen un modelo de gestión socialmente responsable, el nombre de los programas y los logros alcanzados.

Entre las empresas que son miembros de CERES en Ecuador encontramos:

- ACE Seguros
- Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental – CEDA
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP
- Corporación Favorita

- DINERS CLUB del Ecuador
- Electro Generadora del Austro Elecaastro S.A.
- REPSOL Ecuador S.A. a través de Fundación Repsol Ecuador
- AMAZONAS HOT S.A.
- Kimberly-Clark Ecuador S.A.
- Pfizer
- Plan Internacional
- Plasticaucho Industrial S.A.
- Cadena Ecuatoriana de Televisión TC Televisión
- Telefónica-Movistar (OTECCEL)
- YANBAL Ecuador S.A

### 2.7.1. Reconocimientos sobre RSE en Ecuador

Aquí usted encuentra los principales premios y reconocimientos sobre temas ambientales, sociales, éticos y de Responsabilidad Social del Ecuador en los últimos años. Algunas son organizaciones del sector público, organizaciones de la sociedad civil, asociaciones empresariales o instituciones de cooperación internacional que organizan estos eventos.

Esta información fue construida y sistematizada, principalmente, a partir del mapeo realizado por el Mapeo de Promotores de RSE Sin embargo, también fueron consultadas otras fuentes para complementar la información.

A continuación se relacionan las instituciones, con la descripción de los principales premios y reconocimientos entregados en los últimos años.

**Cuadro Nro. 5**

<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL EMPLEO</b>
Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano–Alemana (AHK)	Concurso de RSE “Ideas que ayudan a tu comunidad”, en alianza con Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) en Ecuador. Creado en 2009, el concurso busca promover la implementación de RSE en empresas ecuatorianas y premia proyectos propuestos por empresas que se enmarcan en su RSE. Periodicidad: anual.

Fundación General Ecuatoriana	Reconocimiento Empresarial a las Mejores Prácticas en Inserción Socio-laboral de Personas con Discapacidad. Este proyecto, desarrollado a nivel nacional y con el apoyo técnico de la Vicepresidencia de la República de Ecuador, tiene como objetivo reconocer a las mejores prácticas empresariales en inserción socio laboral de personas con discapacidad a través de una verificación objetiva a las empresas privadas. Las empresas que participan deben cumplir con la Ley Reformatoria al Código de Trabajo y sobre todo realizar buenas prácticas en el proceso de inserción socio laboral de las personas con discapacidad. Periodicidad: anual, vigente desde el 2010.
Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha	"Reconocimiento GENERAL RUMINAHUI" a las buenas prácticas de Responsabilidad y sostenibilidad Corporativa. La prefectura otorga tres tipos de reconocimiento y merecimientos: (1) Reconocimiento Anual General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de RSC; (2) Reconocimiento Triple Bottom Line .- Línea de Base Triple: Económico, Social y Ambiental; (3) Reconocimiento al Diálogo Social.- Laboral, Inclusión Laboral a Personas con Discapacidad, Stakeholders, Liderazgo Ciudadano Corporativo y Anticorrupción; Desde el 2012 la prefectura busca construir alianzas público-privadas para facilitar la implementación de proyectos de interés común y benefician a la comunidad en temas como: medio ambiente, nutrición, reforestación y más. El premio se otorga desde el año 2008, y en 2012 se extendió el reconocimiento no solo a las organizaciones que tienen prácticas de Responsabilidad Social, sino que se ha incluido el tema de la sostenibilidad corporativa.
Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)	Sellos Hace Bien/Hace Mejor. El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), promueve los Sellos Hace Bien, Hace Mejor con el objetivo principal de reconocer públicamente a las empresas que cumplen con las cuatro éticas empresariales (Trabajadores, Comunidad, Estado y Medio Ambiente). El Sello Hace Bien está dirigido a empresas que cumplen con la legislación vigente y con parámetros básicos de buenas prácticas laborales / El Sello Hace Mejor: reconoce a las empresas con las mejores prácticas empresariales y que incorporaron altos estándares en el cumplimiento de las cuatro éticas empresariales. Como condición para postularse al Sello Hace Mejor, la empresa debe ya haber obtenido el Sello Hace Bien y contar con al menos un Reconocimiento Ecuatoriano Punto Verde (otorgado por el Ministerio de Ambiente del Ecuador). En 2011, se realizó la primera entrega y los sellos tienen vigencia de 3 años.
Ministerio del Ambiente	Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental "Punto Verde". Toda empresa de producción y de servicios que reduce contaminación puede optar por el Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental. Entre los criterios fundamentales está que cuente con Licencia Ambiental o Ficha

	<p>Ambiental otorgada por la Autoridad Nacional o Autoridad Ambiental Acreditada ante el SUMA, y con casos de aplicación de Producción más Limpia a través de la demostración de indicadores. El caso más exitoso es reconocido con “Punto Verde”, que tiene vigencia por 2 años. Pese que el documento fue lanzado entre 2010 y 2011, los premios fueron entregados por primera vez en el año de 2012. En noticia de febrero del 2013 se indicó que 12 empresas ecuatorianas ya conquistaron el reconocimiento Punto Verde y se proyecta que al final del año se llegará a 300 empresas con este reconocimiento.</p>
<p>Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)</p>	<p>Premio a la Responsabilidad Social. Se establecen ocho categorías institucionales para el premio: grandes, medianas, pequeñas, personales, comunitarias, artesanales, fundaciones y organizaciones no gubernamentales. La empresa que quiera participar debe presentar un balance social sobre las actividades que desarrolla. El ganador del premio recibe una estatuilla o escultura, y la autorización municipal para la utilización pública del distintivo “Socialmente responsable” en sus productos o servicios</p> <p>El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se ha propuesto a desarrollar políticas de apoyo e incentivo a la Responsabilidad Social. En este marco, en 2010 se publicó oficialmente la Ordenanza Municipal 333; en el 2011 se la presentó en el I Foro de Quito de RS y en el 2012 se creó el Consejo Metropolitano de RS en Ecuador.</p>
<p>CEDA (Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental)</p>	<p>Concurso de fotografía “Río+20: Foto Ecuador”. El objetivo del concurso es documentar en imágenes el valor del respeto a la naturaleza, los problemas y amenazas que atentan contra el equilibrio y la armonía entre el ser humano y el ambiente; así como el cambio de actitudes necesario para avanzar en la senda del desarrollo sostenible. Nos proponemos, además, promover la sensibilización de la comunidad y contribuir al desarrollo de la imagen y el registro visual sobre las condiciones ambientales del desarrollo en el Ecuador con un enfoque particular hacia las aportaciones locales a la construcción del desarrollo sostenible que permitan evaluar de forma gráfica que ha sucedido en estos últimos 20 años en materia de desarrollo sostenible. La última convocatoria fue el 2012.</p> <p>Premio Ecuatorial 2012, para grupos comunitarios y/o locales. La Iniciativa Ecuatorial se complace en anunciar la convocatoria de candidaturas para el Premio Ecuatorial 2012, que reconocerá 25 iniciativas pendientes locales que están trabajando para avanzar en soluciones de desarrollo sostenible para la gente, la naturaleza y la resiliencia de las comunidades</p>
<p>Cámara de</p>	<p>En el marco de la misión de promover el comercio, la inversión y las</p>

Industrias y Comercio Ecuatoriano Británica (CICEB)	<p>relaciones culturales y educativas entre las empresas, los Gobiernos y las personas de la República del Ecuador y del Reino Unido, la CICEB ofrece a sus socios:</p> <p>Recibir la Certificación “S2M” en Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con el aval técnico de entidades ecuatorianas y británicas. (Sostenibilidad, medición y mediación).</p>
Municipio de Guayaquil y CEMDES	<p>El premio a la Eco-eficiencia y al Mérito Ambiental es un programa que CEMDES y el Muy Ilustre Municipio de Guayaquil ejecutan con la finalidad de motivar a la Empresa Privada a cumplir con criterios de Eficiencia, Responsabilidad Social y de Manejo Ambiental.</p> <p>El premio es entregado por el Muy Ilustre Municipio de Guayaquil, anualmente, luego de un proceso mediante el cual el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible nombra a una lista corta de Empresas candidatas, para que la comisión de premios y preseas del Municipio seleccione a la ganadora. Periodicidad anual, desde el año 2003.</p>

**Autor:** (Parra, 2013)

## **RSE EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA**

### 3.1. Alcance

La presente investigación pretende determinar el Conocimiento e Inserción de la Responsabilidad Social Empresarial en las PyMES de la ciudad de Loja periodo 2013-2014, Las pymes en la actualidad desempeñan un papel importante en la economía, no solo en términos económicos, sino también en el aspecto humano. Y, por tanto, es importante la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial.

Para lo cual he desarrollado dos modelos de encuestas, una para el empleador y otra para el trabajador, tomando como base de datos las empresas registradas en el SRI (Servicio de Rentas Internas, 2014).

Aplicando la fórmula para el muestreo con los siguientes datos:  $Z= 1.96$ ,  $p=0.5$ ,  $q= 0.5$ ,  $N= 1052$ ,  $e= 0,05$  y obteniendo una muestra de 282 PyMES.

Escogiendo este sector ya que nuestra ciudad es pequeña y la mayor parte de sus empresas son micro, pequeñas y medianas empresas.

### 3.2. Objetivo

- Determinar el conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial de los gerentes y trabajadores de las PyMES en la ciudad de Loja en el periodo 2013-2014.
- Realizar un diagnóstico situacional de RSE en las PyMES de la ciudad de Loja.
- Evaluar las variables económicas, laborales y ambientales de las RSE en las PyMES de la ciudad de Loja 2013-2014.

### 3.3. Metodología

Para lograr el desarrollo de los objetivos fue necesario fundamentar los métodos, técnicas y procedimientos de recolección y monitoreo de datos referentes al tema de estudio, el mismo que ha requerido de una adecuada selección de instrumentos investigativos de manera correcta que conduzcan al cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos.

Para el desarrollo se aplicó el **método científico**, que partió de la búsqueda de la información de diferentes fuentes para determinar los procesos, hechos internos y externos.

También se utilizó el **método analítico**, que consiste en la desmembración de la información, analizando más profundamente sus partes o elementos para observar las causas y efectos; también permitió conocer aún más el objeto de estudio, con lo que se pudo explicar, comprender y establecer nuevas teorías.

Además se tomó en consideración el **método bibliográfico** que permitió obtener información de revistas, periódicos, libros, artículos, internet, etc.

Las técnicas de apoyo fueron **observación directa** y reconocimiento profundo de las PYMES en Loja para determinar las falencias y potencialidades existentes, que nos permitieron determinar las posibles alternativas.

Se utilizó también como instrumento de investigación dos modelos de **encuesta**, que se aplicaron una a los empresarios y otra a los trabajadores de las PyMES de la ciudad de Loja, para lo cual he realizado el siguiente muestreo.

Población finita: < 100.000

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

N: tamaño poblacional.

P/Q: probabilidades asociadas a las características. Como se desconoce la proporción de individuos que poseen la característica,

se toma p = 50% y q = 50%.

Z: valor crítico asociado al nivel de confianza elegido

E: margen de error permitido.

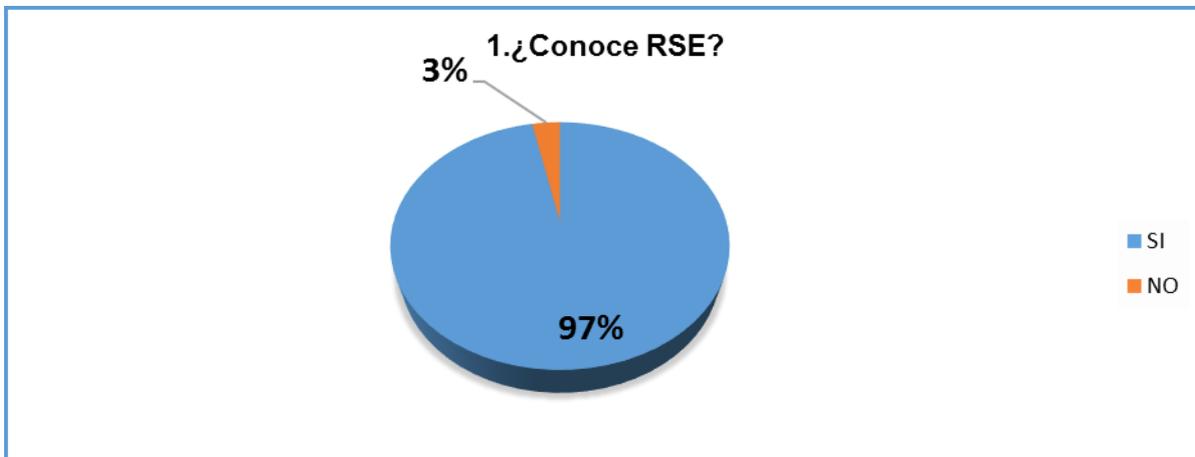
## DATOS

Z= 1.96	$\frac{z^2 * 0.5 * 0.5 * 1052}{e^2(N - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$
p=0.5	
q= 0.5	
N= 1052	
e= 0,05	

### 3.4. Resultados

#### ENCUESTA EMPLEADORES

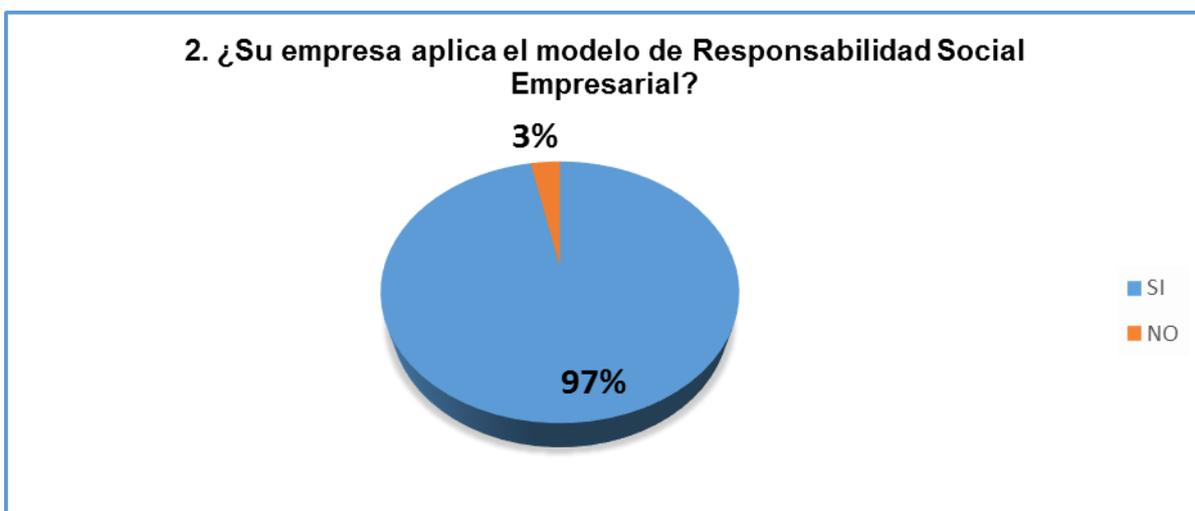
Gráfico 1



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 97% dice conocer el modelo de responsabilidad social empresarial, mientras que solo el 3% desconoce del mismo, lo que implica que aún falta capacitación por parte de algunos de los empleadores.

Gráfico 2



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 97% confirma que si se aplica el modelo de responsabilidad social empresarial en sus empresas y apenas el 3% dice que no, este es un porcentaje muy significativo sin embargo se espera que esta aplicación no sea solamente teórica.

Gráfico 3



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** Si bien un 51% dice reconocer el esfuerzo con gratificaciones a sus trabajadores, casi un mismo porcentaje el 49% manifiesta que no, lo que implica que hace falta generar políticas de reconocimiento al esfuerzo laboral.

Gráfico 4



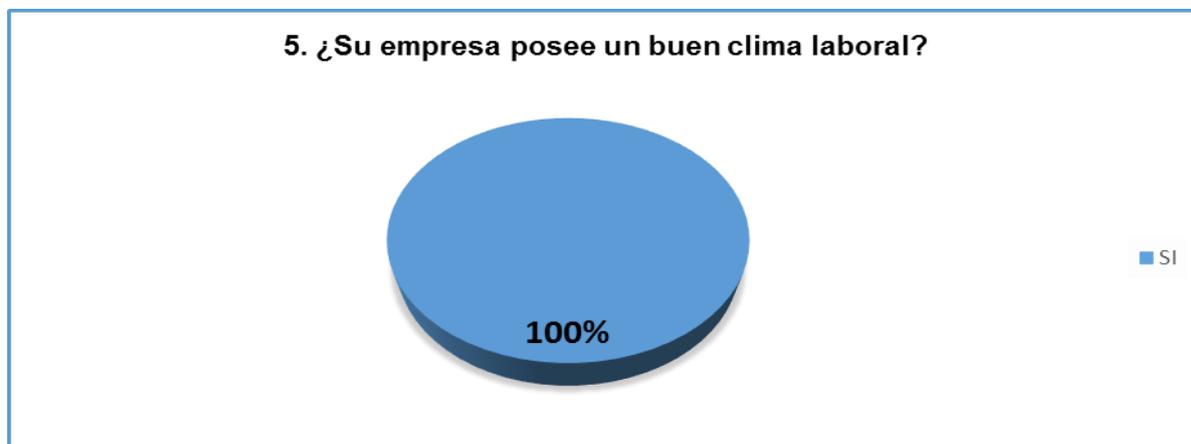
Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 72% de las PyMES de la ciudad de Loja no invierten en capacitación, profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores y apenas un 28% si lo hace, está claro que las PyMES no se preocupan por el mejoramiento del talento

humano siendo este un porcentaje muy revelador para la detección de la falta de políticas serias y responsables para una mejora continua de su personal.

Gráfico 5



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de las PyMES de la ciudad de Loja manifiestan que existe un buen ambiente laboral. Lo que es favorable porque permite un mejor desenvolvimiento de los trabajadores en las actividades que llevan a cargo, haciéndolas a estas de una manera más eficiente. En la actualidad toda empresa para conseguir mejores réditos económicos trata en lo posible de brindar un buen ambiente laboral, esto también se lo hace buscando evitar la deserción de los trabajadores.

Gráfico 6



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** Para el 100% de los empleadores si existe muy buena comunicación entre empleador/empleado esto es favorable ya que permite desarrollar un mejor trabajo, enfocándose más acertadamente al objetivo de la empresa, y de esta manera obtener mayores réditos económicos.

Gráfico 7



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de los empleadores dice interesarse en el mejoramiento del nivel de vida de sus trabajadores. Lo que es importante ya que de esta manera los trabajadores se sienten satisfechos y hacen su trabajo de una manera más eficiente y productiva

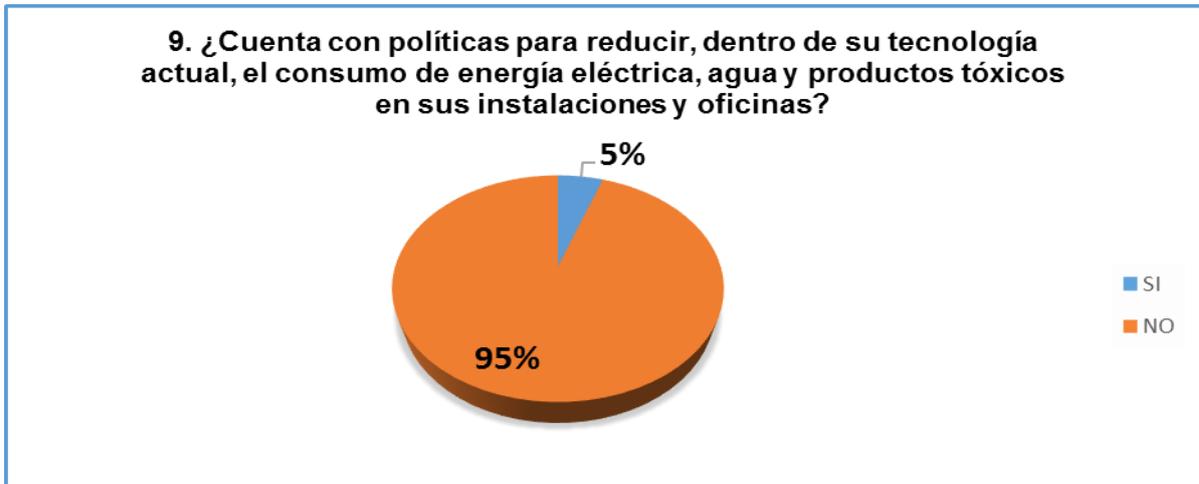
Gráfico 8



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de los empleadores no permite ningún espacio libre para que el trabajador pueda tener un descanso, lo que puede incidir en su rendimiento.

Gráfico 9



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 95% de las PyMES no cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas y apenas el 5% cuenta con dichas políticas, lo que revela la poca o nula importancia que tienen para un significativo ahorro del consumo de agua y energía eléctrica, pero más preocupa el manejo de los productos tóxicos, urgen definir políticas internas y externas al respecto.

Gráfico 10



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** el 100% de los empleadores manifiesta contar con planes en la mejora de la calidad de productos y servicios, lo que es bueno ya que los clientes son cada vez más exigentes, por lo que los gerentes o administradores deben tratar de cumplir sus

requerimientos y sugerencias para de esta manera poder brindar un producto de calidad que cumpla con las expectativas de los mismos.

Gráfico 11



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** la totalidad de los entrevistados considera que su información es transparente, clara y precisa. Lo que es importante ya que de ello depende la satisfacción del cliente y del proveedor que son quienes en definitiva mantienen el negocio en pie; de tal manera que esta respuesta del 100% es muy importante.

Gráfico 12



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** el 100% dice contar con planes y políticas para aumentar el grado de satisfacción de sus clientes y proveedores, lo que es muy importante y va con relación a la pregunta anterior ya que toda empresa busca siempre aumentar la satisfacción de sus proveedores y clientes, ya que sabemos que del aumento de la satisfacción de éstos

depende la ampliación del mercado y el poder llegar a un mercado más satisfecho y amplio, el crecimiento de una empresa depende en gran medida de estos planes.

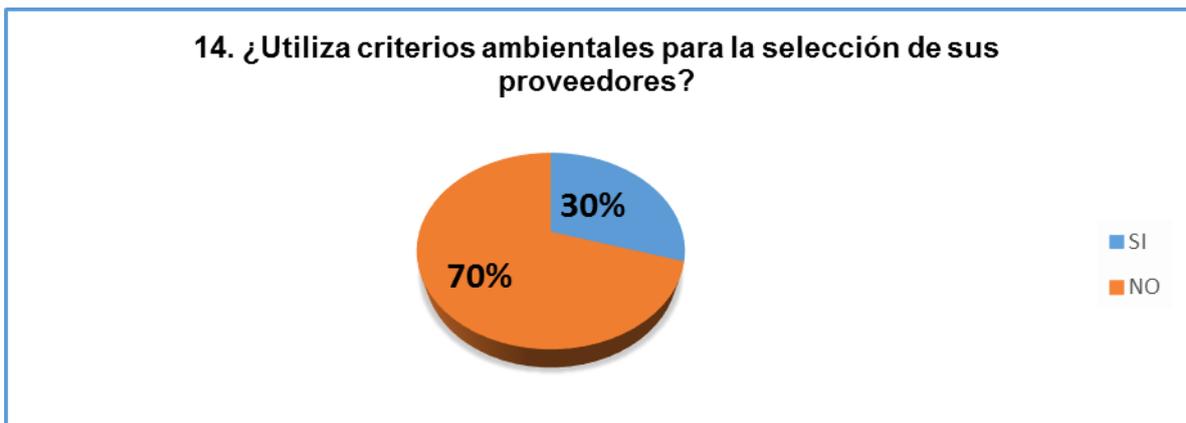
Gráfico 13



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación:** el 84% dice contar con normativas de calidad y apenas el 16% dice que no, sin embargo en la práctica no se aplica como lo demostramos en la gráfica 10, lo que parece faltar preparación, y comunicación sobre las normativas de calidad, y se debe implementar procesos de capacitación al respecto.

Gráfico 14



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación:** El 70% de las PyMES de la ciudad de Loja dice que no cuenta con criterios ambientales para la selección de sus proveedores y el 30% dice que sí por lo que urge definir alguna política o reglamentación al respecto.

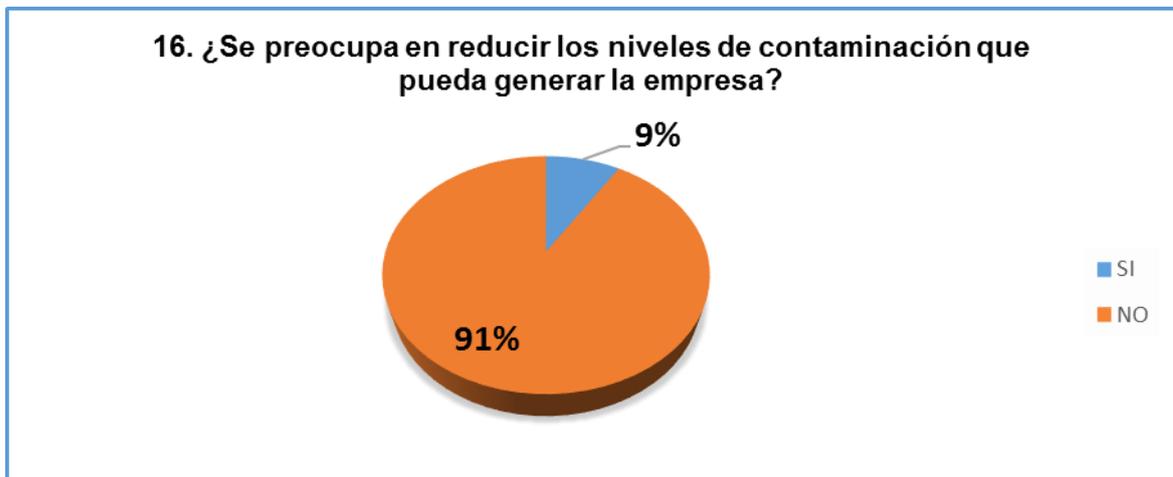
Gráfico 15



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** el 84% de las PyMES dice que no planea ni realiza actividades sociales y/o comunitarias y el 16% dice que si lo hace, lo que nos muestra es que existe muy poca comunicación o interrelación con su comunidad, es imperativo generar políticas claras y precisas para que las PyMES se inserten con su comunidad velando siempre por un desarrollo sustentable.

Gráfico 16

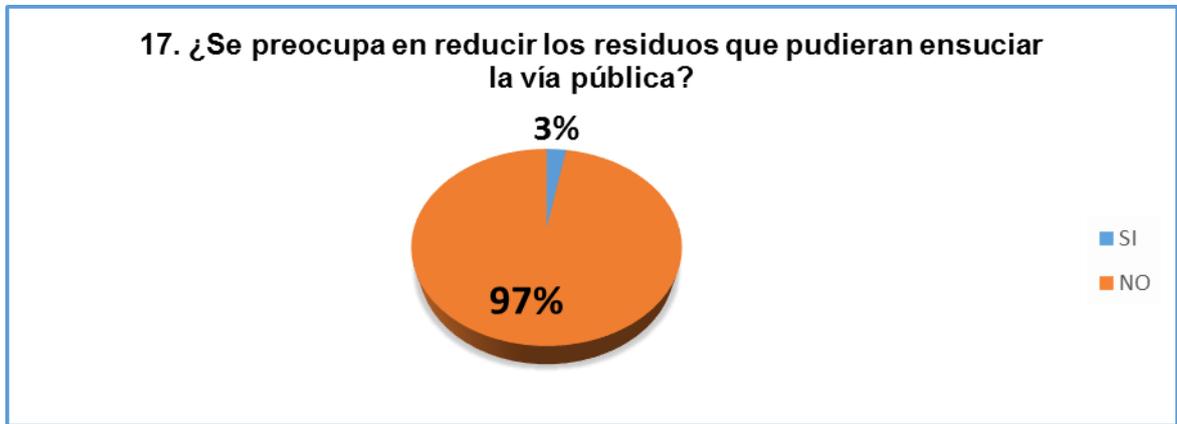


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 91% de las PyMES no se preocupa en reducir los niveles de contaminación que pueda generar sus empresas y el 9% si lo hace, Lo que se refleja, la nula o poca importancia que se da a la reducción de la contaminación ambiental, las PyMES deben ser un referente significativo en esta acción, por lo que se deben realizar procesos de

capacitación para que adquieran un compromiso real al respecto y generen políticas en cada empresa para minimizar la contaminación ambiental.

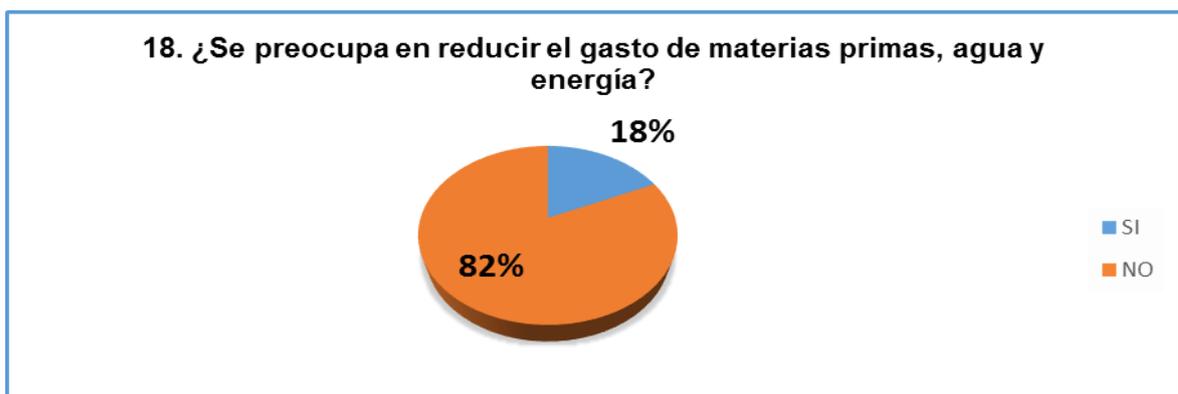
Gráfico 17



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 97% de las PyMES de la ciudad de Loja dice que no se preocupa en reducir los residuos que pudieran ensuciar la vía públicas y apenas el 3% si lo hace, siendo este un porcentaje demasiado comprometedor, es urgente concienciar y culturizar a las PyMES sobre la importancia de mantener una ciudad o comunidad limpia, es un compromiso de responsabilidad social.

Gráfico 18



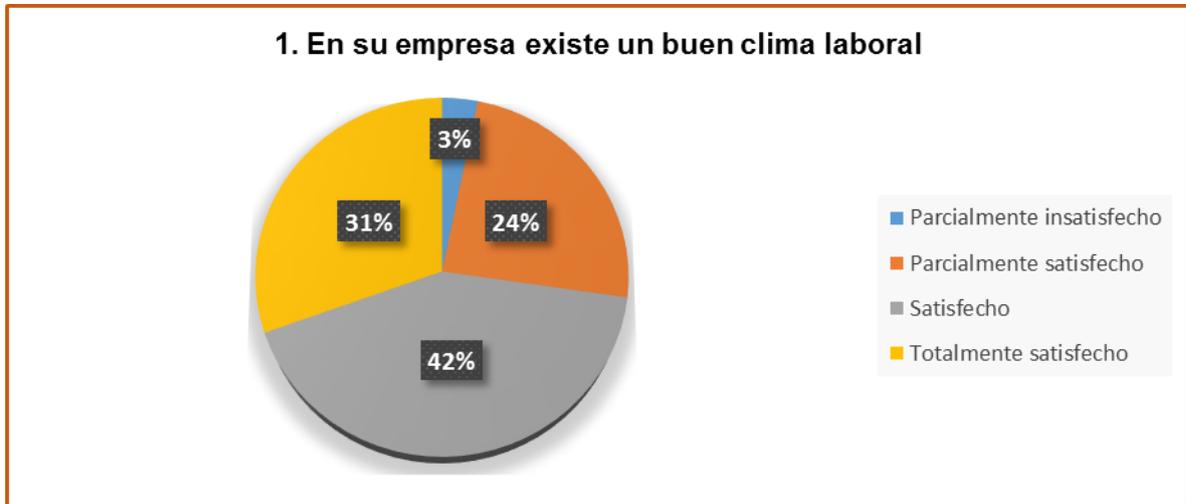
Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación:** El 82% de las PyMES de la ciudad de Loja no se preocupa en reducir el gasto de materias primas, agua y energía y el 18% siendo este un porcentaje significativo ya que no se evidencia preocupación en el uso eficiente de los recursos por lo

que se requiere con urgencia reglamentar y definir políticas para reducir el gasto innecesario de materias primas y el consumo excesivo de los servicios básicos y de esta manera poder hacer un uso eficiente de los recursos.

## ENCUESTA TRABAJADORES

Gráfico 19



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** Un 73% se siente satisfecho, lo que podríamos decir que es bueno, los empresarios o empleadores deberán poner mayor énfasis en mejorar el ambiente laboral, para cubrir ese 27% que manifiesta su insatisfacción o inconformidad.

Gráfico 20

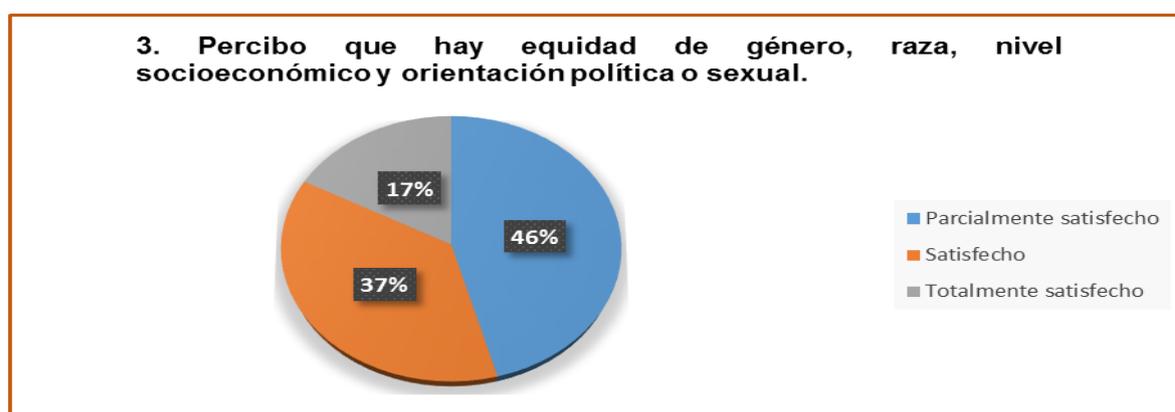


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 91% de los trabajadores se encuentra satisfecho ya que la comunicación entre empleador y empleado son con respeto y cordialidad y apenas el 9% se encuentra parcialmente satisfecho, con lo que se puede identificar que en la mayor parte de

las PyMES existe una muy buena relación interpersonal pero aún existen ciertas falencias en las que se debe trabajar, siendo esto muy importante ya que de ello depende un mejor desenvolvimiento y eficiencia por parte de los trabajadores a la hora de realizar sus funciones.

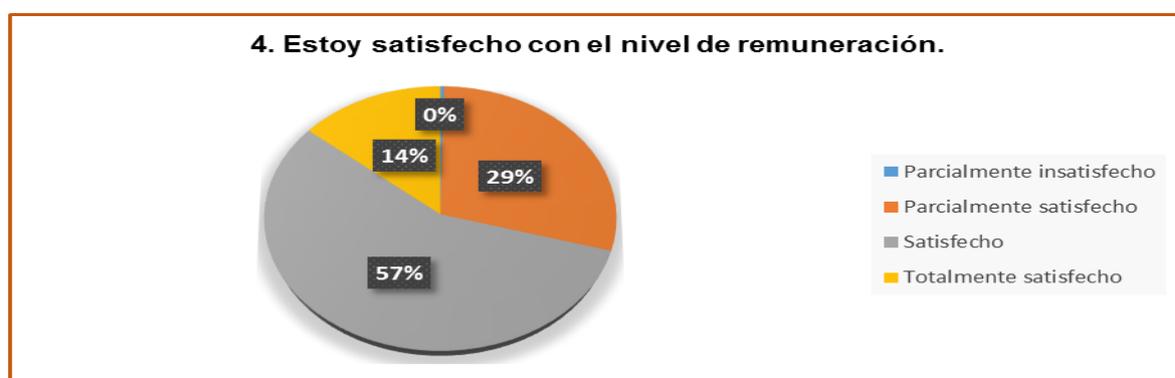
Gráfico 21



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 54% de los trabajadores se encuentran satisfechos ya que perciben que hay equidad de género, raza, nivel socioeconómico y orientación política o sexual y 46% se encuentra parcialmente satisfecho, existe un grado de aceptación muy bueno pero es importante lograr acaparar el 100%, por lo que se debe orientar a que los gerentes o administradores actúen de una manera más justa y equitativa con todos y de esta manera esta contribuir con el ambiente interno de la institución.

Gráfico 22

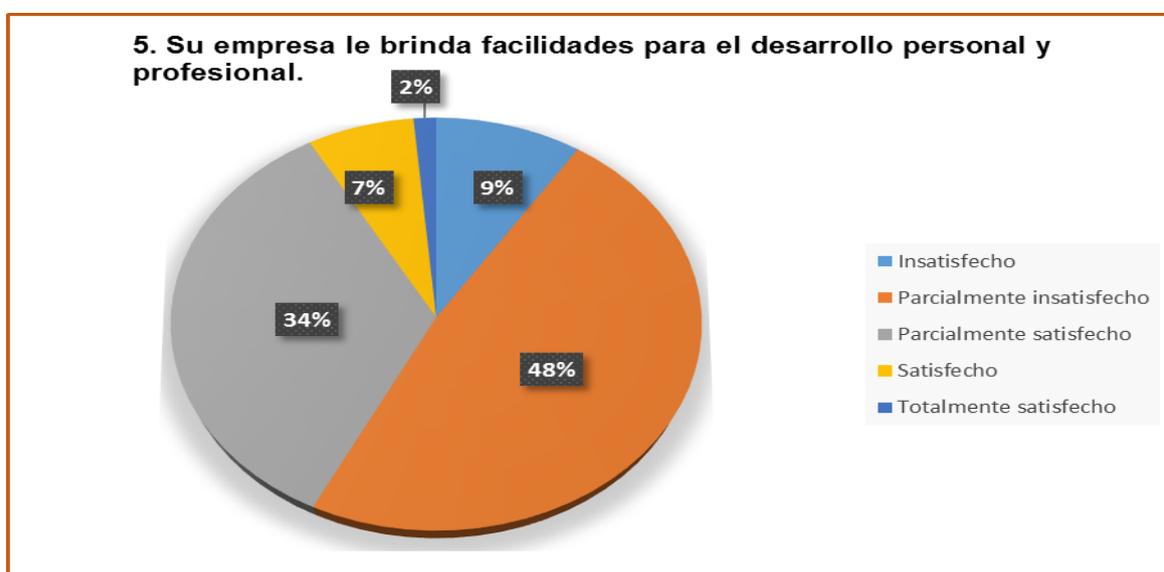


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 71% de los trabajadores se encuentra satisfechos con el nivel de remuneración y el 29% parcialmente satisfechos. Es un indicador que identifica a las

PyMES como uno de los sectores que mejor remunera a sus empleados, siendo este un incentivo para los mismos.

Gráfico 23



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 82% de los trabajadores se encuentra parcialmente satisfechos ya que su empresa les brinda facilidades para el desarrollo personal y profesional, el 16% se encuentra satisfecho y el 2% se encuentra insatisfecho ya que la empresa en la que laboran no les brinda facilidades para el desarrollo personal y profesional. Al contrario del indicador anterior, el presente gráfico nos demuestra el grado de insatisfacción en cuanto a la preparación del recurso humano por parte de las empresas, es necesario definir políticas que permitan una mejor profesionalización del personal, lo que mejoraría y aportaría en la calidad del producto o servicio.

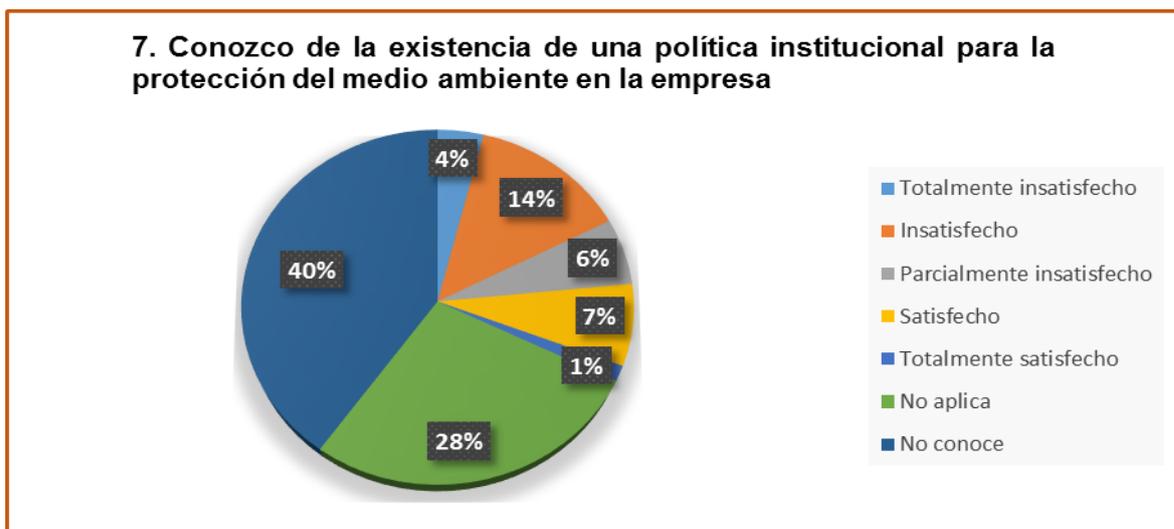
Gráfico 24



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 49% de los trabajadores se encuentra insatisfecho ya que como empleados no pueden participar en la vida institucional de la empresa, el 42% parcialmente pueden participar y el 9% encuentra satisfecho ya que si puede participar en la vida institucional de la empresa en la que laboran, lo que se puede definir que algunas instituciones actúan en forma piramidal, sin considerar la opinión de sus trabajadores, puede ser el reflejo del indicador anterior, si el personal no tiene capacitación, no puede ser considerado para que participe en la toma de decisiones.

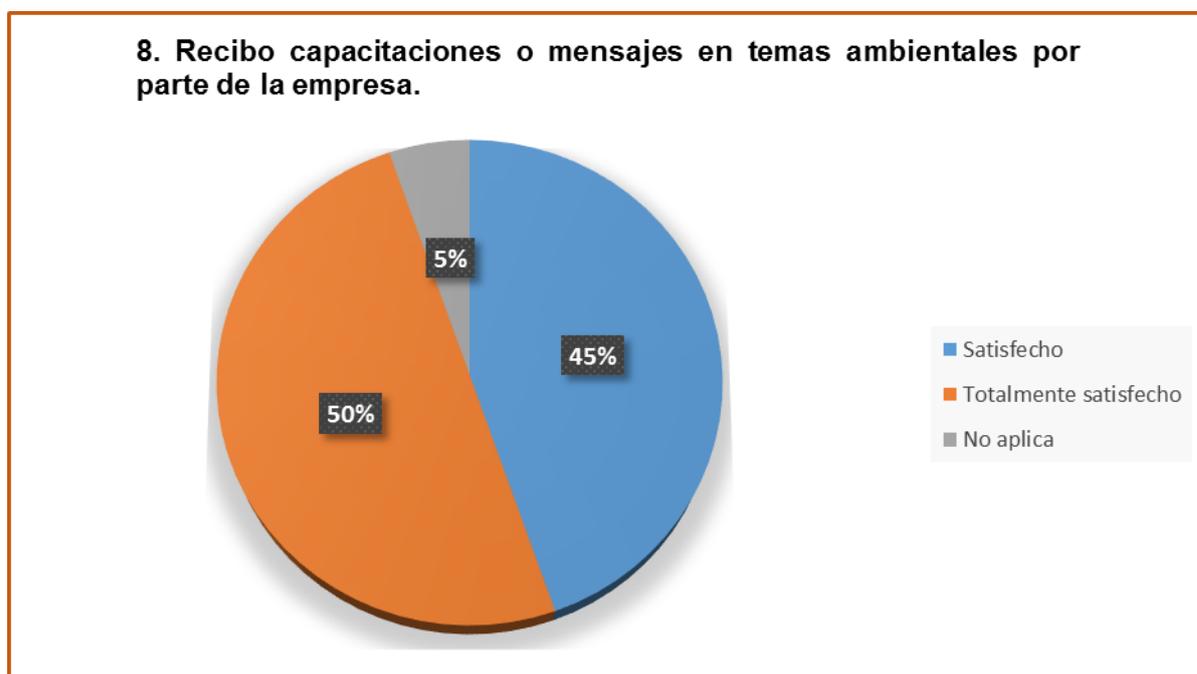
Gráfico 25



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 68% de los empleados no conocen de la existencia de una política institucional para la protección del medio ambiente en la empresa, el 18% se encuentran insatisfechos, el 8% se encuentra satisfecho ya que si conocen y el 6% parcialmente satisfechos. Es evidente la inexistencia de políticas de protección ambiental, amerita con urgencia reglamentar y emitir políticas claras y precisas al respecto, debemos ser más amigables con el medio ambiente y tomar conciencia de los problemas actuales que aqueja el planeta con respecto a esto.

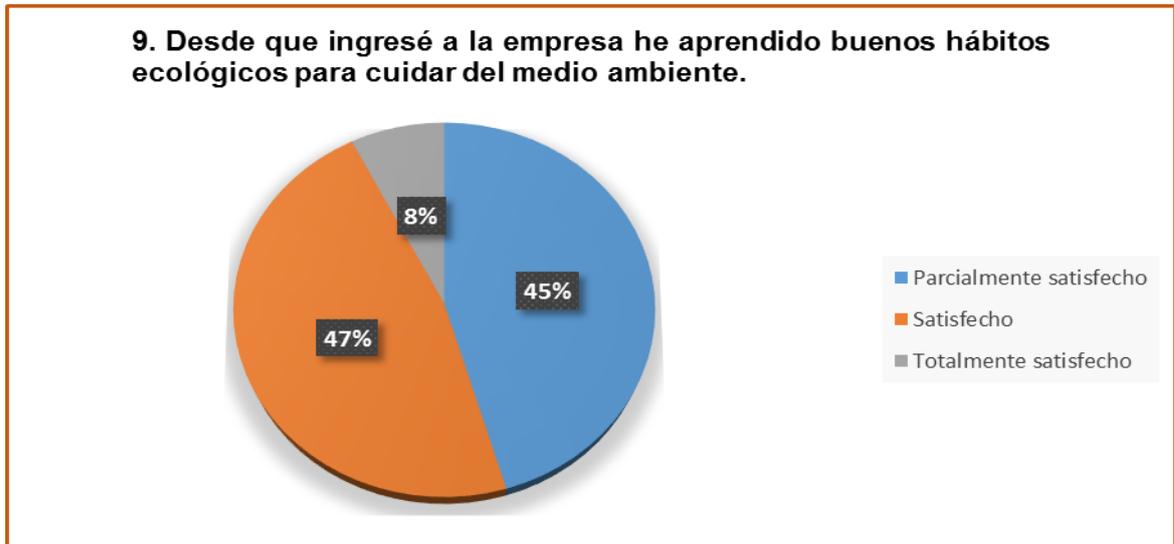
Gráfico 26



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 95% de los empleados reciben capacitaciones o mensajes en temas ambientales por parte de la empresa y apenas el 5% no lo hace, existe un poco de incongruencia con relación a la pregunta anterior por lo que se puede decir que existe cierto margen de error, los gerente o administradores deben brindar mayor información y mayor interés en una gestión ambiental, las empresas deben definir claramente su visión, misión y políticas ambientales y hacerlas conocer a todo el recurso humano.

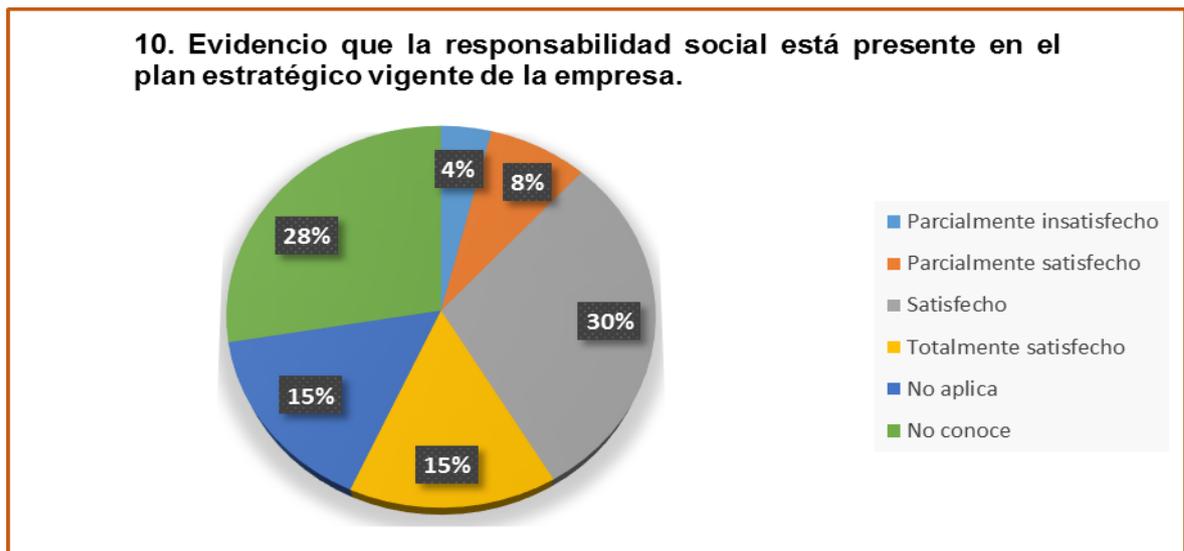
Gráfico 27



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 55% de los empleados se encuentran satisfechos ya que desde que han ingresado a sus empresas han aprendido buenos hábitos ecológicos para cuidar del medio ambiente y el 45% se encuentra parcialmente satisfecho. Se ve que existe un alto grado de satisfacción, pero se debe trabajar más sobre ello para llegar a un 100% ya que de esta forma se puede hacer un uso más eficiente de los recursos, mejorando sus niveles de producción y a la vez contribuyendo con el medio ambiente.

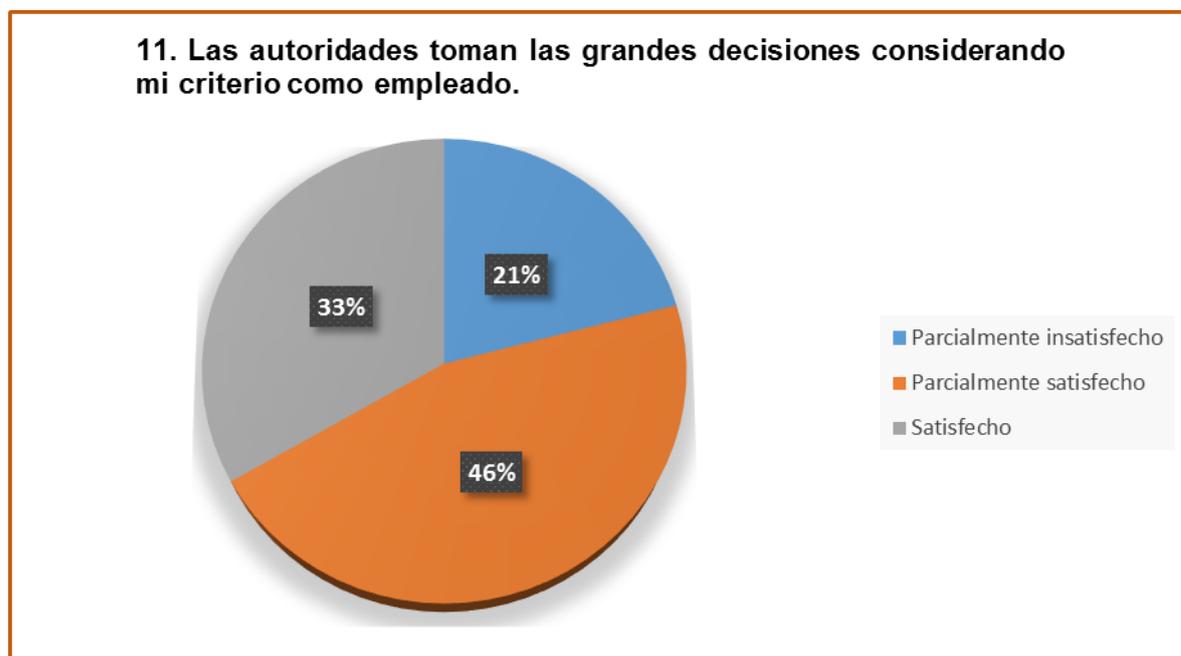
Gráfico 28



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 45% de los trabajadores se encuentran satisfechos ya que evidencian que la responsabilidad social está presente en el plan estratégico vigente de la empresa, el 43% no conoce y el 12% se encuentra parcialmente satisfecho, no existe mayor conocimiento, pues el porcentaje de aceptación es mediano, se debe insistir en una mayor difusión del plan estratégico, y sobre todo en lo referente a las políticas ambientales que permitan una mejora en la producción.

**Gráfico 29**



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 67% de los empleados se encuentran satisfechos ya que las autoridades toman las grandes decisiones considerando su criterio como empleado y el 33% se encuentra satisfecho. Por lo que se puede concluir que no se considera en su totalidad las opiniones ni sugerencias de un buen porcentaje de empleados para la toma de decisiones empresariales, se sugiere realizar un análisis FODA para poder utilizar los criterios de todos y de esta manera realizar una toma de decisiones correcta.

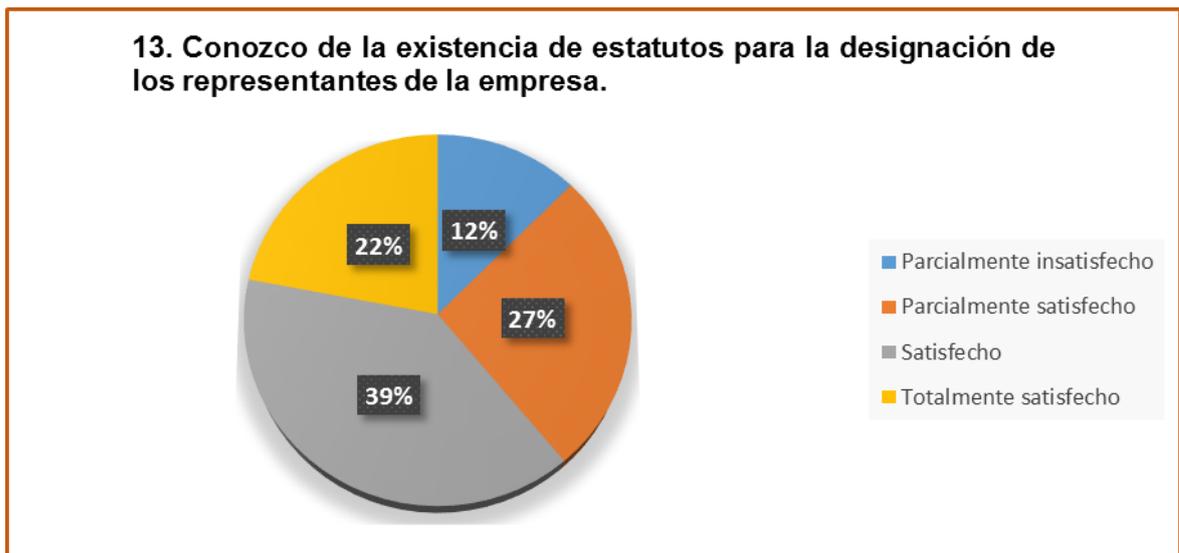
Gráfico 30



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 69% de los empleados se encuentran parcialmente satisfechos con el conocimiento de la planificación estratégica de la empresa y el 31% se encuentra satisfecho. Es evidente el desconocimiento de la planificación estratégica en un buen porcentaje de los empleados, o bien la planificación solo se realiza a nivel ejecutivo, o bien no existe un buen sistema de comunicación, debe ser difundido el plan estratégico a todo nivel y estar seguros de su conocimiento para orientar a todos a un mismo fin.

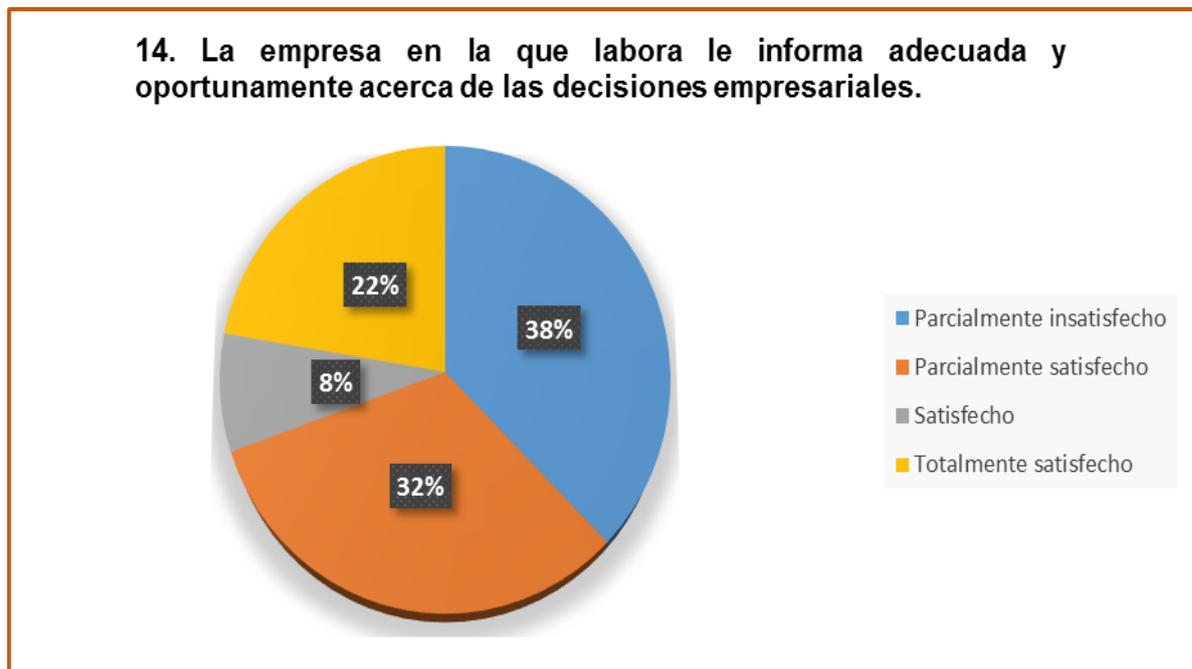
Gráfico 31



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 61% de los empleados conocen de la existencia de estatutos para la designación de los representantes de la empresa y el 39% se encuentra parcialmente satisfecho. Como se evidencia la mayor parte de los trabajadores de las PyMES Lojanas tienen conocimiento claro sobre la forma de elegir o como se eligen los representantes de las empresas, sin embargo falta promocionar los estatutos a todo nivel de funcionarios o empleados.

**Gráfico 32**



**Fuente:** Investigación de mercado  
**Elaborado:** Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 70% de los trabajadores se encuentra parcialmente satisfecho ya que la empresa en la que laboran le informa adecuada y oportunamente acerca de las decisiones empresariales y el 30% se encuentra satisfechos, es evidente la falta de comunicación sobre las decisiones empresariales, pese a existir una muy buena interrelación personal a todo nivel, no conocen aspectos fundamentales de la empresa, entonces deben desarrollar talleres de información o reuniones semanales que permitan una comunicación oportuna acerca de las decisiones empresariales.

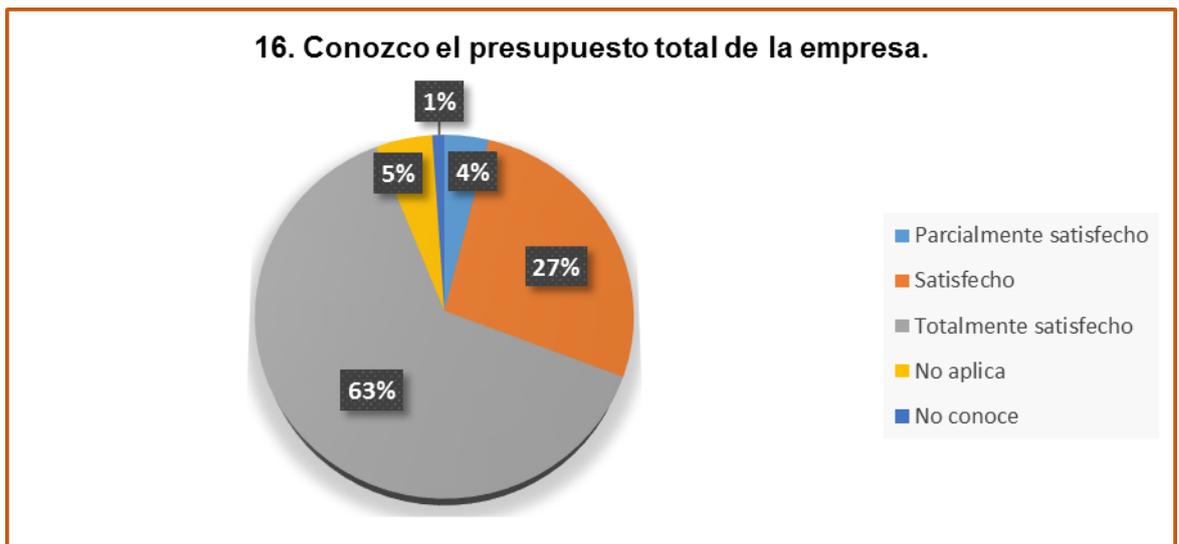
Gráfico 33



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 58% de los trabajadores se encuentra satisfecho ya que percibe coherencia entre los principios que declara la empresa y lo que se practica en el entorno y el 42% se encuentra parcialmente satisfecho, es un porcentaje considerable con respecto a la coherencia que existe entre los principios que declaran las empresas y lo que practican en el entorno esto es muy importante ya que demuestran ética y responsabilidad con su comunidad no solo centrándose en el bien de ellos.

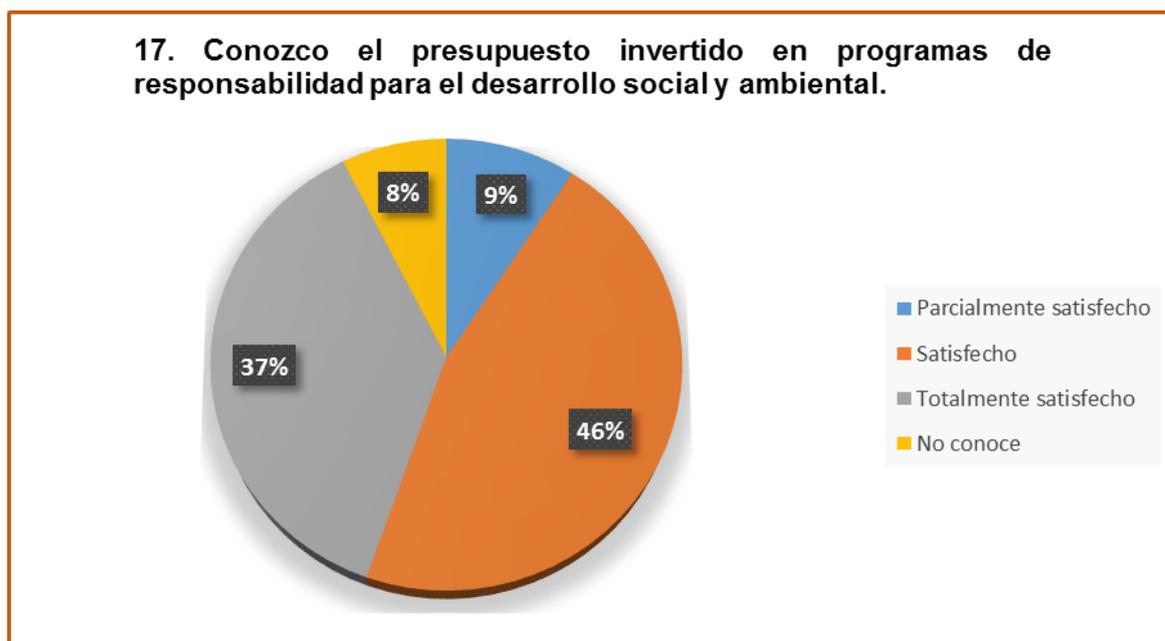
Gráfico 34



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 90% se encuentra satisfecho, el 6% no conoce y el 4% totalmente satisfecho. Parece que en lo económico tienen un mejor conocimiento pues existen un muy buen conocimiento presupuestario así lo indican los encuestados, falta aún difundir el mismo para una orientación mejor a los resultados que se desea alcanzar.

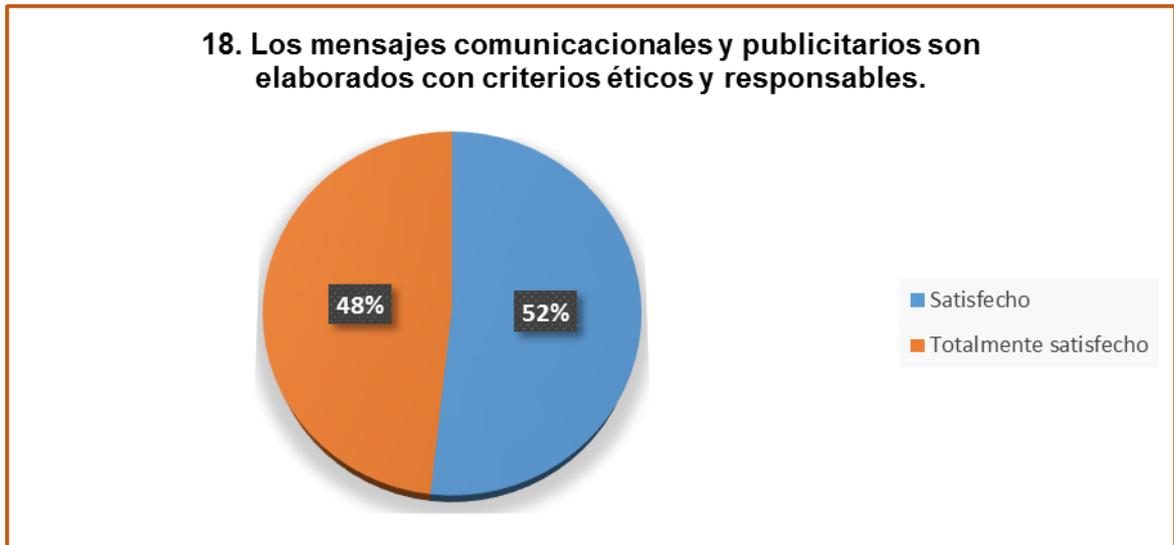
Gráfico 35



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 83% de los trabajadores se encuentran satisfechos ya que conocen el presupuesto invertido en programas de responsabilidad para el desarrollo social y ambiental, el 9% se encuentra parcialmente satisfecho y el 8% no conoce. Siendo los mismos porcentajes muy importantes, ya que se evidencia que en la mayoría de PyMES tienen conocimiento del presupuesto permitiéndoles identificar como gestiona la empresa su capital en ámbitos sociales y ambientales y que no solo que se preocupen de lo económico y su rentabilidad, aunque el mismo no se aplica como se ha reflejado ya que en las preguntas anteriores se observa de que las PyMES no tienen participación con la sociedad ni con el medio ambiente.

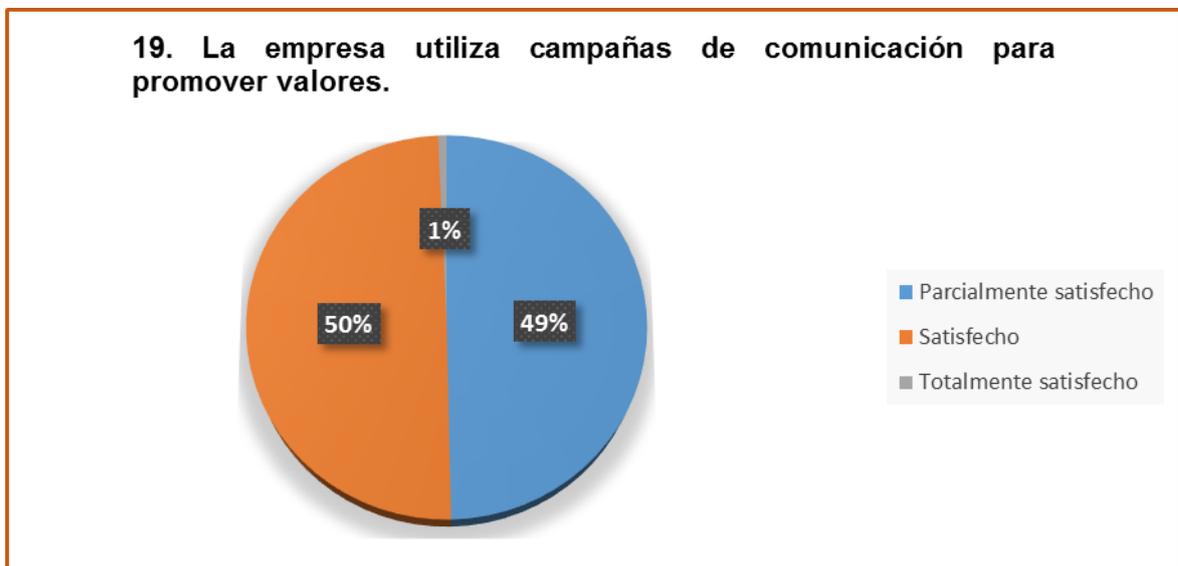
Gráfico 36



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de los empleados se encuentra satisfecho ya que los mensajes comunicacionales y publicitarios son elaborados con criterios éticos y responsables, es evidente que la publicidad y la comunicación interna tienen buenos mensajes en lo ético y en su responsabilidad.

Gráfico 37



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 51% de los trabajadores se encuentran satisfechos ya que la empresa en que laboran utiliza campañas de comunicación para promover valores y el 49% se encuentra parcialmente satisfecho, lo que permite identificar que existen algunas falencias pero en general la mayor parte de las PyMES promueve valores en sus campañas

de comunicación siendo esto un porcentaje muy importante ya que esto trae beneficios a la sociedad, rescatando los mismos que de alguna u otra forma se han perdido en la actualidad.

Gráfico 38



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de los trabajadores no conocen si la empresa en que labora establece alianzas con el Estado, ONG, redes, organismos internacionales, empresas, observatorios para fortalecer su vinculación externa lo que determina que las PyMES no tienen alianzas de naturaleza alguna, lo que limita su actividad, es importante abrir alianzas en todo orden y con todos los sectores públicos y privados, esto le abrirá mayores fronteras para sus productos y servicios y una mejora en la comunidad.

Gráfico 39

**21. Ha participado de las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa organice.**

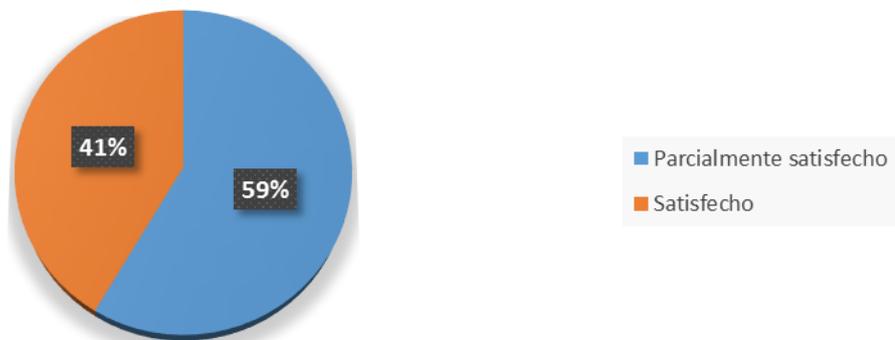


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 100% de los trabajadores dice que ha participado de las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa organice este porcentaje es muy bueno, esto demuestra su grado de compromiso e identificación con la empresa.

Gráfico 40

**22. La empresa en la que labora cuenta con mecanismos para recibir sugerencias del personal para la mejora de los procesos internos.**



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado: Augusta Veintimilla

**Análisis e interpretación** El 59% de los trabajadores se siente satisfecho ya que la empresa en que laboran cuenta con mecanismos para recibir sugerencias del personal para la mejora de los procesos internos y el 41% se encuentra parcialmente satisfecho con lo que podemos determinar que existe algún medio para recibir sugerencias pero parece que no son tomadas en cuenta pues ellos ya manifestaron que no son considerados para participar en la elaboración del plan estratégico, y que no son considerados para tomar las grandes decisiones.

### 3.5. Análisis y verificación de resultados

Cuadro Nro. 6

Resumen datos obtenidos en la encuesta aplicada a los empleadores
El 97% de los encuestados dicen conocer el modelo de RSE y que lo aplican; pero no guarda relación real con el resultado de los siguientes parámetros, dejando la impresión de que su conocimiento es teórico y no práctico.
El 51% dice cumplir con sus obligaciones laborales con los trabajadores y que además realiza gratificaciones por su esfuerzo; es muy preocupante el porcentaje de aceptación; más cuando se trata del recurso humano, factor determinante para una buena aplicación de la RSE.
El 72% de los empleadores o propietarios de las PyMES dice invertir en capacitación, profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores, también podríamos decir que las respuestas dadas a esta interrogante son teóricas, porque no concuerdan con los resultados obtenidos sobre esto a sus trabajadores; estamos observando muy poca ética empresarial de los empleadores al responder a nuestras interrogantes.
El 100% de las empresas dicen poseer un buen clima laboral, una buena comunicación entre empleador y empleado, se interesa en conseguir que el personal goce de una mejor calidad de vida, permitiéndole al empleador disponer de más tiempo libre. Sin embargo dista muy lejos de las opiniones de sus trabajadores, quienes manifiestan exactamente lo contrario en algunos parámetros.
El 95% de las empresas no cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas; como resultado podríamos decir que es imperativo la aplicación del modelo de RSE para corregir estos parámetros que son de singular importancia para las empresas socialmente responsables.
El 100% de las empresas realiza planes para dotar de una alta calidad a los productos y servicio que ofrece, ofrecen información transparente a los clientes y proveedores, realiza planes para aumentar el grado de satisfacción de clientes y proveedores.
El 84% de las empresas aplica alguna normativa de calidad.
El 70% de las empresas no utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores, no tienen conciencia en la protección del medio ambiente, parámetro que también es de importancia en la RSE.
El 84% de las empresas no planea ni realiza actividades sociales y/o comunitarias, lo que implica su total desvinculación con su comunidad.
El 91% de las empresas no se preocupa en reducir los niveles de contaminación que pueda generar su empresa, como podemos observar los empleadores de las PyMES no asume con responsabilidad la protección del medio ambiente.
El 97% de las empresas no se preocupa en reducir los residuos que pudieran ensuciar la vía pública, tiene que ver también con el medio ambiente. Los porcentajes negativos sobre la protección del medio ambiente en las PyMES son muy altos.
El 82% de las empresas no se preocupa en reducir el gasto de materias primas, agua y energía; lo que podemos deducir que no ayudan al desarrollo de su comunidad y

además afectan al resultado económico de su empresa, al generar mayor gasto en estos parámetros.

Elaborado: Augusta Veintimilla

#### Cuadro Nro. 7

##### Resumen datos obtenidos en la encuesta aplicada a los trabajadores

El 30% está totalmente satisfecho, sumado al 24% que dice estar parcialmente satisfecho y el 42% que dice estar satisfecho, podríamos decir que la mayor parte de los trabajadores manifiesta que existe un buen clima laboral en sus empresas, y que existe una buena relación entre empleador y trabajador; sin embargo creemos que se tiene que mejorar en estos aspectos para que todos los trabajadores concuerden en estar totalmente satisfechos.

El 46% de los trabajadores se encuentran parcialmente satisfecho sobre la equidad de género, raza, nivel socioeconómico y orientación política o sexual dentro de la empresa en la que laboran.

El 57% de los trabajadores se encuentran satisfechos con el nivel de remuneración; siendo el porcentaje alto no deja de ser preocupante, pues podríamos decir que el casi el 50% no está satisfecho con su remuneración.

El 48% de los trabajadores se encuentran parcialmente insatisfechos con su desarrollo personal y profesional dentro de su empresa, parámetro que se contradice con las opiniones de sus empleadores, entonces se hace necesario desarrollar el modelo de RSE para corregir urgentemente estos parámetros.

El 79% de los trabajadores no se encuentran satisfechos con la participación de ellos como empleados en la vida institucional de la empresa; al no ser tomados en cuenta en la empresa para la toma de las grandes decisiones, existe un divorcio muy pronunciado entre empleador y empleado rompiendo con las exigencias mínimas de una empresa que considera al factor humano interno como lo más importante.

Más del 40% de los trabajadores no conocen de la existencia de políticas institucionales para la protección del medio ambiente.

El 95% de los trabajadores dicen recibir capacitaciones en temas ambientales por parte de la empresa. Al comparar con el parámetro anterior, podemos deducir que hay algún conocimiento teórico de lo que es la protección del medio ambiente, pero que en la praxis no se aplica en las pymes de la localidad.

El 92% de los trabajadores dicen que desde que han ingresado a laborar han aprendido buenos hábitos ecológicos para cuidar del medio ambiente.

El 43% de los trabajadores no evidencian que la RSE esté presente en el plan estratégico vigente de la empresa.

No se considera las opiniones ni sugerencias de un buen porcentaje de empleados en la toma de decisiones.

Se evidencia en un gran porcentaje de los empleados el desconocimiento de los estatutos para la designación de los representantes de la empresa.

La mayor parte de los trabajadores tienen conocimiento sobre la forma de elegir o como se eligen los representantes de las empresas.

Falta de comunicación ya que la mayor parte de trabajadores manifiesta que la empresa en la que laboran no le informan oportunamente de las decisiones empresariales.

La mayor parte de los trabajadores perciben coherencia entre los principios que declara la empresa y lo que practica en el entorno.

La mayor parte de los trabajadores conocen del presupuesto de la empresa y lo que invierte en programas de responsabilidad para el desarrollo social y ambiental.

Un gran porcentaje dice estar satisfecho con los mensajes comunicacionales y publicitarios son elaborados con criterios éticos y responsables y que utiliza campañas de comunicación para promover valores.

En un 100% los trabajadores no conocen si la empresa en que labora establece alianzas con el Estado, ONG, redes organismos internacionales, empresas, observatorios para fortalecer su vinculación externa.

El 100% de los trabajadores se encuentra satisfecho con la participación de ellos en las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa organice.

El 100% de los trabajadores se encuentra satisfecho ya que manifiesta que en la empresa en que laboran cuenta con mecanismos para recibir sugerencias del personal para la mejora de los procesos internos.

**Elaborado: Augusta Veintimilla**

A pesar de que las PyMES en su mayoría dicen conocer y aplicar el modelo de RSE no es totalmente cierto ya que de acuerdo a preguntas que se realizó se deja ver que no es así, ya que existe incoherencia en ciertas respuestas, mucha contrariedad entre empleadores y empleados y con relación a lo que verdaderamente significa el modelo de RSE en los distintos parámetros en los que se enfoca como son el recurso humano, la protección del medio ambiente, el compromiso social con su comunidad, la reducción del consumo de energía y agua potable, no hay comunicación responsable ni interna peor externa sobre el manejo responsable de las PyMES Lojanas.

RSE se trata de que las empresas consigan la mayor contribución conjunta con el bienestar general y el beneficio propio, centrándose en una mayor atención con sus trabajadores, con la comunidad y con el medio ambiente, no solo ver su beneficio.

Si bien es cierto las Leyes, normativas y regulaciones impuestas por el Gobierno permitiría direccionar a tener una orientación más clara con las prácticas de un buen vivir y un buen funcionamiento por parte de las empresas pero la RSE no debe ser obligada más bien al contrario debe nacer de los propios directivos, pensando no solo en el beneficio de su institución sino un beneficio común.

Las PyMES Lojanas tienen un punto muy fuerte a su favor ya que conocen de lo que se trata el modelo de RSE pero deberían centrarse un poco más en el cuidado de su personal velar por el crecimiento profesional y mejorar la calidad de vida de sus empleados como el de su familia, tomar en cuenta la opinión de ellos ya que es muy importante en la toma de decisiones ya que son ellos quienes pueden detectar más fácilmente los requerimientos y necesidades de los clientes.

Ver la RSE no como un gasto sino como una inversión, tener al personal capacitado y hacerlo que se sienta a gusto en su lugar de trabajo permitirá realizar sus labores de una manera más eficiente, brindando un mejor servicio y por ende aumentando la rentabilidad de su propia empresa.

En conclusión podríamos decir que hace falta con urgencia la introducción de la RSE en las PyMES de la ciudad de Loja, que tanto empleadores como empleados, proveedores y comunidad en fin todos los stakeholders, se involucren en hacer de las PyMES empresas socialmente responsables.

### 3.6. Propuestas

#### PROPUESTAS EN EL ÁMBITO LABORAL

Cuadro Nro. 8

PROPUESTAS	RESULTADOS
Realización de una estructura orgánico funcional previo a un diagnóstico de las necesidades específicas para cada perfil dentro del equipo de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación del personal de acuerdo a cada puesto de trabajo tomando en consideración sus conocimientos, aptitudes y comportamientos.</li><li>• Perfeccionamiento del recurso humano.</li><li>• Brindar un mejor servicio.</li><li>• Mejorar la competitividad.</li><li>• Orientación de resultados.</li></ul>
Evaluaciones de desempeño y de competencias en factores tanto internos como externos.	
Realizar reuniones de trabajo interactivos con intercambio de criterios e informe de actividades mensuales.	
Realizar continuas capacitaciones al personal, en las áreas que muestran debilidad.	

Elaborado: Augusta Veintimilla

#### Objetivo:

##### General

- Realizar una mejor organización y distribución del personal.

##### Específicos

- Evaluaciones semestrales del desempeño del personal.
- Capacitaciones del personal en temas relacionados con RSE y atención al público.
- Mejorar la orientación a los resultados y objetivos de la empresa.
- Mejorar la comunicación entre empleador y trabajador.
- Brindar un mejor servicio.

#### Justificación de la Propuesta:

De acuerdo con los resultados obtenidos por la investigación se ha logrado determinar que por parte de los empleadores hace falta capacitación al personal en temas relacionados con la RSE, orientación a resultados, involucrar más a los empleados con el objetivo de la empresa. Considero que un manejo adecuado del personal permite optimizar recursos y

crea además un ambiente favorable para el trabajador. Es por ello el surgimiento de las propuestas antes mencionadas.

**Alcance de la Propuesta:**

Mejorar el desempeño de los trabajadores perfeccionándolos en sus funciones, permite mejorar la orientación de los resultados a lograr que el personal se involucre en la finalidad que tiene la empresa.

**Responsable:**

Gerente o Administrador

**Estrategias:**

1. Desarrollo de una estructura orgánico – funcional que permita ubicar a los trabajadores de acuerdo a sus conocimientos y aptitudes.
2. Capacitaciones semestrales al personal en temas de RSE, en atención al público, entre otros.
3. Reuniones semanales que permitirán un mejor alcance a los resultados.
4. Ubicar un buzón de reclamos y sugerencias para los clientes que permita identificar las debilidades de la empresa.

**PROPUESTAS AMBIENTALES**

Cuadro Nro. 9

PROPUESTAS	RESULTADOS
Realizar inversión en maquinaria o utilización de procesos de producción que cumplan con criterios ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección ambiental.</li> <li>• Manejo eficiente de los recursos.</li> <li>• Mejora con los procesos de producción.</li> </ul>
Selección de proveedores que brinden materia prima o productos de calidad, con criterios ambientales.	

Elaborado: Augusta Veintimilla

**Objetivo:**

**General**

- Realizar una gestión ambiental en los procesos de producción.

### Específicos

- Adquisición de maquinaria amigable con el medio ambiente.
- Evaluación a los proveedores en términos de RSE.

### Justificación de la Propuesta:

De acuerdo a la investigación realizada se ha logrado identificar que las PyMES de la ciudad de Loja en su mayoría conocen la terminología de RSE sin embargo no aplican sus parámetros, especialmente uno de ellos que es el ambiental, ya que ven en cierta forma la RSE como un gasto cuando en realidad es una inversión. Con la aplicación de las propuestas antes mencionadas contribuirían de una manera positiva a la preservación del medio ambiente mejorando de esta forma su gestión empresarial y por ende su productividad, comercialización o prestación de servicios.

### Alcance de la Propuesta:

Mejorar la producción, comercialización o prestación de servicios, aplicando criterios ambientales y haciendo un uso eficiente de los recursos que a más de traer beneficios a la sociedad con productos o servicios de calidad contribuya de una manera positiva con el medio ambiente.

### Responsable:

Gerente o Administrador

### Estrategias:

1. Adquisición de Maquinaria que permita contribuir con el medio ambiente y mejorar los niveles de producción.
2. Evaluación de los proveedores que cumplan con criterios de RSE.
3. Realizar una gestión eficiente en el uso de materia prima.

## PROPUESTAS SOCIALES

Cuadro Nro. 10

PROPUESTAS	RESULTADOS
Realizar acuerdos o alianzas con el gobierno local para conjuntamente trabajar en beneficio de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoras en la comunidad.</li><li>• Crecimiento económico.</li></ul>

Ofrecer productos o servicios con normativas de calidad.

- Equidad social y equidad de género.
- Mejores niveles de vida.

Elaborado: Augusta Veintimilla

### **Objetivo:**

#### **General**

- Crear a través de alianzas entre el Gobierno y la PyMES un desarrollo sustentable con proyectos para la comunidad.

#### **Específicos**

- Crecimiento económico
- Desarrollo Social
- Mejorar el nivel socioeconómico de la comunidad
- Integración social y/o laboral a nivel local

### **Justificación de la Propuesta:**

De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia de que no existe presión por parte del Gobierno Central, peormente locales, a través de sus organismos de control ambiental para la aplicación de criterios ambientales para la producción, comercialización o prestaciones de servicio de las PyMES, por lo que se propone las propuestas antes mencionadas.

### **Alcance de la Propuesta:**

Permitir que el aporte de la PyMES en la responsabilidad social sea concreto y específico, porque actualmente es disperso y no lleva a proyectos comunitarios reales. Si velamos por un desarrollo sostenible nos permitirá mejoras visibles en la comunidad.

### **Responsable:**

Gerente o Administrador, accionistas, socios, Gobierno Central y GADS.

### **Estrategias:**

1. Financiamiento a las PyMES para que puedan aplicar criterios ambientales en su producción, comercialización o prestaciones de servicio.

2. Alianzas con el gobierno que permitan un desarrollo sustentable con la comunidad a la que pertenecen como la construcción de escuelas, centros médicos, mejoras de las infraestructuras locales.

## CONCLUSIONES

- En el manejo del recurso humano las PyMES Lojanas, según las encuestas realizadas deja en claro que no tienen un buen manejo con su personal en lo referente a mejorar sus remuneraciones ya sea aumentando sus salarios o por medio de reconocimientos económicos o con premios por su desempeño en el trabajo, no hay procesos de capacitación ni profesionalización de la mano de obra, no existen intercambios con PyMES similares para una enseñanza - aprendizaje y mejorar así el conocimiento y las destrezas de sus empleados.
- Las estadísticas demuestran que no existe una comunicación responsable, cuando vemos las contradicciones internas, se evidencia que no hay una buena comunicación, también debe considerarse que no hay comunicación externa, ósea a la comunidad.
- En el enfoque social las PyMES no presentan planes que prevean su involucramiento con la comunidad, sino que cada quien mantiene una política autónoma, que se la considera más bien un acto dativo tipo filantropía, y no como un acto responsable y permanente, su vinculación con la comunidad es imperativo para un desarrollo sostenible y duradero en el tiempo, pues al percibir la comunidad de su apertura con la misma, siempre preferirá consumir sus productos.
- En la responsabilidad medio ambiental encontramos que las PyMES Lojanas no tienen ninguna política de protección del medio ambiente, algo existe en cuanto a capacitación, pero en sus presupuestos no consta partida alguna que se refiera a la protección medio-ambiental, además no cuenta con ningún manual de procedimientos para calificar a sus proveedores quienes deberá ser también amigables con la naturaleza y con su comunidad.
- Finalmente hace falta parámetros medibles y comprobables sobre una buena gestión empresarial.

## RECOMENDACIONES

- Que la alta dirección de las PyMES adquieran en forma voluntaria el compromiso de implementar la RSE, en sus empresas, para lo cual deberán considerar que la implementación del modelo no es un gasto sino una verdadera inversión, por las grandes ventajas que obtendrá de su aplicación.
- Que para una mejor comprensión del valor empresarial que tiene el modelo, deben inteligenciarse con empresas que ya están implementado el modelo de RSE, incluso en las mismas PyMES del Ecuador, que tienen experiencias muy saludables al respecto, puede ser a manera de pasantías tanto de la alta dirección como de sus empleados y trabajadores, o de la implementación de recursos para la aplicación del mismo.
- Que se realice un diagnóstico actual de la empresa con la finalidad de determinar el plan de acción que se debe ejecutar a corto, mediano y largo plazo.
- Que se implemente la planificación estratégica, determinando la misión, visión, objetivos generales y específicos, planes y estrategias, con el involucramiento de todos los estamento de la empresa, aplicado la metodología FODA, para determinar más específicamente sus fortalezas y debilidades así como sus oportunidades y amenazas, en dicha planificación, se incorporara el modelo de la RSE, se determinaran parámetros que permitan medir la eficacia de su aplicación.
- Que se comprometan a ser más amigables con el medio ambiente y su comunidad, este debe ser un compromiso permanente en todo momento del desarrollo productivo de las PyMES, así como orientar políticas claras para el ahorro de energía y consumo del agua.
- Se deben hacer campañas sociales en todos los niveles de la sociedad, para que sean exigentes con los productos que se consumen, ósea que adquieran productos de las PyMES que están siendo amigables con el medio ambiente, y son socialmente responsables.
- Exigirle al Estado a buscar incentivos para las PyMES que están implementando la RSE, ya que, su aplicación conlleva algunos factores de trascendencia nacional,

como el mejorar el nivel de vida de sus empleados y de la comunidad en la que se desenvuelven.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

Martínez Herrera, H. (2010). *Responsabilidad Social y ética empresarial*. Bogotá : Ecoe Ediciones, 2010: Editorial TEMIS S.A.

Torresano, M. (2012). Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial de Empresas del Ecuador. (N. Imprenta, Ed.) Ecuador.

### Documentos

Comisión Europea. (2005). *La Nueva definición de PYME, Guía del usuario y ejemplo de declaración*.

Freeman, R. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*.

George, R. d. (1982). *Business Ethics*. New Jersey.

Guía de Responsabilidad Social Corporativa para PYMES. (2012). *El papel de las pymes*.

Raufflet, E., Lozano Aguilar, J., Barrera Duque, E., & García de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*.

Revista EKOS. (2012). *PYMES: Contribución clave en la economía*. Revista EKOS.

RSE Red Interamericana. (2005). *Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica, hacia un desarrollo sustentable*.

Sansur, J. (2013). *La importancia de las Pymes*. Ecuador: La Gaceta, Diario Independiente desde 1967.

Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría Y práctica*.

Moreno, A., Uriarte, L., & Topa, G. (2010). *“La responsabilidad social empresarial”, Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*.

### Páginas web

Cámara oficial Española de Comercio e Industria de El Salvador. (2010). Historia de la RSE. El Salvador. Obtenido de <http://rse.camaco.es.com.sv/pages/viewfull.asp?CodArt=84>

Corrales, L. d. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa .Guía de Buenas Prácticas. España. Obtenido de <http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/rsepymes/la%20rse%20en%20la%20peque%C3%B1a%20y%20mediana%20empresa.pdf>

Definicion.De. (2013). *PYME*. Recuperado el 2 de Febrero de 2014, de <http://definicion.de/pyme/>

Emprende PYME. (2013). *La importancia de las PYME en la economía*. Recuperado el 22 de Enero de 2014, de <http://www.emprendepyme.net/la-importancia-de-las-pyme-en-la-economia.html>

Fundación Peñasal y Federación Sartu. (2011). *RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Obtenido de [http://www.sendotu.org/documents/files/Cuaderno\\_RSE.pdf](http://www.sendotu.org/documents/files/Cuaderno_RSE.pdf)

- Gobierno de Navarra. (2008 - 2011). Programa general de incentivación, promoción e impulso de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Navarra, España. Obtenido de <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/50C56572-C822-4927-88FC-0293A32E6F46/165721/ProgramaRSC15122008.pdf>
- Hoy Economía. (2008). La RSE toma impulso en Ecuador. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-rse-toma-impulso-en-ecuador-307727.html>
- Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. (2007). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. (Benjamin S. Gonçalves). 05423-040 – São Paulo, SP. Obtenido de [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011\\_Indic\\_ETHOS\\_ESP.pdf](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf)
- Libro Verde. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Obtenido de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>
- Luna Correa, J. E. (2013). *Influencia capital humano para la competitividad de las Pymes en el sector manufacturero de Celaya Guanajuato*. Recuperado el 22 de enero de 2014, de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/importancias-pymes.html>
- Pareja Sedano, L. (15 de 01 de 2013). ¿ La Responsabilidad Social Empresarial y sus enfoques? Obtenido de <http://perumineria.wordpress.com/2013/01/15/rse-12/>
- Parra, M. L. (2013). *Proyecto "Alianza para el desarrollo iniciativas de reduccion de la pobreza eficientes y sostenibles a traves de una cooperacion innovadora entre las ONG, personas, sector público y Universidades del Ecuador"*. Obtenido de [http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1406036716\\_estudio-rse-ecuador-2013-codespa-ceres.pdf](http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1406036716_estudio-rse-ecuador-2013-codespa-ceres.pdf)
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Que son las PYMES*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec>
- UE, EUROPA Síntesis de la legislación de la. (2005). Libro Verde relativo a la responsabilidad social de las empresas. Obtenido de [http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/employment\\_rights\\_and\\_work\\_organisation/n26039\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_work_organisation/n26039_es.htm)
- Willi, A. (13 de Agosto de 2012). PYMES y RSE: de la responsabilidad a la implementación. Obtenido de <http://fundemas.blogspot.com/2012/08/pymes-y-rse-de-la-responsabilidad-la.html>

## **ANEXOS**

**EMPRESAS ENCUESTADAS****NOMBRE COMERCIAL**

AUTOMOTRIZ SOLANO	CAFETERIA EL ZARUMEÑO	TEXTILES VERONICA
MUEBLERIA MODERNA	BANCO FINCA S.A.	TALLERES URGILES E HIJOS
A.L.M.I.N.A COMERCIAL	MACASA	STILO INTERNACIONAL
DISTRIBUIDORA DE CERAMICA PELLA	BANCODESARROLLO	FARMACIA SAN DIEGO
VIDRERIA VIRGEN DEL MILAGRO	INDUMOT HONDA	GRAFICAS JIMENEZ
CVC CONSTRUCCIONES	DIRECTCELL S.A.	CAFE MONTAÑES
UV PROTECCION	RAPIAGO S.A.	CREACIONES SOLO PARA USTED
ELIZMAR SPORT	VULCANIZADORA ARMIJOS	COMERIAL CELI ROMAN
TALLER DE ESTUCOS ESTUCOR	TIENDA DE ABARROTES MARIA JOSE	JUDIT STORE
FERRY PROYECTOS	LABORATORIOS AMERICANO	COMERCIAL CENTINELA DEL SUR
COMERCIAL WALTER JUNIOR	COMERCIAL FERNANDEZ	MICROMERCADO YADIRA
CAMIONETA DE LA COMPAÑIA YANGANA S.A	LIBRERIAS ECUADOR	MECANICA GARCIA
PUBLICIDAD JUAN RETO	AUTOMOTRIZ BENITEZ	BAZAR
MARCIMEX	SETAG	COMERCIAL APOLO
SALON REINA DE EL CISNE	COMERCIAL VILLAVICENCIO	CAMIONETA DE COMPAÑIA CIUDAD DE ALAMOR
VICUPLUS	HELADERIA SCARONI	TAXI EJECUTIVO DE LA CIA LOS OPERADORES TAXOPELS.A.
ELECTRONICA DIGITAL JARAMILLO	ASERRIO LEOPARDO DE MANUEL JARAMILLO E HIJOS	COMERCIAL VINCES
GENNESYSS BOUTIQUE	PROYECTOS INVESTIGATIVOS	ANDREITA
POLIGONO CAR AUDIO & SECURITY SYSTEM	AGROPECUARIOS DON GOYO	EL PRADO
INDUFRIGO	TAXI DE COOPERATIVA CRISTOBAL OJEDA DAVI	SALON LOJA
TIENDITA REINA DEL CISNE	GUANSERGS	MICROMERCADO EL PENTAGONO

BAZARY PAPELERIA SERVICOPIAS	ELECTRONICA GUACHIZACA	FERRETRADE FERRETERIA COMERCIAL
PANADERIA JOSUE	BAZAR CUMANDA	TAXI DE LA COOPERATIVA LA TOMA
MADELVI	ALMACEN ORTIZ	COMERCIAL TODO
MUEBLINSA	KOKTELITOS	TIENDA YOANITA
TALLER SUPER COLOR	EL MOLINO	PROCORZA
CENTRO PARTICULAR DE CAPACITACION OCUPACIONAL LA CHURONA	ALMACEN ARTESANIAS	CONFECCIONES DANIELA
CAMIONETA DE LA COMPANIA CRISTO REY	INSTITUTO DE BELLEZA MARISOL	TAXI DE LA COOPERATIVA EL TEJAR
DISTRIBUIDORA JIMMY	MARISQUERIA LA CUEVA DEL CANGREJO	BUS DE COOPERATIVA SUR ORIENTE
REDECOR MUEBLES	CAMIONETA DE COOP. PARQUE BOLIVAR	PIZZERIA EL HORNO
COMERCIAL SAMANIEGO AREVALO	TIENDA RONALD	ALMACEN Y SASTRERIA EL REY
CERRAJERIA MORA	BOUTIQUE ANDRETTI	CAMIONETA DE LA CIA. DE CARGA RIO ZAMORA
CAMIONETA DE LA COOPERATIVA PARQUE BOLIVAR	LA SAZON DE BACHITA	AREA MINERA EL PORVENIR
FABRICA DE TUBOS CARIAMANGA	JUAN PABLO	FARMACIA SUIZA
CAMIONETA DE LA COMPAÑIA CHAGUARPAMBA TRANSPORTE MIXTO SA	PILADORA LEON	IMPRENTA CARIAMANGA
GRAFICAS GUZMAN	TALLER DE CARPAS CRISTIAN	HOTEL QUILANGA
FOTO FILMS	NOTARIA TERCERA DEL CANTON LOJA	COOPERATIVA DE TAXIS OJEDA DAVILA
NOVEDADES CARLITOS	TALLER DE CARROCERIAS SONGOR	ZONA GRAFICA
BAR RESTURANT ALELIS	IMPORTADORA ORTEGA	FABIMUNDO STORE
COOP. DE TAXIS MIGUEL RIOFRIO	CAMION DE LA CIA TRANSPORTE DE CARGA JIMENEZ PARDO	PAN LOS TRIGALES
GIMNASIO JF	COOP. DE TAXIS SEVILLA DE ORO	AHORRA MAS
LA PARRILLADA D AVILA	SETCOMET	SALON DE COMIDA HERMATENSI
BAR RESTAURANTE DON ROJITAS	TAXI DE LA COOPERATIVA CENTRAL N- 1	NOTARIA PRIMERA DEL CANTON SOZORANGA
COMERCIAL SALAZAR	DESPENSA LA FAVORITA	REVELEC

LA DELICIA	TAXI DE LA COOP. DE TAXIS DR.CAMILO PONCE ENRIQUEZ	RESTAURANTE GUSTOS Y SABORES
SNACK OBELICS	CIA. DE TRANSPORTE CRISTO REY	TRACTO LOJA
ALIMENTOS FERNAND'S	FOLKLORE	BAZAR VERONICA
GALERIA BELVIVIR	ASERRIO EL BATAN	CAMIONETA DE LA COMPAÑIA PUERTA DE LA CIUDAD
FRIOTEC	HOSTERIA DE VILCABAMBA	ELECTROCOMERCIAL ELSITA
FLOR-LIM	TIENDA NANCYTA	TIENDA ALEXANDRA
TOROLLANTAS	SYSTEMCOPIAS	CALZADO ANDY DAVID
CHAHUARPAMBA	BUS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES LOJA	COMEDOR MARIA JOSE
RESTAURANT DON QUIJOTE	FARMACIA CUARTO CENTENARIO	MARMOL Y GRANILLO CHIMBORAZO
PAPELERIA LOJA	LAS PAPITAS DEL SODA	ESTUDIO JURIDICO DALTON CELI
PRENDAS DE VESTIR STEFANY	CV OFFSET IMPRESIONES	IMPORTADORA ENRIQUEZ
CENTREL CENTRO ELECTRONICO	LA CURVA	METAMORFOSIS XXI ARTE Y DIFUSION CULTURAL DE LOJA
MAR CELL	EL RINCON DE LAS ALITAS	RIVAS & ASOCIADOS
CREDITOS VALENTINA	TAXI DE LA COOPERATIVA CRISTOBAL OJEDA DAVILA	GABINETE DE BELLEZA UNISEX ROSY
RESTAURANTE DIVINO NIÑO	CAMION DE LA CIA. TRANSCENSURCA C.A	EL CARPINTERO
BUS DE LA COMPAÑIA DE BUSES TRANSURBASUR	LIMPIA RAPIDO	TALLER DE CALZADO LORENITA
OASIS RESTAURANTE	COMERCIAL MONTALVAN	NOVA FORM MECANICA INDUSTRIAL
A LA COSTA	FRANKHI HOSTAL	AUTOMOTRIZ AYORCAR
CHARLES COMPUTER'S	VENTA DE PRODUCTOS NATURALES	TIENDA ANGELA
DISTRIBUIDORA LUDENA GONZALEZ	SODA BAR BONEY	TALLER DE RADIO Y TELEVISION TV COLOR
RESTAURAN EL RINCON	COOPERATIVA DE CAMIONETAS SAN JOSE	FARMACIA IDEAL
ESTILOS UNISEX ALTA PELUQUERIA	PICANTERIA CARMITA	MECANICA INDUSTRIAL VIVANCO
VIDRALUV TECNIC	CASA FANNY CONFECCIONES	COMERCIAL CRISTIAN

TIENDA NATASHA	TIENDA PILARCITA	SEPE SERVICIO DE PROGRAMAS EDUCATIVOS
J. L. COMERCIAL	TIENDA ANGELO	TALLERES MULTIPLES SILVA
JOE CELL	FARMACIA JESUS DEL GRAN PODER	BAR CAFETERIA EL ALAMO
RINCON MARINERO DE LOS 7 CALAMARES	WALTER GARCIA MECANICA	IMPRENTA Y ENCUADERNACION GONZALO
COMERCIALIZADORA EY	COOPERATIVA DE CAMIONETAS 27 DE FEBRERO	ISA STYLOS
FITNESS	D'FINE	MEGA SONIDO
MAGIC SPING	TAXI COOPERATIVA DE TAXIS CIUDAD DE LOJA	FARMACIA LA PERLA
LA CASA DEL PORCELANATO	FERRETERIA NORIEGA HERMANOS	BELLA FLOR
CAFE CON AROMA	FELCO	KERWIN JUNIOR "SONIDO STEREO"
SERVIPARTES S. A.	JARDIN LAS ORQUIDEAS	DOCTORA MARIA ALICIA BRAVO GONZALEZ
EMC CONSTRUCCION	CENTRO EDUCATIVO SAGRADO CORAZON	FARMACIA SANTA ANITA
BAZAR MARLENE	CAMIONETA DE LA COMPAÑIA PLATEABA S.A.	NAJATOB
GENESIS	TINTORERIA Y LAVANDERIA LA BURBUJA	CARPINTERIA ROJAS
CAMIONETA DE LA COOPERATIVA MIXTA RIO GUAYABAL	CAMION DE COMPAÑIA DE TRANSPORTES SILVA	NEGOCIOS CAMERINO
MOTO REPUESTOS YAMAHA	TIENDA SAN MARTIN	COMERCIAL MANOLO
HISPANO LIBROS	TAXI DE LA COOPERATIVA JIPIRO	TIENDA ECONOMICA
CENTRO NATURISTA INTERNACIONAL HERMANO GREGORIO	PANADERIA PERPETUO SOCORRO	LUCY SPA
CLUB CARVALLO	RESTAURANT MI CUCHITO	FARMACIA HERMANO MIGUEL
AGACHADITOS COSITAS RICAS	CAMIONETA DE LA COOPERATIVA 14 DE OCTUBR	DEPOSITO ELOHIM
ALUVISAN	COMERCIAL ONTANEDA	PISCIS MARCO PARA CUADROS
EL SANDUCHON THE ROSE	GABINETE DE BELLEZA FANNY	COMERCIAL JOSE ANTONIO
PELUQUERIA UNISEX AMPARITO	BAZAR BALERIA	PRO CAR
VISION MUSICAL CUEVA	YOSELIN	CARBON BURGUER
LIBRERIA Y PAPELERIA ANDALUZ	TIENDA MARY	TIENDA LOS CHINITOS

ECODRYWASH/LIMPIEZA ECOLOGICA	SOMADIA	BAR RESTAURANTE EL MIRADOR
CRISTHEL	RESTAURANTE Y GALLERA PATA BRAVA	GALERIA CENTRAL
PICANTERIA SANTA TERESITA	TIENDA LIZBETH	FERRETERIA DEL NORTE

## UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

### OBJETIVO:

Determinar mediante un cuestionario el CONOCIMIENTO E INSERCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2013-2014 con el objetivo de obtener mi Título Profesional de Ingeniera en Administración de Empresas.

### DATOS GENERALES

DEFINICIÓN RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

### ENCUESTA PARA EMPLEADOR

	SI	NO
1. ¿Conoce RSE?		
2. ¿Su empresa aplica el modelo de Responsabilidad Social Empresarial?		
3. ¿A más del cumplimiento de las obligaciones legales de la empresa con los trabajadores realiza una gratificación por su esfuerzo?		
4. ¿Invierte en la capacitación, profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores?		
5. ¿Su empresa posee un buen clima laboral?		
6. ¿Existe una buena comunicación entre empleador y trabajador?		
7. ¿Se interesa en conseguir que el personal empleado goce de una mejor calidad de vida?		
8. ¿Permite que el personal empleado disponga de más tiempo libre?		
9. ¿Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas?		
10. ¿Realiza planes para dotar de una alta calidad a los productos y servicios que ofrece la empresa?		
11. ¿Ofrece información transparente a los clientes y proveedores?		
12. ¿Realiza planes para aumentar el grado de satisfacción de clientes y proveedores?		
13. ¿Aplica alguna normativa de calidad?		
14. ¿Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores?		
15. ¿Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias?		
16. ¿Se preocupa en reducir los niveles de contaminación que pueda generar la empresa?		
17. ¿Se preocupa en reducir los residuos que pudieran ensuciar la vía pública?		
18. ¿Se preocupa en reducir el gasto de materias primas, agua y		

energía?		
----------	--	--

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



empleado.								
12. Conozco la planificación estratégica de la Empresa.								
13. Conozco de la existencia de estatutos para la designación de los representantes de la empresa.								
14. La empresa en la que labora le informa adecuada y oportunamente acerca de las decisiones empresariales.								
15. Percibo coherencia entre los principios que declara la empresa y lo que se practica en el entorno.								
16. Conozco el presupuesto total de la empresa.								
17. Conozco el presupuesto invertido en programas de responsabilidad para el desarrollo social y ambiental.								
18. Los mensajes comunicacionales y publicitarios son elaborados con criterios éticos y responsables.								
19. La empresa utiliza campañas de comunicación para promover valores.								
20. Conoce si la empresa en que labora establece alianzas con el Estado, ONG, redes, organismos internacionales, empresas, observatorios para fortalecer su vinculación externa.								
21. Ha participado de las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa organice.								
22. La empresa en la que labora cuenta con mecanismos para recibir sugerencias del personal para la mejora de los procesos internos.								

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**TABLA DE FRECUENCIA  
ENCUESTA EMPLEADOR**

**1. ¿Conoce RSE?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	273	96,8
	NO	9	3,2
	Total	282	100,0

**2. ¿Su empresa aplica el modelo de Responsabilidad Social Empresarial?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	273	96,8
	NO	9	3,2
	Total	282	100,0

**3. ¿A más del cumplimiento de las obligaciones legales de la empresa con los trabajadores realiza una gratificación por su esfuerzo?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	139	49,3
	NO	143	50,7
	Total	282	100,0

**4. ¿Invierte en la capacitación, profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	80	28,4
	NO	202	71,6
	Total	282	100,0

**5. ¿Su empresa posee un buen clima laboral?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**6. ¿Existe una buena comunicación entre empleado y trabajador?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**7. ¿Se interesa en conseguir que el personal empleado goce de una mejor calidad de vida?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**8. ¿Permite que el personal empleado disponga de más tiempo libre?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NO	282	100,0

**9. ¿Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	15	5,3
	NO	267	94,7
	Total	282	100,0

**10. ¿Realiza planes para dotar de una alta calidad a los productos y servicios que ofrece la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**11. ¿Ofrece información transparente a los clientes y proveedores?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**12. ¿Realiza planes para aumentar el grado de satisfacción de clientes y proveedores?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	282	100,0

**13. ¿Aplica alguna normativa de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	236	83,7
	NO	46	16,3

	Total	282	100,0
--	-------	-----	-------

**14. ¿Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	84	29,8
	NO	198	70,2
	Total	282	100,0

**15. ¿Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	46	16,3
	NO	236	83,7
	Total	282	100,0

**16. ¿Se preocupa en reducir los niveles de contaminación que pueda generar la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	25	8,9
	NO	257	91,1
	Total	282	100,0

**17. ¿Se preocupa en reducir los residuos que pudieran ensuciar la vía pública?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	8	2,8
	NO	274	97,2
	Total	282	100,0

**18. ¿Se preocupa en reducir el gasto de materias primas, agua y energía?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	51	18,1
	NO	231	81,9
	Total	282	100,0

**TABLA DE FRECUENCIA  
ENCUESTA TRABAJADORES**

**1. En su empresa existe un buen clima laboral**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	9	3,2
	Parcialmente satisfecho	68	24,1
	Satisfecho	119	42,2
	Totalmente satisfecho	86	30,5
	Total	282	100,0

**2. Entre Empleador y empleado las relaciones interpersonales son de respeto y cordialidad.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	14	5,0
	Parcialmente satisfecho	12	4,3
	Satisfecho	117	41,5
	Totalmente satisfecho	139	49,3
	Total	282	100,0

**3. Percibo que hay equidad de género, raza, nivel socioeconómico y orientación política o sexual.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	129	45,7
	Satisfecho	105	37,2
	Totalmente satisfecho	48	17,0
	Total	282	100,0

**4. Estoy satisfecho con el nivel de remuneración.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	1	,4
	Parcialmente satisfecho	82	29,1
	Satisfecho	160	56,7
	Totalmente satisfecho	39	13,8
	Total	282	100,0

**5. Su empresa le brinda facilidades para el desarrollo personal y profesional.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	26	9,2
	Parcialmente insatisfecho	136	48,2
	Parcialmente satisfecho	97	34,4
	Satisfecho	19	6,7
	Totalmente satisfecho	4	1,4
	Total	282	100,0

**6. Como empleado puedo participar en la vida institucional de la empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente insatisfecho	45	16,0
	Insatisfecho	94	33,3
	Parcialmente insatisfecho	86	30,5
	Parcialmente satisfecho	33	11,7
	Satisfecho	24	8,5
	Total	282	100,0

**7. Conozco de la existencia de una política institucional para la protección del medio Ambiente en la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente insatisfecho	11	3,9
	Insatisfecho	38	13,5
	Parcialmente insatisfecho	17	6,0
	Satisfecho	21	7,4
	Totalmente satisfecho	4	1,4
	No aplica	78	27,7
	No conoce	113	40,1
	Total	282	100,0

**8. Recibo capacitaciones o mensajes en temas ambientales por parte de la empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Satisfecho	126	44,7
	Totalmente satisfecho	141	50,0
	No aplica	15	5,3
	Total	282	100,0

**9. Desde que ingresé a la empresa he aprendido buenos hábitos ecológicos para cuidar del medio ambiente.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	128	45,4
	Satisfecho	133	47,2
	Totalmente satisfecho	21	7,4
	Total	282	100,0

**10. Evidencio que la responsabilidad social está presente en el plan estratégico vigente de la empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	11	3,9
	Parcialmente satisfecho	22	7,8
	Satisfecho	84	29,8
	Totalmente satisfecho	43	15,2
	No aplica	44	15,6
	No conoce	78	27,7
	Total	282	100,0

**11. Las autoridades toman las grandes decisiones considerando mi criterio como empleado.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	59	20,9
	Parcialmente satisfecho	129	45,7
	Satisfecho	94	33,3
	Total	282	100,0

**12. Conozco la planificación estratégica de la Empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	96	34,0
	Parcialmente satisfecho	98	34,8
	Satisfecho	88	31,2
	Total	282	100,0

**13. Conozco de la existencia de estatutos para la designación de los representantes de la empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	35	12,4
	Parcialmente satisfecho	75	26,6
	Satisfecho	110	39,0
	Totalmente satisfecho	62	22,0
	Total	282	100,0

**14. La empresa en la que labora le informa adecuada y oportunamente acerca de las decisiones empresariales.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	106	37,6
	Parcialmente satisfecho	90	31,9
	Satisfecho	23	8,2
	Totalmente satisfecho	63	22,3
	Total	282	100,0

**15. Percibo coherencia entre los principios que declara la empresa y lo que se practica en el entorno.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente insatisfecho	63	22,3
	Parcialmente satisfecho	54	19,1
	Satisfecho	119	42,2
	Totalmente satisfecho	46	16,3
	Total	282	100,0

**16. Conozco el presupuesto total de la empresa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	11	3,9
	Satisfecho	76	27,0
	Totalmente satisfecho	178	63,1
	No aplica	14	5,0
	No conoce	3	1,1
	Total	282	100,0

**17. Conozco el presupuesto invertido en programas de responsabilidad para el desarrollo social y ambiental.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	26	9,2
	Satisfecho	130	46,1
	Totalmente satisfecho	105	37,2
	No conoce	21	7,4
	Total	282	100,0

**18. Los mensajes comunicacionales y publicitarios son elaborados con criterios éticos y responsables.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Satisfecho	146	51,8
	Totalmente satisfecho	136	48,2
	Total	282	100,0

**19. La empresa utiliza campañas de comunicación para promover valores.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	140	49,6
	Satisfecho	140	49,6
	Totalmente satisfecho	2	,7
	Total	282	100,0

**20. Conoce si la empresa en que labora establece alianzas con el Estado, ONG, redes, organismos internacionales, empresas, observatorios para fortalecer su vinculación externa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No aplica	108	38,3
	No conoce	174	61,7
	Total	282	100,0

**21. Ha participado de las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa organice.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Satisfecho	139	49,3
	Totalmente satisfecho	143	50,7
	Total	282	100,0

**22. La empresa en la que labora cuenta con mecanismos para recibir sugerencias del personal para la mejora de los procesos internos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente satisfecho	165	58,5
	Satisfecho	117	41,5
	Total	282	100,0