



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

**Prácticas de responsabilidad social corporativa como estrategia para
maximizar la rentabilidad de las microempresas en la zona centro, D.M. de
Quito, 2014.**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Murillo Carrillo, Catalina Elizabeth

DIRECTOR: Contreras Jaramillo, Mario Andrés

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgst. Mario Andrés Contreras Jaramillo

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

EL presente trabajo de titulación, denominado: Prácticas de responsabilidad social corporativa como estrategia para maximizar la rentabilidad de las microempresas en la zona centro, D.M. de Quito, 2014, realizado por Murillo Carrillo Catalina Elizabeth, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, septiembre del 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, Catalina Elizabeth Murillo Carillo, declaro ser la autora del presente trabajo de titulación: Prácticas de responsabilidad social corporativa como estrategia para maximizar la rentabilidad de las microempresas en la zona centro, D.M. de Quito, 2014, de la Titulación Maestría de Gestión y Desarrollo Social, siendo el Ing. Mario Contreras, director de este 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, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 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 o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f :

Autor: Catalina Elizabeth Murillo Carillo

Cedula: 0601974710

DEDICATORIA

Dedico:

Al Señor todopoderoso por estar siempre conmigo.

Dedico:

Al Señor Todopoderoso por estar siempre conmigo.

A mis padres por todo el amor que me han brindado.

A mis hijos por compartir su tiempo con mis estudios.

A mi amiga Lizmara Orellana por su apoyo incondicional.

A mi amiga María Inés Acosta por sus sabios consejos.

“Las promesas de Dios son como las estrellas; Entre más oscura es la noche, más fuertemente brillan”. ~David Nicholas

AGRADECIMIENTO

Agradezco:

A la **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA** por darme la oportunidad de estudiar a distancia.

A mi director de tesis, Magister Mario Andres Contreras Jaramillo por su prontitud y sapiencia para revisar el desarrollo de mi tesis.

A los profesores, quienes con sus conocimientos, su experiencia, y apoyo ayudaron al aprendizaje y mi formación en la Maestría en Gestión y Desarrollo Social.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN.....	4
OBJETIVOS	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Hipótesis.....	6
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	7
1.1. Definiciones de Responsabilidad Social.....	8
1.1.1. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa	11
1.2. Desarrollo sostenible.....	13
1.3. Responsabilidad social en las Mipymes.....	14
1.4. Medición de la Responsabilidad social.....	17
1.5. Beneficios de la Responsabilidad social	21
1.6. Responsabilidad social y la rentabilidad.....	22

CAPÍTULO II.....	24
METODOLOGÍA.....	24
2.1. Enfoque de la Modalidad (cuantitativa o cualitativa).....	25
2.1.1. Cualitativa.....	25
2.1.2 Cuantitativa.....	25
2.2. Modalidades y tipos de investigación.....	26
2.2.1. Investigación documental y bibliográfica.....	26
2.2.2. Investigación de Campo.....	26
2.3. Tipos de Investigación.....	26
2.3.1. Investigación Descriptiva.....	27
2.3.2. Investigación Causal.....	27
2.4. Métodos de investigación.....	27
2.4.1. Método Deductivo.....	27
2.4.2. Método Inductivo.....	28
2.4.3. Analítico-sintético.....	28
2.5. Población y Muestra o diseño experimental.....	28
2.5.1. Población.....	28
2.5.2. Muestra.....	29
2.5. Operacionalización de las variables de investigación.....	30
2.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	32
2.6.1. Técnica documental.....	32
2.6.2. Técnica de campo.....	33
2.7. Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.....	34
2.7.1 Validez.....	34
2.7.2 Confiabilidad.....	34
CAPÍTULO III.....	25
TRATAMIENTO DE DATOS Y PROPUESTA.....	25
3.1. Análisis de datos.....	36

3.2. Análisis de los resultados.....	38
3.3. Propuesta estratégica	48
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS.....	61
Anexo 1. Empresas Encuestadas – Prueba Piloto	69
Anexo 2. Modelo de encuesta.....	70
Anexo 3. Directorio de empresas centro histórico	71
Anexo 4. Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social 0084	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de establecimientos MIPYMES en Quito	28
Tabla 2. Número de establecimientos en Quito por Sectores.....	29
Tabla 3. Análisis de la Variable independiente. Responsabilidad Social Corporativa ..	31
Tabla 4. Variable dependiente. Modelo de aplicación de prácticas de RSC	32
Tabla 5. Plan de recolección de la información	34
Tabla 6. Las preguntas de investigación, correspondientes preguntas de la entrevista y resultados	37
Tabla 7. Principales dificultades para implementar la responsabilidad social	46
Tabla 8. Presupuesto Objetivo 1	57
Tabla 9. Presupuesto Objetivo 2	58

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis de valores corporativos	38
Figura 2. Percepción de la responsabilidad social	39
Figura 3. Términos relacionados con RSC.....	40
Figura 4. Motivación para la aplicación de RSC.....	41
Figura 5. Actividades relacionadas con RSC	43
Figura 6. Factores que afectan la RSC	45
Figura 7. Factores que motivan a la RSC	47
Figura 8. Actividades específicas de RSC	48

RESUMEN

La responsabilidad social, se puede entender como la integración y preocupación de las organizaciones con todos los temas relacionados con su entorno, preocupándose en la mejora de problemas sociales y ambientales. Las empresas en la actualidad directa o indirectamente aplican actividades socialmente responsables, las cuales han sido ejecutadas con el fin de generar mayores beneficios hacia las organizaciones que las aplican. En la actualidad el Distrito Metropolitano de Quito, dentro de sus ordenanzas promueve la ejecución de estas prácticas, las cuales han sido acogidas favorablemente por pequeñas y medianas empresas, las cuales no tienen un conocimiento específico y las ventajas que pueden ayudar a estas organizaciones a aprovechar la aplicación de estrategias de vinculación con su entorno. Hay que tomar en cuenta que las prácticas de responsabilidad social empresarial, muchas veces son confundidas con actividades altruistas y de mercadotécnica, en ese sentido en el presente estudio se han identificado cuales son las practicas que dueños y gerentes de las empresas aplican, y como estas han logrado propiciar el incremento la satisfacción de sus clientes, rentabilidad y valor de las empresas.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social, Mipymes, Vinculación con la sociedad, Valor de las empresas, Ordenanza 0084.

ABSTRACT

Social responsibility, can be understood as integration and concern of organizations with all issues related to the environment, fretting in improving social and environmental problems. Businesses in direct or indirect currently apply socially responsible activities, which have been implemented in order to generate greater benefits to organizations that apply. Currently the Metropolitan District of Quito, within its ordinances promotes the implementation of these practices, which have been favorably received by small and medium enterprises, which do not have specific knowledge and benefits that can help these organizations get implementing strategies to link with their environment. We must take into account that the practices of corporate social responsibility, are often mistaken for altruists and services Market activities in this regard in the present study have been identified which are practices that owners and managers of companies apply, and how are you they have managed to foster increased customer satisfaction, profitability and corporate value.

KEYWORDS: Social Responsibility, SMEs, Bonding society, value of the company, Ordinance 0084.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social constituye en la actualidad una de las prácticas que se enfocan a mejorar la competitividad de las empresas, es decir que cualquier actividad social no solo debe constituirse en una política obligatoria para la empresa, ya que se deberá buscar el equilibrio entre la comunidad y sus objetivos financieros, logrando generar de esta forma no solo beneficios para la sociedad, sino que adicionalmente la maximización de la rentabilidad de la organización.

La responsabilidad social es una filosofía, que ha obligado a las empresas a integrar en su visión el compromiso hacia la sociedad a través de una nueva fórmula de hacer negocios donde “no solo importa cuánto gano, sino también como lo hago”, por lo cual las empresas deben considerar aspectos sociales, ambientales y económicos en sus acciones. (López, 2013, pág. 39)

Para Navarro (2012, pág. 85), la responsabilidad social implica, libertad de elección, y un compromiso voluntario con los grupos de interés, los cuales de una forma u otra afectan o pueden ser afectados por las decisiones de la empresa. Es decir, que lo que propone es simplemente la realidad de las prácticas de la empresa, ya que si no mantiene una armonía con su entorno muy difícilmente podrá alcanzar sus metas, en ese sentido es importante mantener no solo buenas relaciones con el personal, clientes, proveedores, inversionistas, sino que adicionalmente hay que trabajar con la comunidad para su desarrollo en el corto, mediano y largo plazo.

Para complementar los nuevos retos que actualmente enfrenta la organización, según Orejuela (2010), la empresa ya no se entiende sólo como un ente que comunica y sus públicos reciben y actúan en consecuencia, las organizaciones actuales tienen una gran responsabilidad como generadoras de cultura a través de sus mensajes y de sus acciones. Dada esta situación, es muy importante entender que las prácticas de responsabilidad van mucho más allá de una herramienta, o táctica; para mejorar las ventas, sino como un proceso o un elemento más dentro del engranaje de la empresa.

Es necesario desmitificar que las prácticas de responsabilidad social, solo se asocian a las grandes empresas, ya que estas tienen como estrategia corporativa las practicas asociadas al aporte y desarrollo de población que es afectada directamente por la actividad productiva. En ese sentido, las Mipymes generan una responsabilidad social, como una actividad natural, ya que estas tienen un contacto más directo con el entorno y su cliente; con muchas actividades relacionadas al quehacer diario, por lo

que en la actualidad no existiría un impacto real de la responsabilidad social, sin el análisis de las Mipymes. (Navarra, 2015)

De acuerdo al estudio de García (2009), en la actualidad una empresa que tiene buenas estrategias de prácticas responsables, incrementa su productividad, debido a su buena imagen y a la cobertura de los medios de comunicación, creando fidelización con los clientes y generando una ventaja competitiva a diferencia de las empresas que no aplican técnicas de responsabilidad social. Lo anterior se puede ver reflejado en la masiva internacionalización de los productos y servicios, generando grandes oportunidades de crecimiento económico, así como problemas que incluso han sobrepasado las fronteras de la zona de influencia de la empresa.

Por otro lado, la ventaja competitiva de las prácticas socialmente responsables, generan una percepción, de factor generador de valor empresarial, lo cual está acorde al objetivo principal de la empresa, que se enfoca a la maximización sus beneficios y sus efectos se relacionan a los aportes y beneficios a la sociedad, tales como: sostenibilidad del empleo, acción social de los inversores, competitividad por recursos.

El Pacto Global de las Naciones Unidas (2010), reveló que en Ecuador el 70% de las empresas y entidades gubernamentales considera que el marco legal es favorable “en algunos casos” o “completamente favorable” a la Responsabilidad Social. Esto es un reflejo de los esfuerzos realizados por el Gobierno Nacional a través del Plan Nacional del Buen Vivir. Entre las iniciativas fomentadas se incluyen los sellos “Hace Bien” y “Hace Mejor” del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, que certifican a las empresas que cumplen con la ley, así como aquellas que van más allá e integran criterios de responsabilidad social dentro de su gestión. (Ekos, 2014).

El Estado también fomenta la responsabilidad social (RS), incorporando cláusulas éticas, sociales y ambientales para la contratación pública. Durante 2013, esta actividad fue equivalente al 12% del PIB y contó con cerca de 100.000 proveedores habilitados.

Otro campo grande para incidir son las Empresas Públicas, donde el Estado cuenta con casi 30 en sectores como energía, hidrocarburos, medios de comunicación, fármacos, transporte, entre otros. Aquí, lo más importante es la imparcialidad con la que el Estado realice su función reguladora y fiscalizadora. En el país aún existe la percepción de que el gobierno no es igual de riguroso con las empresas públicas como

lo es con las empresas privadas. Si se logra vencer esa tendencia, Ecuador avanzará a pasos agigantados hacia la responsabilidad social. (Ekos, 2013)

En resumen las prácticas de la responsabilidad social han sido una de las estrategias que mejores resultados han generado, no solo desde el punto de vista de maximización de la rentabilidad de la empresa, sino que han sido elementos fundamentales para el desarrollo de comunidades y zonas desprotegidas, mejorando la calidad de vida de los habitantes, de la zona, también ofreciendo oportunidades de desarrollo como acceso a tecnología, educación, entre otras, por lo que evitar su práctica condiciona la supervivencia de organización .

JUSTIFICACIÓN

Las prácticas de responsabilidad social, se han convertido en una estrategia fundamental para la competitividad de las empresas, creando un fuerte vínculo entre la sociedad y el desarrollo de las actividades productivas. Las prácticas productivas tienen como enfoque principal el mantenimiento de buenas relaciones con los involucrados directos de todas las actividades corporativas, así como el acoplamiento y el desarrollo continuo de las áreas donde desenvuelven todas estas actividades. En ese sentido, no solo los beneficiarios directos serán los inversionistas de la empresa o el talento humano que trabaja en la misma, sino que la comunidad tienen que sentirse identificada con los planes y objetivos de la organización, generando de esta manera un aporte adicional al crecimiento de la empresa y mejor calidad de vida para la población afectada.

El involucramiento de la empresa en su entorno, siempre ha sido un factor determinante en el éxito o fracaso de las organizaciones, la cual tiene como principal meta la generación de valor y la maximización de su rentabilidad.

Una de las mejores estrategias para lograr un afianzamiento en el mercado, han sido las prácticas de responsabilidad social, cuya aplicación no es nueva en el ámbito empresarial, las empresas siempre han tratado de convivir en armonía con su entorno, ya que este es básicamente la fuente de recursos laborales, y de un posible mercado.

En los últimos años las prácticas de responsabilidad social han tenido un importante espacio dentro de las estrategias corporativas, y especialmente son las grandes empresas nacionales o multinacionales las que promocionan su aporte a la comunidad, como un valor agregado al producto o servicio ofertado. En ese sentido la información es abundante, ya que los planes y proyectos de prácticas socialmente responsables son una carta de presentación empresarial.

Ahora en relación a las micro y pequeñas empresas, no existen datos o cifras estadísticas, tampoco se le ha dado el espacio respectivo al análisis de los factores que influyen en el éxito de las prácticas responsables con la sociedad. Por lo que la presente investigación pretende realizar un análisis enfocado a las prácticas específicas que aplican la microempresa que se encuentran ubicadas en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, y así poder definir cuál es el aporte real y beneficio a la comunidad.

La información recopilada deberá mostrar si se está cumpliendo con la ordenanza Metropolitana N. 0333, la cual en su Art. 1 indica que su objetivo es motivar a la cultura basada en la ética y responsabilidad social, así como incentivar a todas las empresas sean públicas o privadas a integrar actividades de responsabilidad social.

La presente investigación analiza y cuantifica las practicas más comunes que se aplican por los micro y pequeños empresarios de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, y analizar cuales es el costo que este tiene en la empresa y como esta ha afectado a la rentabilidad de la organización y si estos han afectado o no al crecimiento de las organizaciones estudiadas.

Así mismo la información recopilada ayudará a proponer estrategias y proyectos que pueden ayudar a incentivar las prácticas de responsabilidad social, así como herramientas para cuantificar los impactos en la comunidad y las empresas.

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar el aporte social y empresarial que tienen las prácticas de responsabilidad social, aplicadas por las microempresas de la zona centro del D.M. de Quito.

Objetivos Específicos

- Definir las bases teóricas sobre las cuales se solventa la responsabilidad social y como puede ayudar al crecimiento empresarial.
- Identificar las prácticas socialmente responsables, así como su impacto en la organización y el aporte a la comunidad en la zona centro del D.M. de Quito.
- Diseñar una propuesta para mejorar e impulsar técnicas de responsabilidad social en las microempresas de la zona centro del D.M. de Quito.

Hipótesis

El aporte que generan las prácticas de responsabilidad social ha permitido desarrollar estrategias y han promovido actividades de ayuda a la sociedad, generando el crecimiento corporativo y una mejor calidad de vida de la población directamente involucrada.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El presente trabajo pretende ser una referencia importante en todos los conceptos y criterios que engloban la Responsabilidad Social, y como estos han ido evolucionando, e incluso analizar como la no aplicación de estas prácticas puede impedir o perjudicar, el desarrollo de políticas o normativas que ayuden al desarrollo de los pueblos.

El compromiso de las organizaciones no solo es con sus clientes, en general se requiere un vínculo estrecho tanto con empleados, accionistas y la sociedad directamente involucrada, analizando los cambios y efectos que genera la actividad empresarial en los temas sociales, medioambientales y económicos.

1.1. Definiciones de Responsabilidad Social

De acuerdo al Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa o RSC, elaborado por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA, (2004), puede definirse como el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que interactúa.

La definición anterior básicamente muestra que debe existir un compromiso voluntario de todas las empresas sean estas grandes o pequeñas, para aportar al desarrollo y crecimiento de las comunidades en donde se encuentran ubicadas, lo cual incluye la protección y cuidado del medio ambiente, en ese sentido es fundamental el constante aporte social por parte de las empresas, las cuales en gran medida pueden basar su éxito, en las prácticas socialmente responsables.

Martínez (2011), indica que la responsabilidad social empresarial son acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización la generación de riqueza, respetuosa de los derechos humanos, con las responsabilidades de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente; de todas estas acciones debe rendir cuentas la sociedad.

Otro concepto habla de la responsabilidad social como una nueva alternativa de “competir”, que está concebida como la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en una fuente de

ventaja competitiva, evidentemente si así lo advierte la organización. (Aguilera, 2012, Lindgreen, 2010)

El valor agregado es fundamental para el crecimiento de la producción o la oferta de servicios, para que la empresa tenga una presencia competitiva en su entorno el valor agregado ya no solo es hacia el cliente, este debe estar enfocado en las practicas productivas y como estas benefician o no a la sociedad, en ese caso buenas prácticas sociales generan mayor valor agregado y en consecuencia la organización mejora su valor.

Las prácticas socialmente responsables no son una materia desconocida en las diversas historias nacionales latinoamericanas, como los menciona Corral (2005), señalando que la participación de los agentes privados en iniciativas de asistencia social data desde el siglo XIX, fundamentalmente como obras de caridad. Posteriormente, mencionan que a comienzos del siglo XX tienen un enfoque filantrópico, sin estar relacionadas con la estrategia de la empresa. Para luego, durante el período que va desde los años treinta hasta mediados de los ochenta comienza a emerger el concepto de inversión social, caracterizado por una visión en la que las acciones de las empresas en materia social deben promover el desarrollo de las comunidades. Esta tendencia da lugar a que en los años noventa, empiece a utilizarse el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este término generó varias acepciones, mencionándose las más relevantes a continuación.

Caravedo (1998) distingue tres formas que tienen las empresas para relacionarse con su entorno:

- a) La responsabilidad empresarial: principalmente beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener rendimiento para la empresa en el mediano y largo plazo;
- b) La filantropía: exclusivamente altruista y;
- c) La inversión social: principalmente obtención de beneficios para la empresa por medio de apoyo a la comunidad.

En concordancia Garavito (2007), se refiere a la Responsabilidad Social Empresarial como una filosofía de acción empresarial que tiene como base la toma de responsabilidad por parte de la empresa, de los efectos que su funcionamiento tiene

sobre sus miembros y sobre la sociedad en general, que incluye a los accionistas, los trabajadores y proveedores.

De acuerdo a Cuevas, (2010), en la actualidad es un hecho comúnmente aceptado que las empresas deben ocuparse en forma creciente de su responsabilidad social frente a sus participantes (stakeholders); lo mismo acontece con la observancia de un comportamiento moral de parte de los administradores. Se considera que ambos aspectos se reflejan en la toma de decisiones eficaces y moralmente aceptables. Por ende, la empresa que actúa de manera socialmente responsable tiene una ventaja competitiva en la arena de la competencia Porter & Kramer, (2002), citado por Cuevas (2010), la consecuencia de este razonamiento es que la adopción de la RSE crea nuevo valor (Vogel, 2008)

De acuerdo al Centro Mexicano para la Filantropía, (Abreu, 2011), la acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades, expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar:

- En su dimensión económica interna, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).
- En su dimensión económica externa, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.
- En su dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
- En su dimensión sociocultural y política externa, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la

expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

- En su dimensión ecológica interna, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.
- En su dimensión ecológica externa, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y sectores que compartan metas similares.

Así mismo Ribas, (2007), indica que el concepto de RSE corresponde con un camino estratégico que busca valorizar las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo, donde “no sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano”, lo que implica un cambio radical con respecto a la óptica empresarial tradicional de simple maximización de beneficios.

De esta forma, la RSE es una nueva manera de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible que engloba una dimensión de responsabilidad total para con todas las ‘partes interesadas’ (stakeholders) de la empresa, esto es, clientes, suministradores, trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto, además de los propios propietarios o accionistas, siempre desde una perspectiva ligada con la ética empresarial y la transparencia en los negocios.

1.1.1. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa

Es imposible establecer una lista de factores y características que constituyen la RSE, estas son diferentes y van acorde a las cualidades de cada empresa y pueden cambiar con el tiempo. Sin embargo, es posible delimitar la RSE en términos de una serie de dimensiones entrelazadas y basadas en el cumplimiento de problemas sociales y ambientales, el Informe para de la Naciones Unidas para el desarrollo (2002), presenta los siguientes enfoques para la RSC:

- Enfoque de rendición de cuentas. La RSE puede ser entendida en términos de los diferentes grupos de interés y los temas que les preocupan. Estas cuestiones se refieren a las esferas superpuestas de impacto social, ambiental y económica. La esfera económica se refiere no simplemente los fundamentos de la rentabilidad financiera sino a elementos que contribuyen al éxito financiero a largo plazo, tales como la reputación y las relaciones y el amplio impacto económico de una empresa en términos de los efectos multiplicadores de los salarios, la inversión y abastecimiento.

Por lo tanto, la RSE significa equilibrar los intereses de un grupo más amplio de partes interesadas y la gestión estratégica de los impactos sociales, ambientales y económicos interconectados de las actividades empresariales.

- Negocios con más y mejores estrategias. Hay una creciente aceptación de que los beneficios y los valores y principios más amplios pueden ir de la mano: Una estrategia de responsabilidad social corporativa coherente basada en la integridad, valores sólidos y un enfoque a largo plazo, ofrece claros beneficios empresariales a las empresas y una contribución positiva al bienestar de la sociedad.
- Aumentar los niveles de compromiso. La responsabilidad social de la empresa opera en tres niveles fundamentales: En primer lugar, se incluye el cumplimiento de las responsabilidades legales (por ejemplo, impuestos, salud y seguridad, los derechos de los trabajadores, derechos de los consumidores, las regulaciones ambientales) y estándares de la industria. En segundo lugar, se trata de minimizar o eliminar los efectos negativos de los negocios en la sociedad y la gestión del riesgo (por ejemplo, de abusos contra los derechos humanos y la contaminación del medio ambiente). Finalmente se trata de aumentar los efectos positivos de los negocios y la creación de valor a través de la innovación, la inversión y la asociación alineada hacia el bien social y ambiental (por ejemplo, la creación de empleo, el desarrollo social y económico y la resolución de conflictos).
- Ampliación de grados de influencia. La mayoría de actividades de RSE en la actualidad tiene que ver con el cambio en el mercado, eso es lo que una sola empresa es capaz de hacer dentro de los límites de la rentabilidad. Sin embargo, es importante entender los límites de cambio en el mercado.

1.2. Desarrollo sostenible

La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo definió el “desarrollo sostenible” como un “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias”. (CLAES, 2015)

Ese término ha sido objeto de críticas por su ambigüedad y porque se presta a interpretaciones muy diversas, muchas de las cuales son contradictorias. La confusión se ha dado en virtud de que se han utilizado indistintamente “desarrollo sostenible”, “crecimiento sostenible” y “utilización sostenible”, como si sus significados fueran idénticos. Y no lo son. “Crecimiento sostenible” es un término contradictorio: nada físico puede crecer indefinidamente. “Uso sostenible” sólo es aplicable a los recursos renovables: significa su utilización a un ritmo que no supere su capacidad de renovación. (Otro Desarrollo, 2014)

En esta estrategia se utiliza la expresión “desarrollo sostenible” con el siguiente significado: mejorar la calidad de la vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan.

El desarrollo sostenible aparece por primera vez en el panorama internacional en el documento elaborado por la organización conservacionista Unión Mundial para la Naturaleza en 1980. En dicha publicación se habla del desarrollo sostenible por medio de la denominada estrategia mundial para la conservación:

Para que el desarrollo sea sostenible, deben ser tomados en cuenta los factores sociales, los ecológicos así como también los económicos, sobre la base de los recursos vivos y no vivos, y las ventajas y desventajas de las acciones alternativas en el largo y corto plazo. (Hernani & Hamann, 2012)

Posteriormente, en el informe de la Comisión Mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo, llamado Nuestro Futuro Común, se define el desarrollo sostenible: “Como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. (Cooperación Chilena para el desarrollo, 2015)

En este sentido, se considera que los pilares del desarrollo sostenible son los factores sociales, ambientales y económicos, sobre los cuales se asientan las bases de la presente investigación. Siendo estas dimensiones unidades interdependientes que al relacionarse, se fortalecen mutuamente. Esta postura se ve reforzada por el enfoque de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, que reconoce que las dimensiones medioambientales, económicas y sociales están interrelacionadas y que estas se integren en la toma de decisiones sobre el desarrollo presente y futuro. (Hernani & Hamann, 2012)

La ONU define al desarrollo sostenible, como la satisfacción de «las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En ese sentido el desarrollo sostenible ha emergido como el principio rector para el desarrollo mundial a largo plazo. Consta de tres pilares, el desarrollo sostenible trata de lograr, de manera equilibrada, el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Las empresas, especialmente las multinacionales, han debido comprender que la economía global no solo es un fenómeno comercial y financiero, sino que estas deben contener una dimensión de transformación social. Esta acción en la sociedad y en el mercado exige alcanzar niveles altos de competitividad, acompañada de una visión solidaria y ética para la atención de temas de impacto social y ambiental.

1.3. Responsabilidad social en las Mipymes

Para los países en desarrollo, la integración en la economía global es vista como la mejor manera de superar la pobreza y la desigualdad, en ese sentido las PYME desempeñan un papel central.

De acuerdo a Las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial UNIDO (2002), las pequeñas y medianas empresas constituyen más del 90 por ciento de las empresas de todo el mundo y representan entre el 50 y el 60 por ciento del empleo. Sin embargo, su importancia en el proceso de desarrollo va más allá de su fuerza en número. Por lo que se ha creado un cuerpo de investigación sobre la contribución del desarrollo de las pequeñas empresas, en donde lo principal es tratar los siguientes puntos:

- Las Pyme tienden a emplear a más procesos de producción de mano de obra que las grandes empresas. De acuerdo con ello, contribuyen de manera

significativa a la creación de oportunidades de empleo productivo, la generación de ingresos y, en última instancia, la reducción de la pobreza. Es a través de la promoción de las pequeñas empresas que los países y la comunidad internacional en general pueden avanzar hacia el logro de la meta mundial de reducir a la mitad los niveles de pobreza para el año 2015.

- Existe una amplia evidencia empírica de que los países con una elevada proporción de pequeñas empresas industriales han logrado una distribución del ingreso más equitativa. Esto a su vez es una contribución para garantizar la estabilidad social a largo plazo mediante la reducción a posteriori presión redistributiva y la reducción de las disparidades económicas entre las zonas urbanas y rurales.
- Las PYME son clave para la transición de la agricultura dirigidas a las economías industriales, ya que proporcionan oportunidades simples para las actividades de procesamiento que pueden generar medios de vida sostenibles.
- Las PYME son un semillero para el desarrollo empresarial, la innovación y el comportamiento de toma de riesgos y proporcionan la base para la dinámica de crecimiento a largo plazo y la transición hacia las grandes empresas.
- Son una fuente importante de innovación, a menudo la producción de bienes en nichos de mercado de una manera muy flexible y personalizada.

Las pequeñas y medianas empresas constituyen una parte esencial de la estructura empresarial del país. Sin embargo, en la actualidad, la responsabilidad social parece concentrada en las grandes empresas. No en vano, son éstas las que disponen de los medios necesarios para crear unidades de RSC, realizar memorias de gestión, dar a conocer sus acciones responsables. Para las Mipymes, este tipo de iniciativas acarrea unos costos adicionales que en muchas ocasiones no pueden o no se quieren asumir. Sin embargo, no puede decirse por ello que no tengan una política interna de responsabilidad.

El reducido tamaño de las Mipymes no es un limitante para la aplicación de prácticas responsables, al contrario, esto les da una flexibilidad y una capacidad de reacción que las grandes empresas no tienen. Además, las Mipymes se caracterizan por tener trato directo con sus grupos de interés. 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 Mipymes sean muy conscientes de los

intereses, preocupaciones y expectativas de sus grupos de interés y actúen en consecuencia. (Ongawa, 2015)

La RSE nace como un planteamiento defensivo, principalmente de los movimientos sociales frente a las grandes corporaciones, planteado en forma de interrogante, o incluso de cuestionamiento, de sus prácticas sociales y medioambientales. Con todo, para el caso de las PYME, en principio alejado del ojo público al que están sometidas las empresas de mayor entidad, parece que no es la presión mediática lo que las empuja de manera decisiva hacia la RSE. En cualquier caso, encontramos entre las PYME actuaciones que desbordan una vez más la tradicional comprensión de la empresa como maximizadora de rentas. Así, las PYME desarrollan de manera natural, y en algunos casos desde hace muchos años, actuaciones que cabe situar dentro del universo conceptual de la RSE. (Murillo, 2015)

Las pequeñas empresas, según Spence (1999), citado por Urriolagotia & Murillo (2009) son organizaciones donde existe poca distinción entre los roles de gerencia y propiedad, y que cuentan con muchos cargos multitarea y orientados de forma preeminente a la solución de los problemas derivados del día a día. En estas empresas, por otra parte, las relaciones interpersonales y la comunicación de carácter informal son muy importantes (Spence y Lozano: 2000). Asimismo, son empresas que desarrollan una elevada interrelación con su entorno o comunidad

Otro elemento clave que citan (Urriolagotia & Murillo, 2009), para comprender qué hay tras una determinada práctica de RSE en el ámbito de las PYME son los valores del propietario-director de la empresa resultan determinantes en el caso de las empresas de menor dimensión, señalan que es la particular dependencia del entramado de relaciones interpersonales lo que acerca las PYME a la noción de acumulación de capital social. El cultivo de las relaciones de proximidad con los trabajadores y el entorno social permite, según estos autores, estabilizar las expectativas en las relaciones sociales, asegurar la acción colectiva por medio del aumento de la confianza, formar un tipo de relaciones de “seguridad” o mutua asistencia con proveedores, e incluso empresas competidoras, y facilitar, por último, información empresarial relevante para la PYME.

Para Urriolagotia & Murillo (2009), es precisamente esa lucha diaria por la supervivencia en el mercado la que determina la necesidad de la PYME de fortalecer su red de interdependencias y colaboraciones. De igual forma esta implicación social

de la PYME se traduce en reputación, profesionalidad y un incremento de los factores de confianza y lealtad, elementos que permiten garantizar la retención de los trabajadores, la mejora en las relaciones con las entidades financieras y, en definitiva, la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

Para el caso de las PYME, resulta igualmente relevante el papel de las grandes corporaciones, que, presionadas por las dinámicas de mercado que tienden a incorporar entre sus estándares de calidad elementos de RSE, se ven empujadas a trasladar de manera creciente a sus empresas proveedoras la necesidad de contar con un mínimo de información social y medioambiental. En el ámbito de la gestión de la gran empresa, se trata, pues, de incrementar los controles y la trazabilidad de los productos generados por ellas solicitando mayor información, también en el ámbito de la RSE, a todas las empresas que participan en su cadena de producción.

1.4. Medición de la Responsabilidad social

La responsabilidad no tiene indicadores específicos y estándar para la medición, en general las mediciones se las realizan en relación a la información que quieren divulgar las organizaciones en función de sus actividades económicas, ambientales y sociales. A continuación, se analizan los principales indicadores utilizados para medir la RSC:

Global Reporting Initiative (GRI):

Es una organización creada en 1997 por iniciativa de Coalition Environmentally Responsible Economies (CERES, Ong). Se conoce como un acuerdo internacional elaborado con visión de largo plazo en el que han participado múltiples actores mundiales. GRI es un centro colaborador del Programa de Naciones Unidas para el Ambiente y coopera activamente con el Secretario General de las Naciones Unidas en la promoción del Pacto Mundial, esfuerzo por consolidar la adhesión de las grandes empresas multinacionales a un conjunto de principios universales en derechos humanos, trabajo, medio ambiente y probidad.

De acuerdo a Morales (2007), su misión es elaborar y difundir la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos,

medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. (Global Reporting Initiative, 2014)

Respecto de la calidad de vida laboral se plantean los siguientes indicadores:

- Empleo y trabajo decente: tipo de contrato, creación neta de empleo, rotación de personal, entre otros.
- Relaciones industriales: porcentaje de empleados representados por sindicatos o cubiertos por acuerdos de negociación colectiva, procedimiento de información, consulta y negociación con trabajadores sobre cambios en las operaciones.
- Salud y seguridad ocupacional.
- Diversidad e igualdad de oportunidades.
- Formación, educación y capacitación.

Un estudio realizado por la Universidad de Chile, llamado “Análisis crítico de los sistemas de medición de responsabilidad social empresarial y propuesta de mejora” en el 2007, indica los siguientes:

Dow Jones Sustainable Index, DJSI

Índice bursátil especializado que proporciona indicadores que permiten mostrar el desempeño ambiental y social de las compañías dentro de sectores industriales.

El DJSI considera tres criterios: económico, ambiental y social. La metodología utilizada por este índice se basa en la aplicación de estas tres dimensiones o criterios a cada compañía elegida en el Dow Jones Sustainable Index World Investment Stock Universe. Cuenta con criterios generales para todas las industrias específicas de acuerdo al sector del que se trate.

FTSE4Good Index Series

Índice bursátil que ha sido diseñado para medir el comportamiento de las compañías que cuentan con estándares reconocidos globalmente en responsabilidad corporativa, y facilita la inversión en dichas compañías.

El FTSE4 Good fue creado en 2001, como una plataforma para mejorar el acceso a la Responsabilidad Social Corporativa. La influencia de este índice está en contribuir en la armonización del monitoreo de los riesgos no financieros que impactan en las compañías asociadas a los índices de FTSE en el mundo global, además de conseguir ciertos beneficios con ello. Estos son: gestión del riesgo, reputación, ahorrar dinero, ampliar el mercado, contar con una “licencia para operar.”

FTSE ha creado un Modelo de Practica del Buen Gobierno para la Responsabilidad Corporativa que contempla los siguientes puntos (Morales, 2007):

- Comprensión, que las compañías entiendan como afectan al medio ambiente y la sociedad en donde operan, para mal y para bien.
- Política, que las compañías establezcan metas y limites que reflejen su responsabilidad y que guíen su comportamiento con respecto a los desafíos sociales y ambientales. Han de fijar objetivos pertinentes y un norte para un desempeño mejorado.
- Sistemas de Gerencia, que las compañías establezcan procesos y estructuras en el nivel operativo para asegurar que las políticas son puestas en marcha y los riesgos se gestionan de manera efectiva.
- Comportamiento y Monitoreo, que las compañías mejores de manera continua su comportamiento ambiental y social en línea con los objetivos y el sistema de metas a través de sus políticas, y monitoreen el éxito de obtenerlo.
- Reportes, las empresas deben comunicar de manera efectiva y clara la comprensión de sus impactos, políticas, sistemas de gerencia y comportamiento con respecto a los temas sociales y ambientales. Cuando sea posible, los reportes o informes deben ser elaborados independientemente.
- Consultas, las compañías deben consultar a los stakeholders claves sobre las actividades e impactos de la compañía.
- Estrategia de Negocios, que las compañías incorporen las prácticas de responsabilidad corporativa y desarrollo sustentable en la estrategia de negocios principal, integrando la responsabilidad corporativa a lo largo de toda la compañía.

Ibase

Desde 1997, el sociólogo Herber de Souza del Ibase/Betinho (Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos) logró concitar la atención de los empresarios brasileiros sobre la importancia y necesidad de convertir el balance social de las empresas en un modelo único y simple. En él predominan los datos que puedan ser expresados en valores financieros o en forma cuantitativa.

CSR Europe Matrix

Es una matriz modelo que permite a las empresas reportar, comunicar y hacer Benchmarking. Esta es la propuesta de la organización CSR Europe, la cual reúne a las empresas europeas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en la región. Esta matriz es una poderosa herramienta online a través de la cual las empresas dan a conocer sus prácticas, principios y procesos.

Indicadores CERES – ETHOS

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil, comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica.

CERES impulsa y difunde las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, que son aquellas que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. Es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador y es aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras de responsabilidad social en la región que se convirtió en la plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad. (RED CERES, 2015)

Los indicadores CERES-ETHOS de responsabilidad empresarial son una herramienta de autoaprendizaje, sensibilización, evaluación y seguimiento de la gestión corporativa. Son producto del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial -PLARSE- y fueron validados para la realidad ecuatoriana. Contemplan los aspectos comunes de la gestión responsable, de acuerdo a las principales iniciativas globales, como el GRI, la ISO 26000, la SA 8000, los Objetivos de Desarrollo del Milenio y el Global Compact. Los indicadores están divididos en:

Indicadores de Profundidad: Miden el proceso de la Responsabilidad Corporativa en 4 etapas comunes a los 8 países del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial.

Indicadores Binarios y Cuantitativos: Miden actividades puntuales, estándares e iniciativas necesarias para la aplicación de la responsabilidad corporativa en la empresa, y están adaptados a la realidad ecuatoriana.

1.5. Beneficios de la Responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un elemento útil y eficaz para mejorar notablemente el modelo productivo de una empresa, porque une los criterios de eficiencia, sostenibilidad y prosperidad con el añadido valor de la diversidad, igualdad de oportunidades, respeto, tolerancia. (Rivera, 2014)

La RSE por sí constituye una gran oportunidad de mejorar los beneficios y bondades de las empresas, ya sea grandes o pequeñas.

Entre los beneficios para la empresa, se puede destacar:

- Mejor capacidad de contratación y permanencia de los empleados. Las personas admiran a las empresas que valoran a sus empleados, que les dan soporte y ayuda continua, aun en momentos difíciles.
- Mayor lealtad del consumidor. Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus empleados, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es factor que garantiza la fidelidad del consumidor.
- Valoración de la imagen y de la marca. Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a los negocios de la empresa, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios.
- Sostenibilidad del negocio a largo plazo, La perennidad de la empresa constituye también motivo de preocupación para los inversionistas. Las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo.

1.6. Responsabilidad social y la rentabilidad

La RSC medida a través de diferentes indicadores debe recoger tantos aspectos relacionados con la dimensión interna y externa de la empresa. Sin embargo, la RSC es un concepto que incluye muchas dimensiones y que además no se comporta de forma similar en todos los sectores e industrias. Por ello, las medidas de performance social en el sentido de la medición de la RSC carecen de un consenso y su evaluación cuantitativa es extremadamente difícil. Este es uno de los factores más importantes para establecer una relación concluyente entre performance financiera y social. Las medidas más utilizadas en los trabajos de investigación empíricos que establecen la existencia de una relación positiva, negativa o neutra entre la performance financiera y social de las empresas. (Izquierdo, 2005)

La evaluación de los resultados financieros se realiza utilizando, indicadores de carácter económico, a partir de la información ofrecida por la contabilidad. Dependiendo del sector que estemos analizando o de la utilización final de los resultados del análisis podemos utilizar indicadores distintos, que incorporen, por ejemplo, no sólo una medida de la rentabilidad sino también del riesgo asumido en la gestión. De acuerdo a Griffin y Mahon (1997). Dependiendo de la información financiera utilizada podemos hablar de medidas que evalúan beneficios, utilización de activos, crecimiento, liquidez, rentabilidad-riesgo o niveles de inversión actividad.

Sin embargo, las implicaciones de la adopción de una política de RSC por parte de la empresa deben ser valoradas desde varios prismas. A corto plazo, la adopción de nuevas políticas de RSC puede suponer para la empresa incurrir en costes adicionales (tanto de producción como operacionales), sin embargo, se debe tener en cuenta, la alta sensibilidad de los consumidores ante noticias que no cumplan los principios básicos de la responsabilidad social corporativa. (Izquierdo, 2005)

Igualmente, Izquierdo (2005), a largo plazo puede traducirse en un aumento del rendimiento económico y financiero (reducción costes de producción, eficiencia uso energía, calidad de producto, condiciones favorables trabajo, aumento de la reputación e imagen de la marca, mejor adecuación a las futuras normativas nacionales e internacionales, etc.) Las interrelaciones entre costes y beneficios, y corto y largo plazo dependerán, entre otros factores, del nivel de implicación por parte de la empresa con la RSC y del comportamiento del consumidor e inversor hacia productos socialmente responsables. Ahora bien, donde verdaderamente la filosofía de la RSC gana importancia en el ámbito empresarial a corto plazo, es en los mercados

financieros, dado que se ha convertido en un factor importante de competitividad entre diferentes alternativas de inversión.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La metodología de la investigación científica de acuerdo a (Batthyány & Cabrera, 2011), es una herramienta del conocimiento que está siempre vinculada a la realidad, al campo de conocimiento de aplicación, al contexto cultural, social y político en que se desarrolla y se convierte en la fuente de generación de pensamiento libre y útil, cuya difusión aproxima a científicos de diferentes campos disciplinares, enriquece la formación universitaria y orienta a actores sociales relevantes.

Al contar con una buena metodología de investigación, se podrán obtener los resultados esperados y generar las propuestas adecuadas para las soluciones de los problemas planteados. En el caso del presente estudio la base metodológica parte de la aplicación de una serie de métodos y técnicas, que relacionaran las variables a analizar en la investigación y que en general, condicionan las prácticas de responsabilidad social en las micros y pequeñas empresas, específicamente en el caso de las ubicadas en el zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1. Enfoque de la Modalidad (cuantitativa o cualitativa)

El enfoque de la investigación será del tipo cuantitativo – cualitativo, ya que se requiere cuantificar el número de micros y pequeñas empresas se encuentran en las zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, y de estas cuantas hacen uso de prácticas de responsabilidad social, y cuál ha sido el costo y beneficio económico para estas, lo cual ayudará posteriormente a elaborar una propuesta estratégica para la aplicación permanente de actividades socialmente responsables, que aportará a mejorar en la calidad de vida de la población en general.

2.1.1. Cualitativa.

Pretende identificar la naturaleza de los hechos a investigar, y las razones que afectan al comportamiento y como se identifican, en este caso que características influyen a las prácticas de responsabilidad social, desde una óptica del comportamiento de las empresas y de la sociedad involucrada. Lo anterior ayudará a proporcionar una propuesta adecuada, ya que sus resultados se someten a un análisis crítico en base a los hallazgos empíricos y teóricos.

2.1.2 Cuantitativa.

La información generada es medible numéricamente con el apoyo de técnicas estadísticas, en donde se podrá hacer uso de herramientas de inferencia que podrán

reflejar la realidad de las prácticas de responsabilidad social. La información partirá de la realización de una encuesta, y los resultados de los datos recolectados completando con el respectivo análisis y verificación de dichos resultados.

2.2. Modalidades y tipos de investigación

En el presente estudio debe seguir una secuencia de actividades que involucren y ayuden a cumplir con los objetivos, para lo cual se aplicarán las siguientes modalidades:

2.2.1. Investigación documental y bibliográfica.

Este tipo de investigación permite conocer, analizar, evaluar diferentes teorías, enfoques y conceptualizaciones de distintos autores referentes al objeto de apoyándonos en: textos, folletos, libros y documentos de internet.

2.2.2. Investigación de Campo.

Es el estudio sistemático de una investigación que se realiza en el lugar de los hechos en donde el investigador toma contacto en forma directa con la realidad para obtener la información, en este caso con los dueños y administradores de las micro y pequeñas empresas¹ de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, de las cuales se analizará a muestra representativa y se recopilará la información más relevante para lograr los objetivos del estudio.

Cabe destacar la diferencia que existe entre micro y pequeña empresa:

Microempresa: Tiene hasta 9 empleados.

Pequeñas empresas: Tienen entre 10 y 49 personas

2.3. Tipos de Investigación

Dentro del presente trabajo, con el fin de alcanzar los objetivos, principales se va a utilizar dos tipos básicos de investigación, investigación descriptiva, e investigación de causa:

¹ De acuerdo a la clasificación de la superintendencia de compañías, las microempresas son las que tienen hasta 9 empleados y las pequeñas empresas tienen entre 10 y 49 personas.

2.3.1. Investigación Descriptiva.

La investigación descriptiva es aquella que busca definir claramente un objetivo, el cual puede ser un mercado, una industria, una competencia, puntos fuertes o débiles de los proyectos, algún tipo de medio de publicidad, o un problema simple de mercado.

Con la investigación descriptiva, se buscará establecer el “Que” y el “Donde”, sin preocuparse por el “Porque”.

Este es el tipo de investigación que genera datos de primera mano para realizar un estudio detallado, para determinar en este caso las empresas que aplican practicas socialmente responsables y después un análisis general de los pros y contras de estas prácticas en la sociedad.

2.3.2. Investigación Causal.

¿Es aquella investigación que busca explicar las relaciones entre las diferentes variables de un problema, es el tipo de investigación que busca llegar a los nudos críticos y buscará identificar claramente fortalezas y debilidades explicando el “Por Que”? y el “Como”? suceden las cosas.

Las investigaciones de causa, generalmente se aplican para identificar fallas por lo que es necesario buscar todos los problemas que pueden aparecer en la aplicación de prácticas socialmente responsables, en donde la responsabilidad no solo recae en los microempresarios sino también en la comunidad.

2.4. Métodos de investigación

2.4.1. Método Deductivo.

Este parte de situaciones de carácter general que, serán el diagnóstico de las prácticas de responsabilidad social de las micro y pequeñas empresas en el Distrito Metropolitano de Quito, que ayudaran a identificar aspectos de índole particular en cada empresa que se estudió.

2.4.2. Método Inductivo.

Se analizarán las causas y experiencias particulares, en relación a las prácticas socialmente responsables, que ayudarán a determinar y sacar conclusiones del estudio efectuado.

2.4.3. Analítico-sintético.

Este método hace posible la comprensión de todo hecho, fenómeno, idea, caso, etc.

En el caso de la investigación para las Mipymes de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito al analizar cuál es la situación en temas de responsabilidad social, se podrá hacer una inferencia hacia la realidad de toda la población de Mipymes.

2.5. Población y Muestra o diseño experimental

2.5.1. Población.

Una población es una colección bien definida de individuos u objetos que tienen características similares. Todas las personas u objetos dentro de una determinada población por lo general tienen una característica o rasgo en común.

La población de estudio estará segmentada especialmente a micro y pequeñas empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo al Censo Económico INEC (2010), existen 93.406 microempresas y 4.943 pequeñas empresas, de estas empresas aproximadamente un 5% están ubicadas en la Administración Manuela Espejo, que comprende la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito. El tamaño de la población a analizar será 4.943.

Tabla 1. Número de establecimientos MIPYMES en Quito

MIPYMES en Quito por Número de Empleados			
Empresas	Empleados	Total de Establecimientos	%
Micro	1 a 9	93.406	94.09%
Pequeñas	10 a 49	4.943	4.98%
Medianas	50 a 199	926	0.93%
Total		99.275	100.00%

Fuente: INEC, Censo Económico 2010, www.ecuadorencifras.gob.ec.

Tabla 2. Número de establecimientos en Quito por Sectores

Número de establecimientos en Quito por Sectores					
Sector	Micro 1 a 9 empleados	Pequeñas 10 a 49 empleado	Medianas 50 a 199 empleados	Total MIPYMES	%
Manufactura	9.575	634	165	10.374	10.45%
Comercio	47.677	1.260	167	49.104	49.46%
Servicios	36.065	3.013	572	39.650	39.94%
Otros	89	36	22	147	0.15%
Total	93.406	4.943	926	99.275	100.00%

Fuente: INEC, Censo Económico 2010, www.ecuadorencifras.gob.ec.

De las 4.943 empresas de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, se procederá a planificar encuestas con los dueños y/o administradores de los pequeños negocios.

Entrevistas Piloto

Se llevaron a cabo 12 entrevistas piloto para depurar el procedimiento de recogida de datos y las preguntas de la encuesta.

Estas entrevistas se basaron principalmente en el análisis de las micro y pequeñas empresas (ANEXO 1), y si estas aplican o no prácticas de responsabilidad social, el resultado fue, 10 de los 12, es decir el 83.33% de los entrevistados afirmaron que, Si aplican prácticas socialmente responsable.

Las preguntas de la encuesta (ANEXO 2) desarrollada inicialmente para la recolección de datos fueron modificadas después de consultar con los dueños y/o gerentes de cada negocio y así se definió las preguntas a realizar.

2.5.2. Muestra.

Una muestra es simplemente un subconjunto de la población. El concepto de muestra surge de la incapacidad de los investigadores para probar a todos los individuos de una determinada población.

La muestra debe ser representativa de la población de donde se extrajo y debe tener el tamaño adecuado para garantizar el análisis estadístico.

La función principal de la muestra es permitir que los investigadores lleven a cabo el estudio de los individuos de la población de manera tal que los resultados de su

estudio puedan ser utilizados para sacar conclusiones que se aplicarán a toda la población.

El tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula de acuerdo a Martínez, (2010):

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

Descripción de cada componente:

n= tamaño de la muestra requerido

Z²= Nivel de fiabilidad del 95% (valor estándar del 1.96)

p = probabilidad a favor 83.33%

q = probabilidad en contra 16.67%

N= tamaño de la muestra

e= margen de error del 5% (valor estándar del 0,05%)

$$N = \frac{1.96^2 \cdot (0.833) \cdot (0.1667) \cdot (4943)}{(0.05^2)(4943 - 1) + (1.96)^2(0.8333) \cdot (0.1667)}$$

$$N = 205$$

De acuerdo a este cálculo se obtiene que el número de empresas a encuestar será de 205 pequeñas empresas de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.5. Operacionalización de las variables de investigación

La operacionalización de variables desglosa las variables de la investigación en ítems y técnicas para recolectar la información.

A continuación se muestra las principales características a evaluar en relación a la responsabilidad social y su aplicación en las pequeñas empresas del centro del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 3. Análisis de la Variable independiente. Responsabilidad Social Corporativa

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Definir las prácticas de responsabilidad social de las micro y pequeñas empresas de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito	Responsabilidad social corporativa	Planes, acciones y programas de RSC en las pequeñas empresas Programa de Seguimiento y control de Responsabilidad social.	¿Conoce que es la RSC? ¿Qué tipo de prácticas de responsabilidad social aplica en su negocio?	Recopilación de información tanto en fuentes secundarias como primarias, en relación a la situación actual de las prácticas de responsabilidad social.
	Valoración de empresas	Valor agregado.	¿Cree que su negocio tendría beneficios al aplicar RSC? ¿Qué tipo de beneficios genera la RSC?	Entrevista a los dueños y/o administradores de la micro y pequeñas empresas de la zona centro del DM Quito.

Elaborado por: Catalina Murillo

Tabla 4. Variable dependiente. Modelo de aplicación de prácticas de RSC

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Fomentar las prácticas socialmente responsables en el micro y pequeñas empresas del Distrito Metropolitano de Quito.	Empresas que aplican RSC	Número de establecimientos dedicados a prácticas socialmente responsables. Número de emprendimientos socialmente responsables.	¿Tiene conocimiento sobre ordenanzas relacionadas con las prácticas de RSC? ¿Cómo afectarían los nuevos costos a la rentabilidad de la empresa?	Cuestionario y entrevistas a dueños o administradores de pequeñas y medianas empresas.
	Prácticas efectivas de RSC	Emprendimientos ejecutados con satisfacción	¿Cuáles son las prácticas más adecuadas a ser aplicadas? ¿Qué tipo de limitantes existen a la aplicación de la RSC?	Entrevista a la población que habita el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Catalina Murillo

2.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación.

En cuanto a las técnicas de investigación, se aplicarán dos formas generales: técnica documental y técnica de campo.

2.6.1. Técnica documental.

Permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

2.6.2. Técnica de campo.

Permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

Dentro de las técnicas de recopilación de la información se aplicarán las siguientes:

- **La entrevista.-** Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirir información acerca de lo que se investiga; los resultados a lograr dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.
- **La encuesta.-** Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.
- **El cuestionario.-** Es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

A los sujetos de estudio se les aplicó cuestionario, en este caso a dueños y/o administradores de micros y pequeñas empresas en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, se tomaron de la operacionalización de las variables de la hipótesis.

Los cuestionarios se aplicaron en los respectivos establecimientos con la autorización de los dueños y/o administradores de las empresas, para su llenado, tabulación y análisis.

2.7. Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

2.7.1 Validez.

La Encuesta es un instrumento de recolección válido en cuanto mide de una manera demostrable variables cuantitativas o cualitativas.

2.7.2 Confiabilidad.

Se establece la confiabilidad del instrumento en base a los resultados, además de haber sido sometidos a la revisión por parte del tutor del presente trabajo.

Tabla 5. Plan de recolección de la información

Preguntas básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué persona u Objeto?	Dueños y/o administradores de micro y pequeñas empresas de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.
3. ¿Sobre qué aspecto?	Sobre las prácticas de Responsabilidad social corporativa.
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador: Catalina Murillo
5. ¿Cuándo?	Primer Semestre 2016
6. ¿Dónde?	Administración Manuela Sáenz, Distrito Metropolitano de Quito
7. ¿Cuántas veces?	1 vez
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuestas
9. ¿Con que?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Favorable, existe participación de los encuestados.

Elaborado por: Catalina Murillo

Los métodos de recolección de datos deben estar relacionados con el tipo de información que se busca. En consecuencia, los objetivos de investigación proporcionan la base para la construcción de las preguntas que guiarán el cuestionario.

CAPÍTULO III
TRATAMIENTO DE DATOS Y PROPUESTA

3.1. Análisis de datos

De las pequeñas y medianas empresas disponibles en la zona de estudio, se utilizó el muestreo secuencial basado en dos características: Tipo de sector económico y el número de empleados.

Dentro del tipo sector económico, se consideró un factor importante, incluir al menos una empresa de sectores diferentes, y en particular de las industrias que son predominantes en la zona centro de la ciudad de Quito. En relación al segundo factor, el número de empleados, se utilizó para asegurar que se trata de micro y pequeñas empresas.

A continuación, se muestran los pasos seguidos en el análisis de la información:

Paso 1: Simplificar y transformar los datos recogidos en una forma manejable, que es generalmente a través de transcripciones textuales. Este proceso se repitió y se produjo de forma continua a lo largo de esta investigación.

Paso 2: El análisis de la investigación se inició con las descripciones de casos individuales y luego se aplicó la técnica de análisis de casos cruzados.

Paso 3: La conclusión, se refiere a la señalización de regularidades, patrones, además de confirmar la validez de los significados que emergen de los datos a través de la consulta con las notas de campo.

Para obtener la información relevante, se requirió investigar a las pequeñas empresas, en temas relacionados al proceso de toma de decisiones de la RSC en la organización. En la mayoría de los casos, sea el propietario y/o gerente llenaron la encuesta, y en algunos casos delegaron a una persona.

Cada participante fue elegido de diferentes sectores y tamaños para asegurar una estrecha correspondencia con el perfil de las micro y pequeñas empresas en la localidad. También hay que señalar que este estudio es sólo una comparación cualitativa y cuantitativa no un intento de generalizar los resultados.

La comunicación para la generación de información, se la consiguió mediante visitas a las micro y pequeñas empresas seleccionadas, en donde se tuvo un seguimiento regular a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos.

Las preguntas que forman parte de la encuesta fueron elaboradas en función de las variables de medición de los indicadores Cetes – Ethos, se analizaron factores clave como:

- Compromisos éticos: Valores y principios que están incorporados en el trabajo de la organización.
- Arraigo a la cultura organizacional: Los valores son transferidos esporádicamente o en momentos específicos.
- Gobierno corporativo: Políticas explícitas para promover los derechos de los socios.
- Relaciones con la competencia: Se analizó si las prácticas de la competencia cumplen con una postura ética.
- Involucramiento de partes interesadas: Se midió el dialogo y compromiso de las partes interesadas para el éxito del negocio, el cual se refleja en la rentabilidad de la empresa.
- Balance social: Observación de prácticas sociales y ambientales. (Instituto Ethos, 2007)

Tabla 6. Las preguntas de investigación, correspondientes preguntas de la entrevista y resultados

Nro.	Preguntas de investigación
1	¿Cuáles son los principales valores empresariales de las micro y pequeñas empresas?
2	¿Cómo se percibe la RSC en las micro y pequeñas empresas?
3	¿Con que términos se relaciona a la RSC dentro de la empresa?
4	¿Cuál es la motivación para aplicar la RSC en las micros y pequeñas empresas?
5	¿Con que actividades las micro y pequeñas empresas realizan RSC?
6	¿Cuáles son los factores que afectan a la aplicación de RSC?
7	¿Cómo propietarios de las micro y pequeñas empresas que lo motiva a aplicar Responsabilidad Social?
8	¿Qué actividades específicas ha aplicado su empresa en RSC?

Elaborado por: Catalina Murillo

3.2. Análisis de los resultados

A continuación, se presentan los resultados generados en las encuestas aplicadas a las micros y pequeñas empresas.

Pregunta 1. ¿Cuáles son los principales valores empresariales de las micro y pequeñas empresas?

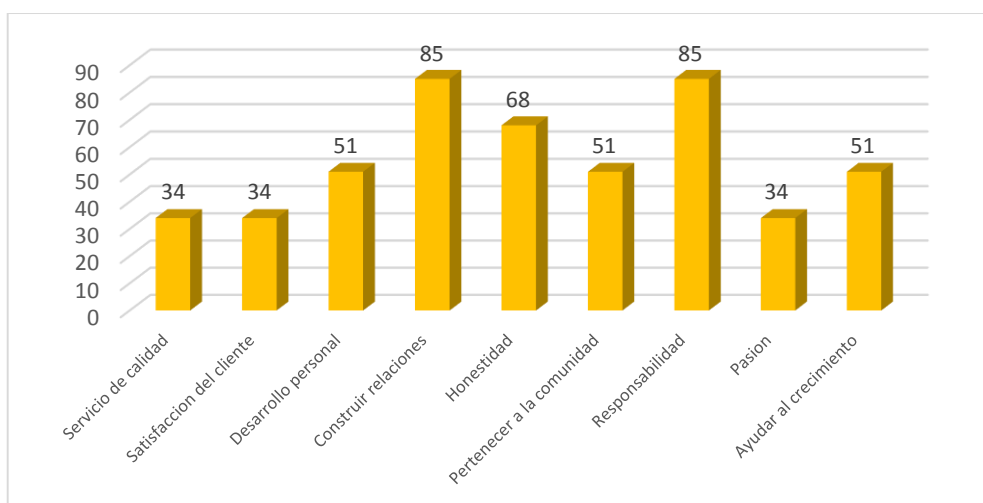


Figura 1. Análisis de valores corporativos
Elaborado por: Catalina Murillo

A partir de las respuestas de los participantes, se puede apreciar que la “Construcción de Relaciones” y “Ser Responsable” son dos factores muy importantes que impulsan la gestión de las Mipymes, hay 85 respuestas de los dueños y/o gerentes que hacen evidente esta prioridad, es decir 41.46%.

La honestidad es el tercer valor significativo en el sector de la Mipyme, puesto que los encuestados consideran que es un valor que crea lazos de confianza, con un 31,7% de la aceptación de este criterio por lo encuestados.

Como se puede observar los participantes también le dan trascendencia al “Desarrollo Personal”, “Ayudar al Crecimiento” y a la “Pertinencia a la Comunidad”, con un 25% de práctica, en virtud de que estos valores promueven el crecimiento de la organización y dan lugar a su inserción en la comunidad.

Pregunta 2.- ¿Cómo se percibe la RSC en las micro y pequeñas empresas?

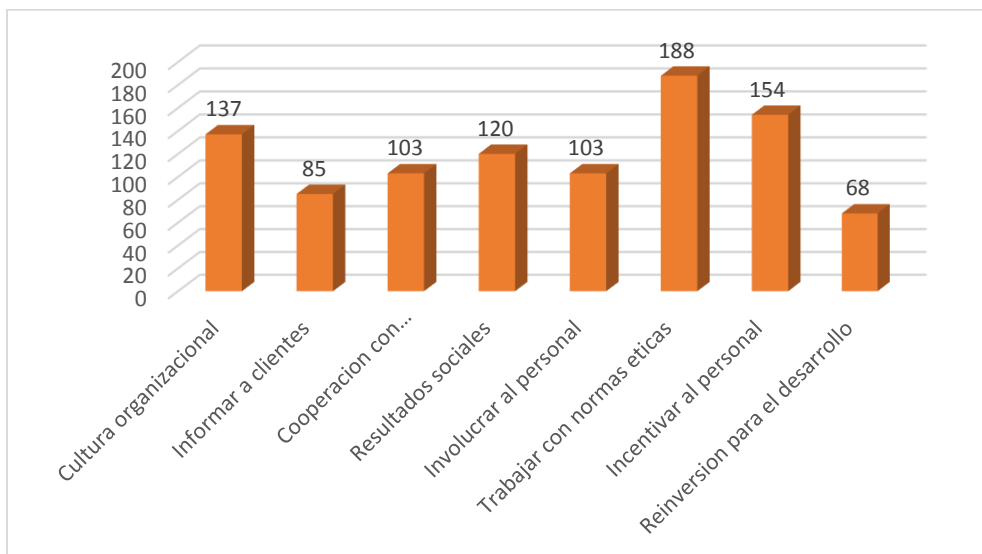


Figura 2. Percepción de la responsabilidad social
Elaborado por: Catalina Murillo

Sobre la percepción que tienen los pequeños empresarios a cerca de la RSC, 188 respuestas, es decir un 92%, muestran que la mayoría la relacionan con el cumplimiento de “Normas éticas”. La ética en una empresa es importante, porque estos pueden apoyarse en una buena política de la compañía cuando desean hacer respetar sus propios valores, en donde las personas desean identificarse con su organización, necesitan confiar y creer en la organización, puesto que. Ese vínculo de valores compartidos es fundamental para todo lo demás, se pone énfasis en la empresa como la entidad en la que trabajan, con la que se identifican y que merece la admiración de sus colaboradores, así como de la sociedad.

Se generaron 137 respuestas, un 67%, con la aplicación de “Cultura organizacional”, la cual se visualiza a través de una adecuada gestión, en el cumplimiento de objetivos y su impacto, así como el comportamiento y conocimiento en las decisiones del negocio y compromisos individuales, grupales y sociales. Por lo que se nota en los resultados muchas empresas ven la necesidad de empezar a conciliar cultura y negocio. Esto es, empezar a crear una armonía, con todos los involucrados, pero con practicidad y visión de negocio.

Se puede también observar que 154 respuestas, 75% de preferencia, con “Incentivos al personal”, lo que da como resultado una ventaja en la competitividad, factor fundamental para alcanzar el éxito de la organización. La motivación intrínseca en el

puesto de un empleado, son la realización, competencia y actualización. Los puestos se enriquecen permitiendo a los empleados una mayor responsabilidad de autodirección y la oportunidad de ejecutar un trabajo interesante, que represente un reto, y sea significativo, en donde el objetivo es permitir a los empleados una mayor responsabilidad en los procedimientos de trabajo, permitiendo a los empleados trato directo con los clientes y la sociedad.

Asimismo le dan mucha importancia a la “Cooperación con representantes de grupos de interés”, “Involucrar al personal”, “Informar a clientes”, ya que consideran que son aspectos esenciales en la planificación estratégica empresarial.

Pregunta 3.- ¿Con que términos se relaciona a la RSC dentro de la empresa?

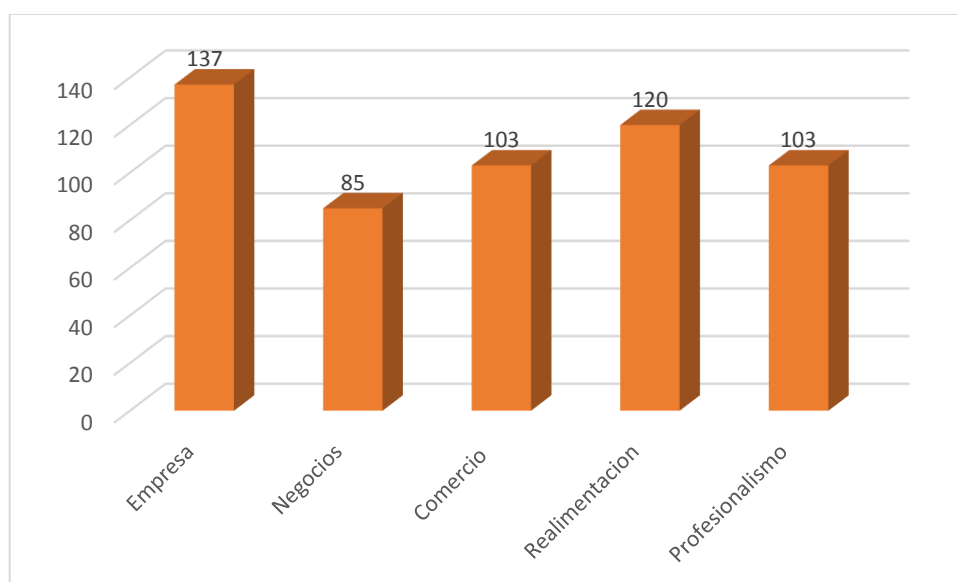


Figura 3. Términos relacionados con RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

Se puede concluir que existe un conocimiento general sobre los términos de responsabilidad social, lo relacionan con retroalimentación, con un 58%, ya que, en el caso de estudio, para poder asegurar la satisfacción de los intereses de los involucrado, se deben corregir permanentemente los errores, con un continuo suministro de ideas y experiencias los involucrados y asegurar la sostenibilidad y el equilibrio de la organización.

Un 50% de los encuestados ha relacionado el termino con el Comercio, porque diferencia de las grandes corporaciones, las pequeñas y medianas empresas no suelen enfrentarse a una demanda social en términos de responsabilidad social, Sin

embargo, las relaciones con su entorno y con sus grupos de interés, suelen ser estrechas y tener un impacto muy directo en el prestigio y las ventas futuras de la empresa.

En relación a los resultados 137 de los encuestados, es decir un 48% de las mipymes indican que la responsabilidad social, está directamente vinculada a la empresa, ya que ésta se ha convertido en una nueva forma de gestión y hacer negocios, en donde sus operaciones deberán ser sustentables tanto en lo económico, social y ambiental. Lo anterior integra una visión de negocios en todos los aspectos: éticos, sociales y ambientales, independientes de los productos o servicios que se ofrezcan.

Pregunta 4.- ¿Cuál es la motivación para aplicar la RSC en las micros y pequeñas empresas?

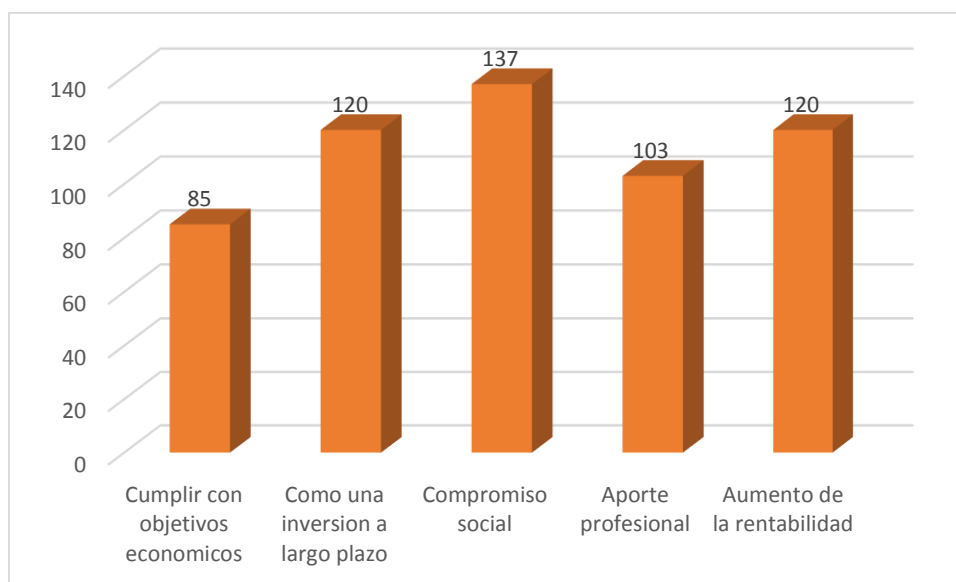


Figura 4. Motivación para la aplicación de RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

La motivación para aplicar la responsabilidad social en las empresas se ve muy influenciada por los impactos positivos que esperan alcanzar, por lo que ven a la RSC como una inversión a largo plazo que genera beneficios de “Rentabilidad”, así lo indica un 58.53%. Lo anterior en cierto sentido se contrapone con lo que buscan las medianas y pequeñas empresas, ya que estas tienen una visión de corto plazo y presión por mostrar resultados inmediatos, y la RSC como tal tiene estrategias de largo plazo, las cuales miden el costo/beneficio. Y de igual forma algunos empresarios creen que la RSC es cara y no rentable, pero con creatividad y actitud se puede hacer mucho, sin la necesidad de contar con grandes recursos. El Consejo Empresarial

Mundial para el Desarrollo Sustentable (2015) identifica cinco fuentes de negocio en la RS:

1. Eficiencia operacional: reducción de desperdicios, venta de productos reciclables, entre otros.
2. Reducción de riesgo: larga permanencia cuidando el ambiente, prácticas anti-corrupción, entre otros.
3. Reclutamiento y retención de personal: más productividad al atraer talento honesto, participativo, alegre, así como la reducción de su rotación.
4. Protección de fuentes de materias primas a largo plazo: desarrollo de proveedores y mejoría de condiciones de precio y forma de pago.
5. Crecimiento de demanda: atracción y lealtad de clientes, así como el cumplimiento de los requerimientos de grandes compradores. (Ruiz, ¿Es rentable la responsabilidad social en los negocios?, 2014)

El porcentaje más alto, 66,89% indica que la motivación para aplicar responsabilidad social es la creación de un compromiso con la sociedad, el cual consiste en involucrarse voluntariamente y profundamente con el bienestar de la sociedad en general. Una empresa que pone en práctica esta actitud es capaz de superar la indiferencia y el individualismo para invertir sus recursos y capacidades en el bienestar de los involucrados y el mejoramiento de su entorno. Por ejemplo, una empresa minera que tiene responsabilidad social debe cuidar que la extracción de minerales no contamine el medio ambiente, así como realizar inversiones que promuevan el progreso social y económico de la localidad en la que está asentada.

El artículo web de Herrera (2009), indica que compromiso asumido será voluntario, de tal manera que no sea una simple moda, y que muy al contrario deba asumirse como una verdadera convicción que busca la solidaridad para una mayor calidad de vida, que va estrechamente relacionada con la responsabilidad social, con el objetivo de transformar la organización y la sociedad.

Pregunta 5.- ¿Con que actividades las micro y pequeñas empresas realizan RSC?

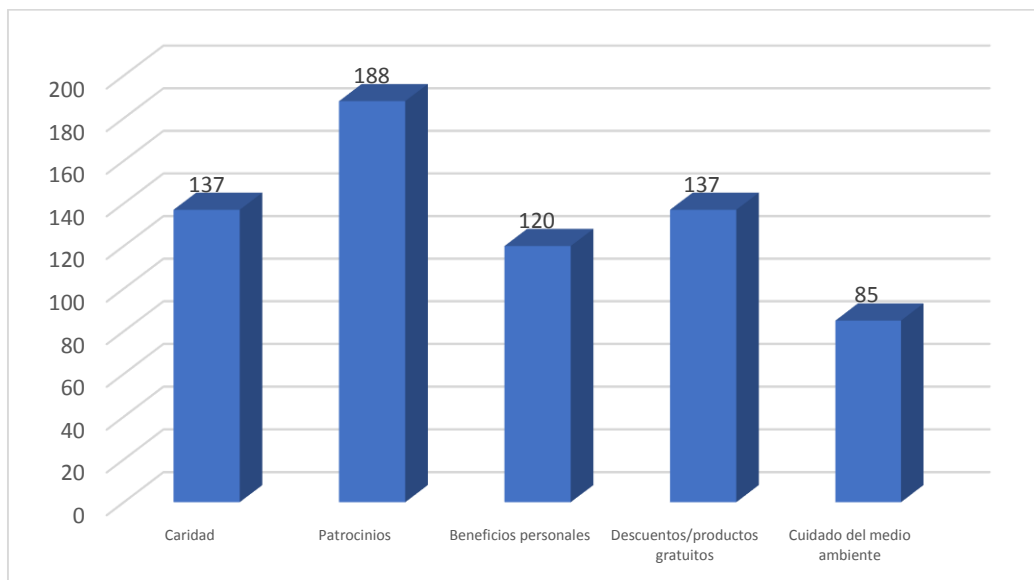


Figura 5. Actividades relacionadas con RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

La actividad que más relacionan los encuestados con la responsabilidad social, corresponde a los “Auspicios y patrocinios” con un 91,7%. El patrocinio empresarial cada vez está más ligado a la estrategia global de las empresas, ya no se limita a sus objetivos tradicionales, como la creación de valor para los accionistas, creación de riqueza, ofrecer puestos de trabajo, sino que se autoexige un comportamiento voluntario de carácter ético y también solidario con las necesidades de su entorno en el ámbito social, medioambiental o cultural. (Clotas, 2010)

Por tanto, el patrocinio se entiende hoy como un hecho consolidado en la relación entre la empresa y la sociedad. También ahonda en esta herramienta como mecanismo de comunicación, analizando la importancia de la marca y de la imagen en el mundo empresarial, así como la diferencia entre publicidad, relaciones públicas, promoción y patrocinio empresarial.

Otra de las acciones que impulsan las empresas, son las actividades “Caritativas”, con un 66,8%, pero se debe entender que la caridad como tal es “una virtud teologal cristiana, y consiste en amar a Dios sobre todas las cosas y al prójimo como a uno mismo. Se trata, por lo tanto, de acciones desinteresadas por nuestros semejantes.” Maram, (2013). Por ejemplo: donar ropa a indigentes; proporcionar alimento a un grupo de pequeños de escasos recursos; financiar la cura de un enfermo. Muchas de las empresas consultadas ayudan a los ancianatos y organizaciones que protegen a niños de escasos recursos.

Por lo que “la caridad” es distinta de la filantropía corporativa, de acuerdo a Maram (2013), la principal diferencia es que la caridad busca resolver un problema de forma inmediata; la filantropía corporativa busca además que ese cambio sea duradero. Pero la inversión de este tipo no espera beneficios ni está alineada a la estrategia de la compañía; eso es lo que la diferencia de la responsabilidad social o la inversión socialmente responsable.

Otras de las respuestas, relacionan a la RSC con la oferta periódica de “Descuentos” y distribución de “Productos gratuitos”, así lo afirma un 66,87%. Ahora se puede ver que entre las Mipymes existe una tergiversación con el termino y la responsabilidad social, ya que uno de los objetivos principales de las promociones de marca es aumentar la conciencia de marca, que es una medida de si la gente sabe acerca de nuestros productos o servicios y la filosofía de nuestra empresa. La promoción ayuda a incrementar la fidelidad de sus clientes, mejorando la experiencia de compra que hace que el cliente quiera comprar de nuevo y vea la marca como la opción preferida debido a los beneficios que percibe en comparación con otras marcas. Ahora hay que recalcar que existen promociones de responsabilidad social empresarial (promociones por una buena causa) que pueden cumplir con todos los requisitos necesarios para convertirse en promociones de marca exitosas generando una sensación de satisfacción (Boada, 2013) de responsabilidad con los clientes y la sociedad.

Asimismo, otra de las prácticas desarrolladas por las empresas, en menor medida, tienen que ver con el “Cuidado del medio ambiente”, con un 41,46% de aceptación, especialmente con el reciclado de materiales y el buen manejo de los desperdicios.

6.- ¿Cuáles son los factores que afectan a la aplicación de RSC?

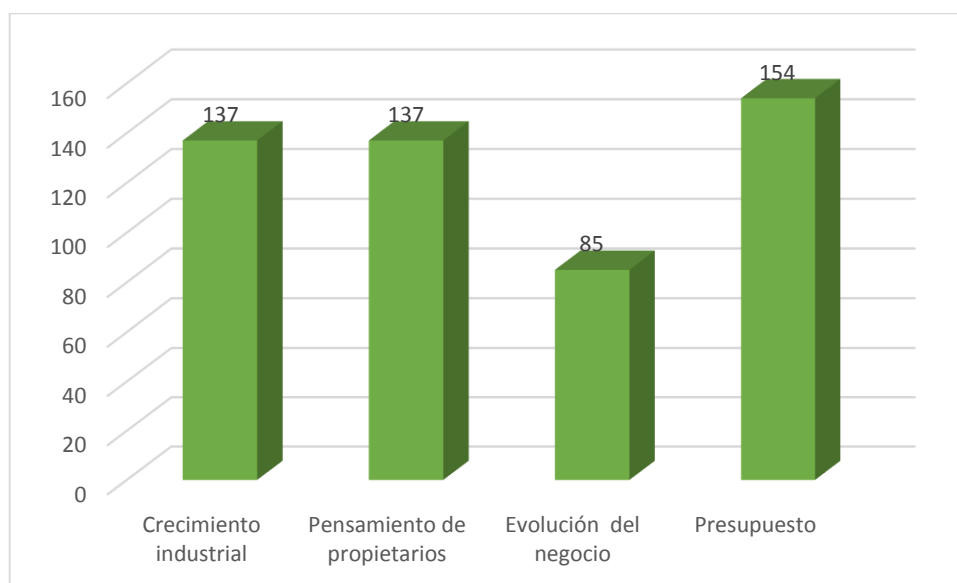


Figura 6. Factores que afectan la RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

La aplicación de actividades relacionadas con la responsabilidad social, se ven limitadas por algunos factores, entre los más importantes: el “Presupuesto”, con 154 respuestas, que es equivalente al 75%, el cual muchas veces es limitado o inexistente, ya que uno de los principales problemas que enfrentan las micro y pequeñas empresas es la falta de liquidez.

Según los encuestados el “Crecimiento industrial”, con un 67,68%, puede generar recesión en los negocios, dejando a un lado toda intención de aplicar actividades de la responsabilidad social.

El criterio y el “Pensamiento de los propietarios” sobre la responsabilidad social, igualmente con un 67,68%, es fundamental para la aplicación de políticas socialmente responsables, ya que, si estos no tienen un conocimiento profundo y están totalmente convencidos de su importancia, no harán inversiones en responsabilidad social. En la actualidad, las empresas no sólo entienden la importancia para la sociedad de aplicar criterios responsables en sus decisiones, sino también su utilidad para la continuidad y el desarrollo a largo plazo de sus negocios y actividades. La globalización y la mayor concienciación de los ciudadanos abren inmensas posibilidades de acceso a la información y al conocimiento. Esto implica que problemas locales sean percibidos como globales y que la cultura empresarial,

tradicionalmente opaca, se deje influir en la actualidad por la opinión pública, muchas veces canalizada a través de las asociaciones de consumidores.

El valor estratégico de la RSC para una empresa debe plantearse desde la gestión responsable de su cadena de valor. según un estudio realizado en 2003 por SAM y Boston Consulting Group (Sustainability Asset Management, 2011), hay una relación directa entre la gestión de los recursos humanos y los resultados económicos de las empresas, de tal manera que aquellas que gestionan de forma más adecuada a sus empleados, reducen costes y generan mayores ingresos lo que conlleva a una mejora en los resultados financieros. (Suarez, 2012)

Los resultados anteriores se pueden complementar con los resultados del estudio de la IDE (2012), en donde se hace un análisis de las principales dificultades que tienen los empresarios, para la formulación e incorporación de estrategias de responsabilidad social, tales como:

- Costos asociados.
- Falta de formación del personal a cargo.
- Dificultad para establecer políticas y procedimientos derivados de la responsabilidad social.
- Falta de información de la responsabilidad social empresarial.
- Falta de aliados estratégicos.
- Falta de interés por las áreas de la empresa.

Tabla 7. Principales dificultades para implementar la responsabilidad social

Detalle	Total	Tamaño de las Empresas			
		Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro Empresas
Costos asociados	45%	37%	50%	45%	42%
Falta de formación del personal a cargo	42%	39%	41%	35%	47%
Falta de información de la RSE	29%	42%	32%	8%	29%
Dificultad para establecer políticas y procedimientos derivados de la RS	26%	40%	31%	15%	26%
Falta de aliados y cooperación	23%	29%	18%	25%	25%
Falta de interés por parte de las áreas de la empresa	20%	23%	32%	14%	14%
No hemos enfrentado dificultades	18%	14%	12%	15%	25%
Falta de compromiso de la directiva	13%	13%	24%	13%	4%
Falta de tiempo laboral	2%	0%	3%	3%	2%

Fuente: IDE, (2012)

Cada factor tiene pesos relativos, los cuales varían dependiendo del tamaño de las empresas: por ejemplo, para empresas grandes, pequeñas y micros el principal factor en la falta de formación, para las medianas son los costos asociados.

7.- ¿Cómo propietario de una micro y/o pequeña empresa que lo motiva a aplicar Responsabilidad Social?

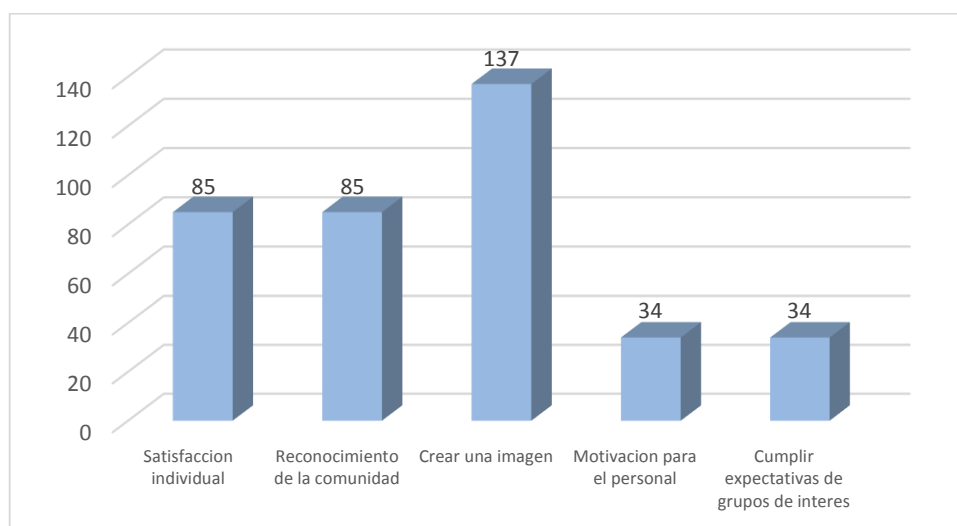


Figura 7. Factores que motivan a la RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

La motivación de los empresarios para aplicar responsabilidad social, se enmarca principalmente en la “Creación de una imagen” con un 68.67%, para posicionarse en el mercado, y mejorar la percepción de los clientes y la sociedad respecto a su organización. La responsabilidad social es parte de la construcción de cultura, identidad e imagen corporativa por lo que se constituye en una variable fundamental en el desarrollo de los activos intangibles y apunta la reputación y confianza de las organizaciones para favorecer sus objetivos de negocio.

La Responsabilidad Social Corporativa representa, actualmente, un elemento de suma importancia en la definida estrategia empresarial de muchas compañías, corporaciones, multinacionales y, en general, grandes empresas.

La “Satisfacción individual”, el cumplir “Expectativas de grupos de interés” y la “Motivación para el personal”, también influyen en la aplicación de la RSC.

Pregunta 8. ¿Qué actividades específicas ha aplicado su empresa en RSC?

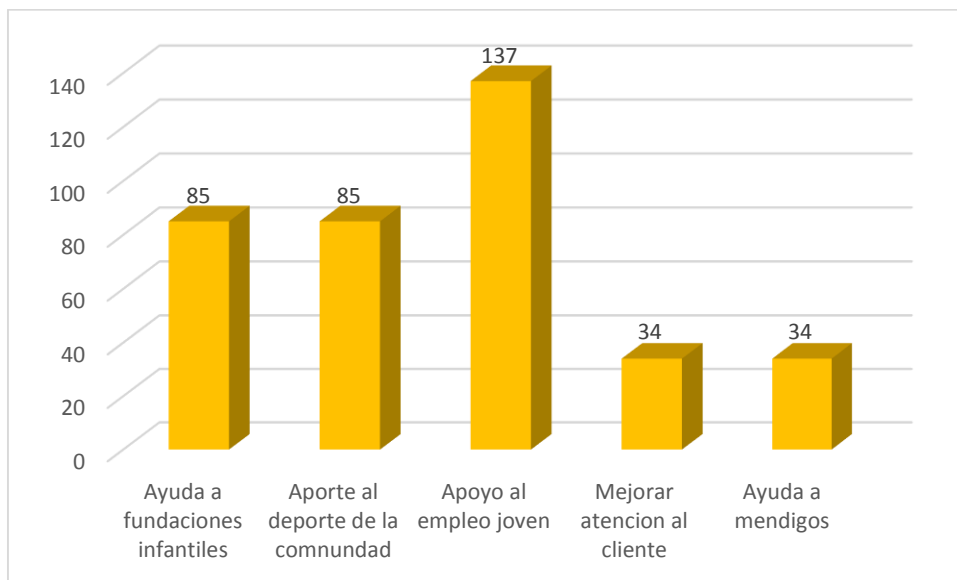


Figura 8. Actividades específicas de RSC
Elaborado por: Catalina Murillo

Hay 137 respuestas de dueños y/o gerentes encuestados que indicaron que de acuerdo a sus capacidades el “Apoyo al empleo joven” es la forma más efectiva para aplicar prácticas socialmente responsables.

Señalan que, también es importante el “Aporte al deporte en la comunidad”, la ayuda a niños y jóvenes menos favorecidos, a través de Asociaciones y “Fundaciones infantiles”.

3.3. Propuesta estratégica

La propuesta estratégica ayudara a la formulación de planes para las organizaciones, alineadas a los objetivos de cada una de estas y de la responsabilidad social, tiene que ver con su situación actual de la empresa, y en función de su crecimiento, desarrollo y también al posicionamiento de la misma y, la sostenibilidad de la imagen empresarial.

En ese sentido la propuesta estrategia a desarrollar consiste en la realización de proyectos: ambiental, social y económico, respondiendo de esa forma a los propósitos de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas para lograr satisfacer todas las necesidades en materia responsabilidad social necesitaran aplicar nuevas estrategias en función de los

grupos de interés internos y externos a la organización. En ese sentido es necesario perfeccionar la relación con la comunidad buscando construir una relación de compromiso más allá de la oferta de un producto o servicio, y así obtener una satisfacción tanto de los empresarios, trabajadores y de la comunidad en general.

La Responsabilidad Social Empresarial, es una forma de hacer negocios de manera sustentable en lo económico, ambiental y social. Se manifiesta en acciones voluntarias que rebasan los requerimientos legales impuestos por los organismos de control, es así que el total de micro y pequeñas empresas que aplican estas prácticas cada día está en aumento, ya que muchas de estas han visto un impacto positivo en la rentabilidad ya que la imagen que muestran la hacen más atractiva tanto a clientes como a inversionistas.

Al mismo tiempo que los nuevos emprendimientos hacen eco de los beneficios de la responsabilidad social, es necesario crear y difundir una cultura de medición del impacto financiero en cada negocio, en donde se deban aplicar estrategias socialmente responsables a largo plazo, las comuniquen y midan el costo/beneficio. Es decir, el no cumplimiento de estas acciones implica un gran costo, no solo para la organización sino para su entorno.

Es frecuente que las micro y pequeñas empresas tengan una visión de corto plazo y presión por generar resultados inmediatos, lo cual se contrapone con algunas prácticas de responsabilidad social, llegando incluso a generar escepticismo en algunos micro y pequeños empresarios que creen que la RSE es cara y no rentable, pero de acuerdo al Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sustentable (WBCSD) se pueden identificar cinco fuentes de negocio en la RSE:

1. Eficiencia operacional: reducción de desperdicios, venta de productos reciclables, entre otros.
2. Reducción de riesgo: larga permanencia cuidando el ambiente, prácticas anti-corrupción, entre otros.
3. Reclutamiento y retención de personal: más productividad al atraer talento honesto, participativo, alegre, así como la reducción de su rotación.
4. Protección de fuentes de materias primas a largo plazo: desarrollo de proveedores y mejoría de condiciones de precio y forma de pago.
5. Crecimiento de demanda: atracción y lealtad de clientes, así como el cumplimiento de los requerimientos de grandes compradores. (Ruiz, 2014)

Por lo que el planteamiento de una propuesta de prácticas de responsabilidad social corporativa, será un instrumento de planificación para las actividades socialmente responsables, en el cual se recogen y valoran las necesidades de todos los grupos de involucrados, así como los objetivos básicos empresariales, que de forma indirecta logran incrementar la rentabilidad de las empresas en el largo plazo.

Objetivo Estratégico

Los objetivos estratégicos parten de los ejes estratégicos, en ese sentido las micro y pequeñas empresas se enfocarán a mejorar de forma continua las prácticas de responsabilidad social.

Los objetivos nacen básicamente de la necesidad de que los pequeños empresarios garanticen la generación y aplicación de prácticas socialmente responsables, en las cuales se involucren tanto el factor ambiental, como el factor social y económico. Por lo que así mismo, se busca desarrollar una nueva visión de una empresa sostenible, en donde se integren y desarrollen proyectos que sean parte de su estrategia de crecimiento a todos los niveles.

Otro de los puntos importantes a tratar es el beneficio económico que indirectamente se generará, ya que los socios y empleados, verán las nuevas actividades como una nueva oportunidad de inversión, lo cual hará incrementar el valor de las empresas involucradas en la responsabilidad social.

Los objetivos estratégicos que se alinean a lo planteado serán:

OE1. Promover la responsabilidad social de actores sociales e institucionales mediante la participación activa de todos los grupos involucrados, mediante la sociabilización de nuevas políticas que ayuden a maximizar los beneficios que genera la responsabilidad social.

Basada en los siguientes lineamientos:

1. Participación activa de los actores sociales e institucionales en el diseño, la gestión, la ejecución y el control de las actividades de responsabilidad social.
2. Integración de las políticas de responsabilidad social por parte de los grupos involucrados.

3. Prestación de la asistencia técnica necesaria para el desarrollo y funcionamiento adecuado de comités de responsabilidad social.

OE2. Mejorar la eficiencia y la calidad de las prácticas de responsabilidad social, con la mejora de la infraestructura y el diseño estrategias adecuadas a cada empresa, para lo cual es necesario una adecuada formación de dueños y/o gerentes y el personal de las empresas.

Basada en los siguientes lineamientos.

1. Información y asesoramiento específico al personal responsable en materia de responsabilidad social.
2. Impulso a la cultura de responsabilidad social, en los diferentes niveles de las empresas mediante actividades formativas relacionadas con el mejoramiento de las actividades socialmente responsables.
3. Aplicación y adaptación de manuales de buenas prácticas socialmente responsables entre las empresas y la comunidad.
4. Formación específica al personal y comités barriales en las prácticas socialmente responsables.
5. Seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social.

Actividades

A continuación, se muestran las actividades a desarrollar, enfocadas a cada una de los lineamientos del objetivo estratégico:

	DETALLE	RESPONSABLE
Objetivo Estratégico 1	Promover la responsabilidad social en actores sociales e institucionales mediante la participación activa de dueños de empresas y autoridades públicas, mediante la sociabilización de nuevas políticas que ayuden a maximizar los beneficios de estas actividades.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Línea estratégica 1.1	Participación activa de los actores sociales e institucionales en el diseño, gestión, ejecución y control de las políticas socialmente responsables.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	1.1.1 Establecimiento de un cronograma anual de reuniones para diseño, gestión y control de las actividades socialmente responsables. 1.1.2 Aplicación del cronograma anual de reuniones para el diseño, la gestión y control de las actividades socialmente responsables.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social Comité de Responsabilidad social de micros y pequeños empresarios de la zona centro del DM Quito.
Línea estratégica 1.2	Integración de las políticas socialmente responsables como parte de sus políticas y plan institucional.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	1.2.1 Diseño de un curso para empleados de las pequeñas empresas para integrar las practicas socialmente responsables. 1.2.2 Invitación a un curso a empleados privados para integrar las políticas socialmente responsables.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Línea estratégica 1.3	Prestación de la asistencia necesaria para el desarrollo y funcionamiento adecuado de comités de responsabilidad social	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	1.3.1 Establecimiento de procedimientos de comunicación para el desarrollo adecuado de las actividades de planificación estratégica. 1.3.2 Aplicación de procesos de comunicación y prevención para el desarrollo de las actividades de los comités responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social Comités de RSC en las Mipymes.
Objetivo Estratégico 2	Mejorar la eficiencia y la calidad de los sistemas de responsabilidad social, con la mejora de la infraestructura y el diseño de manuales, para lo cual es necesaria una adecuada formación de funcionarios y autoridades en temas de responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Línea estratégica 2.1	Información y asesoramiento específico al personal responsable en materia de responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	2.1.1 Establecimiento de procedimientos de comunicación para proporcionar información y asesoramiento de responsabilidad social. 2.1.2 Diseño de actividades para aplicar actividades de RSC.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social Comités de RSC de Mipymes.

Línea estratégica 2.2	Aplicación de procesos de evaluación de las actividades de responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	2.2.1 Estudio y evaluación de las actividades de RSC. 2.2.2 Diseño de nuevos procesos en materia de RSC.	Comités de RSC de Mipymes.
Línea estratégica 2.3	Impulso de la cultura de responsabilidad social, mediante actividades formativas relacionadas al tema.	Comités de RSC de Mipymes.
Actividades	2.3.1 Estudio anual de las necesidades en materia de responsabilidad social. 2.3.2 Desarrollo y aplicación del programa de actividades formativas relacionadas con RSC.	Comités de RSC de Mipymes.
Línea estratégica 2.4	Aplicación y adaptación de manuales de buenas prácticas socialmente responsables.	Comités de RSC de Mipymes.
Actividades	2.4.2 Restructuración de manuales de prácticas socialmente responsables. 2.4.1 Aplicación manuales de buenas prácticas socialmente responsables.	Comités de RSC de Mipymes.
Línea estratégica 2.5	Formación específica al personal y comités barriales en RSC.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	2.5.1 Diseño de cursos de formación específica destinados al personal de las micro y pequeñas empresas. 2.5.2 Participación en cursos de formación específica destinados al personal de las micro y pequeñas empresas.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Línea estratégica 2.6	Impulso para la formación de comités de responsabilidad social corporativa.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	2.6.1 Elaboración de cursos de formación específica destinados a los miembros de los comités de responsabilidad social. 2.6.2 Aplicación de cursos de formación específica destinados a los miembros de los comités de responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Línea estratégica 2.7	Seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social.	Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social
Actividades	2.7.1 Elaboración encuestas específicas de seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social 2.7.2 Realización de encuestas específicas para el seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social.	Comités de RSC de Mipymes.

El plan anteriormente expuesto tiene como finalidad lograr que la responsabilidad Social logre penetrar en la cultura organizacional, por lo que estas acciones lograrán:

- Reforzar la Responsabilidad Social en la participación en el fomento y desarrollo de una adecuada cultura no solo en la organización sino en la comunidad

- Incluir los principios de Responsabilidad Social en la estrategia general de todas las organizaciones.
- Establecer un sistema de gestión de la Responsabilidad Social, el cual estará alineado a las ordenanzas municipales y las directivas de las comunidades directamente afectadas.
- Participación continúa en los planes de innovación social, cultural, organizacional y tecnológica en materia de Responsabilidad Social.
- Gestionar adecuadamente el conocimiento adquirido del estudio, para retroalimentar la información, desarrollando canales de comunicación, poder mostrar los resultados esperados a los grupos de interés.
- Mantener actualizada la información financiera de las organizaciones involucradas, que permita conocer a sus usuarios la relación de causalidad entre las medidas adoptadas y los resultados.
- Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en todas las empresas que se han involucrado en este plan, así mismo mantener informados a los grupos de interés sobre todas las actividades, y logros alcanzados.

3.4. Pasos para la responsabilidad social integrada en su negocio principal

La aplicación adecuada de actividades de responsabilidad social implica la realización cambios de estrategias organizativas, así como en sus prácticas y procesos existentes para el aseguramiento de sus objetivos.

Para lograr que una micro y pequeña empresa se integre a la responsabilidad social, se pueden aplicar los siguientes pasos:

1. Comprender del contexto estratégico, impacto y relevancia del ámbito de la responsabilidad social de su organización.

Para entender el contexto estratégico, es necesario analizar algunas características clave que podría afectar, la responsabilidad social dentro de la organización, tales como:

- Lugar del negocio
- Marco legal que regula las actividades socialmente responsables.
- Entorno social, ambiental y sus características económicas
- Características de su fuerza de trabajo;
- La percepción de la industria o sector económico – productivos en el que se está involucrado.

Para entender el impacto, se puede considerar realizar una lista con todas sus actividades y operaciones y analizar su impacto en la sociedad, siempre y cuando éstos afecten a la responsabilidad social aplicada en la organización.

Así mismo se deberá determinar el progreso de las acciones tomadas por la organización, el cual deberá estar alineado a un plan para la integración de la responsabilidad social en las prácticas cotidianas. El resultado es valioso ya que implica la identificación de prioridades, que ayudan a tomar acciones relacionadas con:

- El cumplimiento de la ley.
- El interés de los grupos afectados.
- Implicaciones con los costos y gastos.

2. Diseñar objetivos estratégicos acoplados a la organización, e integrados con los principios RSC.

Se deberán declarar acciones de liderazgo dentro de la organización, con base en sus aspiraciones (visión), y el propósito actual (misión), y como en sus valores, lo cual es fundamental para el establecimiento de la dirección estratégica de la Organización. Esto debe reflejar su responsabilidad social como acción integrada a la actividad comercial que realiza.

Se pueden enunciar algunas de las formas en que se puede lograr esta integración:

- Revisar la visión, misión, declaraciones y acciones para determinar si son coherentes con un enfoque socialmente responsable y si se beneficiarían de una referencia más específica a la responsabilidad social.
- Incluir a la responsabilidad social como un elemento clave de la estrategia de su organización, que tengan repercusiones en todos los aspectos de la forma en que se ejecuta y opera.
- La construcción de un nivel de gestión claro, en función de las necesidades y las implicaciones de la construcción de la responsabilidad social en los sistemas y procedimientos de la Organización; y aportaciones de los interesados.

3. Identificar los obstáculos y las oportunidades para alcanzar sus objetivos estratégicos de la organización.

Una vez enunciados los objetivos de negocio, en función de la responsabilidad social, es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos: (a) ¿Cuáles son los riesgos y obstáculos que pueden impedir el logro de los objetivos; y (b) ¿Qué tipo de oportunidades se deben aprovechar para alcanzar estos objetivos?

Adicionalmente es necesario medir los riesgos o el impacto de apareamiento de eventos desfavorables. Cualquier evento que ponga en riesgo, el cumplimiento de los objetivos de la empresa, puede ser considerado un riesgo. Por ejemplo, los riesgos pueden provenir de incertidumbre financiera, los posibles fallos de los proyectos (en cualquier etapa - diseño, implementación, etc.), los requisitos legales, riesgos de crédito, accidentes, conflictos con las partes interesadas, etc.

Por otro lado, los años de experiencia en el mercado de muchos de los negocios analizados, genera una alta fortaleza ante el apareamiento de circunstancias desfavorables, ya que el negocio sabe cómo salir adelante y aprovechar estos problemas para salir adelante y generar valor a la organización.

4. Sociabilización e integración con todos los involucrados, sean estos internos o externo, los procedimientos, sistemas, iniciativas externas, entre otras.

La integración de la responsabilidad social en todos los involucrados de la organización e implica el compromiso a todos los niveles, por lo que todos los esfuerzos, deberían estar acorde a un conocimiento profundo de las políticas, problemas, principios, expectativas y las acciones resultantes de RSC. Por lo que es necesario comprender plenamente los beneficios para la organización, ya que esta juega un papel importante en la obtención de compromiso por parte de todos los involucrados.

Es necesaria la creación de una sólida cultura de la responsabilidad social de manera uniforme dentro de su organización, procediendo sistemáticamente en la construcción de valores y una cultura que ayude a lograr los resultados esperados. Se puede decir que este proceso a menudo es más fácil para las PYME que para las grandes empresas; Esto es debido al tamaño de las operaciones, y por otro lado a la incrustación de un conjunto de valores personales conectados a la

responsabilidad social. Es así, que la maximización de los valores existentes y las habilidades prácticas, implica el desarrollo o fortalecimiento en algunas áreas de actividad como la participación de los interesados, el conocimiento y la comprensión de una aplicación óptima de la RSC.

Cada paso del proceso deberá nacer del dialogo con los principales grupos o partes interesadas de manera sostenible, lo que conducirá la empresa a definir el plan de acción que se adoptará acorde a sus necesidades, a continuación, se presenta el presupuesto para la implementación del plan.

Tabla 8. Presupuesto Objetivo 1

OBJETIVO 1	Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Promover la responsabilidad social en actores sociales e institucionales mediante la participación activa de dueños de empresas y autoridades públicas, mediante la sociabilización de nuevas políticas que ayuden a maximizar los beneficios de estas actividades.	1.1.1 Establecimiento de un cronograma anual de reuniones para diseño, gestión y control de las actividades socialmente responsables.	4.000,00					
	1.1.2 Aplicación del cronograma anual de reuniones para el diseño, la gestión y control de las actividades socialmente responsables.		1000	1000	1000	1000	1000
	1.2.1 Diseño de un curso para empleados de las pequeñas empresas para integrar las practicas socialmente responsables.	3000					
	1.2.2 Invitación a un curso a empleados privados para integrar las políticas socialmente responsables.		500				500
	1.3.1 Establecimiento de procedimientos de comunicación para el desarrollo adecuado de las actividades de planificación estratégica.	1000			1000		
	1.3.2 Aplicación de procesos de comunicación y prevención para el desarrollo de las actividades de los comités responsabilidad social.		1000	1000	1000	1000	1000
Total		4000	2500	2000	3000	2000	2500

Elaborado por: Catalina Murillo

Tabla 9. Presupuesto Objetivo 2

OBJETIVO 2	Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Mejorar la eficiencia y la calidad de los sistemas de responsabilidad social, con la mejora de la infraestructura y el diseño de manuales, para lo cual es necesaria una adecuada formación de funcionarios y autoridades en temas de responsabilidad social.	2.1.1 Establecimiento de procedimientos de comunicación para proporcionar información y asesoramiento de responsabilidad social	1000					
	2.1.2 Diseño de actividades para aplicar actividades de RSC.		500	500	500	500	500
	2.2.1 Estudio y evaluación de las actividades de RSC. 2.2.2 Diseño de nuevos procesos en materia de RSC.		500	500	500	500	500
	2.3.1 Estudio anual de las necesidades en materia de responsabilidad social.	5000					
	2.3.2 Desarrollo y aplicación del programa de actividades formativas relacionadas con RSC.		2000				
	2.4.2 Restructuración de manuales de prácticas socialmente responsables. 2.4.1 Aplicación manuales de buenas prácticas socialmente responsables.	500	500	500	500	500	500
	2.5.1 Diseño de cursos de formación específica destinados al personal de las micro y pequeñas empresas. 2.5.2 Participación en cursos de formación específica destinados al personal de las micro y pequeñas empresas.	1500	500	500	500	500	500
	2.6.1 Elaboración de cursos de formación específica destinados a los miembros de los comités de responsabilidad social. 2.6.2 Aplicación de cursos de formación específica destinados a los miembros de los comités de responsabilidad social.	1000	1000	1000	1000	1000	1000
	2.7.1 Elaboración encuestas específicas de seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social 2.7.2 Realización de encuestas específicas para el seguimiento y evaluación de la calidad de las actividades formativas desarrolladas en materia de responsabilidad social.	500	500	500	500	500	500
	Total	9500	5500	3500	3500	3500	3500

Elaborado por: Catalina Murillo

El presupuesto total para los primeros seis meses de aplicación de la propuesta de impulso de prácticas de responsabilidad social asciende a \$ 45.000 USD, monto que sería financiado por el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social para lograr una aplicación clara y efectiva en las Mipymes de la zona de estudio.

Verificación de la hipótesis

En el Ecuador cada vez son más las Mipymes que van sumándose al reto de ser Sostenibles, donde la Responsabilidad Social es un pilar estratégico para su crecimiento y rentabilidad.

El Desarrollo sostenible empresarial busca el valor agregado del negocio y define estrategias de innovación que incorporen los requisitos económicos, ambientales y sociales, además maximiza la Creación de Valor, cumple con las expectativas de los públicos relacionados y da durabilidad en el tiempo a la empresa. (Deloitte, 2014)

En ese sentido el aporte que generan las prácticas de responsabilidad social ha permitido desarrollar estrategias y han promovido actividades de ayuda a la sociedad, generando el crecimiento corporativo y una mejor calidad de vida de la población directamente involucrada, lo cual se ve evidenciado en las encuestas efectuadas a las micros y pequeñas empresas de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

CONCLUSIONES

El conocimiento teórico de los diferentes conceptos relacionados con la responsabilidad social empresarial, muestran que en las Mipymes se generan actividades vinculadas a labores altruistas en sectores menos favorecidos. Es así que existe mucha confusión en lo que son realmente las acciones socialmente responsables, con actividades simplemente filantrópicas, en donde aproximadamente un 90% de las micros y pequeñas empresas, la relacionan actos de patrocinio, para buscar un posicionamiento de la marca, mas no de un verdadero apoyo a la sociedad.

Las micro y pequeñas empresas al momento de realizar prácticas de responsabilidad social consideran de gran importancia la aplicación de valores empresariales, así lo opinan un 90%, la construcción de relaciones con la comunidad, la honestidad, trabajar con normas éticas, incentivar al personal y en cierta medida responsabilidad ambiental, son factores relevantes.

A pesar del interés en las actividades socialmente responsables, muchas de las empresas no cuentan con un diseño adecuado de políticas y procedimientos, lo cual no crea el compromiso y empoderamiento de los miembros de la organización, se ha identificado un nivel de participación mínimo, por parte del personal de las Mipymes, por lo que es necesario potenciar la participación de los propietarios, y el talento humano de la empresa.

Así mismo las prácticas socialmente responsables siguen siendo limitadas a un cierto círculo de pequeños empresarios, los cuales en muchos casos solo emulan lo que hacen las empresas grandes, es decir aplican y dan a conocer sus proyectos mediante el uso de publicidad, y así lograr incrementar sus ventas. Lo anterior de alguna manera se ve muy limitado, ya que las iniciativas de Mipymes tienen una mínima difusión y por ello generan menos beneficios, lo que al final desmotiva al momento de seguir aplicando actividades socialmente responsables.

Por otro lado, las Mipymes han sido marginadas del contexto social inmediato ya que sus planes no tienen la relevancia ni el impacto esperado en la comunidad, lo cual muchas veces es el producto de la improvisación y adaptación de proyectos o estrategias que han servido a otras empresas. Por eso es necesario que los

organismos reguladores, generen medidas de apoyo, especialmente para Mipymes, y así posibilitar y reconocer esfuerzos en esta área.

El Consejo Metropolitano de Quito, dentro de sus ejes de desarrollo tiene la promoción del desarrollo económico de la población, por lo que han creado la “Secretaría Técnica de Responsabilidad Social”, la cual tiene como funciones promover la cultura de responsabilidad social y dar cumplimiento a la Ordenanza de Responsabilidad Social N°333 del Consejo Metropolitano, que promueve que el Distrito Metropolitano de Quito sea un Territorio Sostenible y Responsable; e incentiva a la creación de herramientas que vinculen a los diferentes actores como las empresas, los barrios y los ciudadanos a trabajar articuladamente hacia el alcance medible y verificable de las metas y objetivos establecidos dentro del territorio. (Conquito, 2016)

Las pequeñas y medianas empresas tienen en la ordenanza un incentivo en el fomento de las prácticas de Responsabilidad Social, cuya principal función es tomar consciencia de sus acciones y de sus impactos en los ámbitos económico, social y ambiental con el fin de poder gestionarlos de manera corresponsable y participativa, para construir un distrito sostenible que garantice la calidad de vida de todos los ciudadanos sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

RECOMENDACIONES

El grupo de las Mipymes es diverso tanto en: tamaño, la historia, el sector, la propiedad, entre otras, por lo que exige diferentes enfoques para la captación y generación de estrategias de RSC. Es así que es necesario adaptar el mensaje, a los diferentes tipos de Mipymes, lo cual será un paso fundamental para garantizar el éxito.

Para la implementación de actividades socialmente responsables, es necesario que las empresas manejen una estrategia consistente con su filosofía organizacional, y las necesidades de los grupos de interés, tales como: clientes, accionistas y la comunidad. En ese sentido la empresa deberá generar un mayor compromiso para que la responsabilidad social, forme parte de su planificación estratégica, existen razones suficientes, que de acuerdo al estudio de la IDE (2012) se enmarcan en principios éticos, beneficios empresariales, ventajas competitivas en el mercado, imagen de marca positiva, es decir la aplicación de la responsabilidad social es fundamental para el crecimiento empresarial.

El desarrollo planes estratégicos, profundizando en temas de concientización, ya que se visualiza que es un sector sensible a la RSC, es un espacio grande en el cual las empresas pueden tener respuestas socialmente positivas. Por lo que es indispensable crear planes de sociabilización para dar a conocer al mercado, que tipo de prácticas de RSC son aplicadas por los micros y pequeñas empresas e informar a la comunidad, que es lo que está haciendo cada empresa en materia de prácticas socialmente responsable.

Es necesario un estudio de las necesidades de la población, sean estas individuales y comunitarias, para crear estrategias que deban aplicarse y adaptarse a las condiciones de cada empresa y a su mercado. Y así, lograr el involucramiento es importante realizar inversiones sociales, tales como apoyo a labores de mejora de calles, parques, apoyar a la recolección de basura, actividades de reciclaje, etc. que generen un aporte social y ambiental en las comunidades, logrando establecer una marca y una ventaja competitiva en empresas de similares sectores económicos y geográficos. Lo antes expuesto se puede volver óptimo mediante el trabajo conjunto con instituciones públicas, estatales o municipales, las cuales podrían brindar la asesoría adecuada para poder generar buenas prácticas de responsabilidad social en lo laboral y en el entorno.

Es preciso crear un plan de comunicación y capacitación para los dueños y administradores de los negocios, este deberá tener una base sobre el marco regulatorio actual de la responsabilidad social, en donde se analizan los puntos en común que tiene el mismo Estado y la sociedad civil. Sin embargo, se deberá hacer un seguimiento continuo, ya que un conocimiento parcial, no proporcionará los resultados esperados, pudiéndose concebir desconfianza, debido a la mala interpretación, que hace ver a la RS como una obligación y más no como un servicio y beneficio colectivo.

Es preciso definir un elemento fundamental para la generación de confianza en la responsabilidad social, el mismo deberá tener una adecuada regulación por parte de los organismos de control, en donde lo principal será fomentar y promover la responsabilidad social en las empresas; diseñando y modificando políticas públicas, tanto municipales como estatales; por lo que se podrían ofrecer incentivos como descuentos en impuestos o reconocimientos públicos.

En tal virtud tanto el Estado como la sociedad civil deberían trabajar de manera conjunta con las Mipymes para mejorar la calidad de vida de las comunidades, favorecer el desarrollo del talento humano de la empresa, proteger el ambiente; y brindar oportunidades a grupos sociales vulnerables.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2011). *Responsabilidad social una visión integral*. Obtenido de http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/8.1/A4.pdf
- AECA. (18 de Febrero de 2004). *La AECA avanza en la definición consensuada de la RSC con la publicación de un "pionero" marco conceptual*. Obtenido de <http://aeca.es/old/comisiones/rsc/articuloeuropapress.htm>
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación para ciencias sociales*. Montevideo: Universidad de Uruguay.
- Boada, J. (31 de Julio de 2013). *¿Qué son las promociones de responsabilidad social empresarial?* Obtenido de <https://jboadac.com/2013/07/31/que-son-las-promociones-de-responsabilidad-social-empresarial/>
- Caravedo, B. (1998). *Empresas Responsables*. Lima: SASE.
- CLAES. (25 de Junio de 2015). *Construir una sociedad sostenible*. Obtenido de <http://www.otrodesarrollo.com/desarrollosostenible/SegundaEstrategiaMundialConservacion.htm>
- Clotas, P. (27 de Marzo de 2010). *El patrocinio ligado a la responsabilidad social*. Obtenido de http://cincodias.com/cincodias/2010/03/27/economia/1269670862_850215.html
- Conquito. (14 de Julio de 2016). *Responsabilidad Social*. Obtenido de <http://www.conquito.org.ec/responsabilidad-social/>
- Cooperación Chilena para el desarrollo. (15 de Julio de 2015). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <http://www.agci.cl/index.php/glosario/172-d/289-desarrollo-sostenible>
- Corral, A. (2005). *Responsabilidad social de la empres en las PYMES de Latinoamerica*. Madrid: IKEI.
- Cuevas, R. (06 de 12 de 2010). *Las dimensiones de la responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v19n1/v19n1a02>
- Global Reporting Initiative. (2014). *La elaboracion de memorias de sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Starting-Points-2-G3.1.pdf>
- Hernani, M., & Hamann, A. (23 de Octubre de 2012). *Percepción sobre el desarrollo sostenible de las mype*. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v53n3/06.pdf>
- Herrera, Y. (10 de Octubre de 2009). *Compromiso con la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/compromiso-con-la-responsabilidad-social-empresarial/>

- IDE. (2012). *Estudio de responsabilidad social*. Obtenido de <http://responsabilidadsocialquito.com.ec/wp-content/uploads/2015/09/Estudio-de-RS-de-empresas-del-Ecuador-2012.pdf>
- Instituto Ethos. (2007). *Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial*. San Pablo: Ethos.
- Izquierdo, F. (Abril de 2005). *La responsabilidad social corporativa: relaciones entre la performance social, financiera y bursátil de la empresa*. Obtenido de http://www.sogres.uji.es/documentos/RSC_Relaciones_social_financiera_bursatil.pdf
- Lindgreen, A., & J., A. (2010). *Responsabilidad social corporativa en Colombia*. Bogotá: Journal of business ethics.
- López, A. (2013). *Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresa: caso Mexico*. Guanajuato: Revista internacional de administacion y finanzas. IBSCO.
- Maram, L. (29 de julio de 2013). *Qué es caridad, filantropía, responsabilidad social y sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.expoknews.com/que-es-caridad-filantropia-responsabilidad-social-y-sustentabilidad/>
- Martínez, J. (2010). *Proyectos de inversion; evaluación integral*. Veracruz: Universidad de Veracruz.
- Matínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: ECOE ediciones.
- Morales, M. (2007). *Análisis Critico de los Sistemas de Medición de RSC*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2007/tapia_m/sources/tapia_m.pdf
- Murillo, D. (15 de Octubre de 2015). *La RSE en el a pymes*. Obtenido de <http://www.caritas.es/imagesrepository/CapitulosPublicaciones/920/07%20LA%20RSE%20EN%20LA%20PYMES.pdf>
- Navarra, G. d. (20 de mayo de 2015). *La Responsabilidad Social en la Pymes*. Obtenido de <http://www.mas-business.com/docs/La%20RSocial%20en%20pymes.pdf>
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: ESIC.
- Ongawa. (15 de Octubre de 2015). *Guía para responsabilidad social corporativa para PYMES*. Obtenido de <http://guiarscpymes.org/rsc-y-pymes/>
- Otro Desarrollo. (10 de 12 de 2014). *Construir una socieda sostenible*. Obtenido de <http://www.otrodesarrollo.com/desarrollosostenible/SegundaEstrategiaMundialConservacion.htm>
- RED CERES. (2015). *Consortio Ecuatoriano de Responsabilidad Social*. Obtenido de <http://www.redceres.org/>

- Ribas, F. (Diciembre de 2007). *Responsabilidad social empresarial: una propuesta para operacionalizar el concepto en empresas Pymes*. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/180/1/FACES_n29_7-34.pdf
- Rivera, A. (2014). *Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>
- Ruiz, S. (01 de Septiembre de 2014). *¿Es rentable la responsabilidad social en los negocios?* Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/es-rentable-la-responsabilidad-social-en-los-negocios.html>
- Ruiz, S. (1 de Septiembre de 2014). *¿Es rentable la responsabilidad social en los negocios?* Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/es-rentable-la-responsabilidad-social-en-los-negocios.html>
- Suarez, E. (2012). *La responsabilidad social corporativa: un nuevo paradigma para las empresas*. Madrid: Universidad de Oviedo. Obtenido de <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%BA45/Eugenia%20Suarez.pdf>
- Torresano, M. (2012). *Estudio de responsabilidad socila de empresas en el Ecuador*. Obtenido de <http://responsabilidadsocialquito.com.ec/wp-content/uploads/2015/09/Estudio-de-RS-de-empresas-del-Ecuador-2012.pdf>
- UNIDO. (2002). *Informe de responsabilidad social para paises en desarrollo*. Viena: ONU.
- Universidad de Chile. (2007). *Análisis Crítico de los Sistemas de Medición de RSC*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2007/tapia_m/sources/tapia_m.pdf
- Urriolagotia, L., & Murillo, D. (2009). *RSE y PYME, del discurso a la implementación: una perspectiva europea*. Madrid: Ministerio de Industria, turismo y comercio.

ANEXOS

Anexo 1. Empresas Encuestadas – Prueba Piloto

Código	Representante	Nombre Comercial	Dirección	Ruc	Código Ciiu
A	Moscoso Jurado Ines Margarita	Delicias del Mar	Guayaquil N7-27 Olmedo	180205075 5001	I561001, Restaurantes, Cevicherías, Picanterías, Cafeterías, Etcétera, Incluido Comida Para Llevar.
B	Morales Jacome Alvaro Iván	Ferrimza	Venezuela Sn Carchi	170676250 5001	G475201, Venta Al Por Menor De Artículos De Ferretería: Martillos, Sierras, Destornilladores Y Pequeñas Herramientas En Genera
C	Noriega Merchán Irene Esmeralda	Material De Zapatería El Paisa	Venezuela N9-09 Esmeraldas	110280399 4001	G477121, Venta Al Por Menor De Calzado, Material De Zapatería (Plantillas, Taloneras, Suela Y Artículos Análogos) En Establecimientos Especializados.
D	Díaz Díaz Fernando Patricio	Panadería Pasty Pan	Garcia Moreno Sn Sucre	040122474 6001	C107101, Elaboración De Pan Y Otros Productos De Panadería Secos: Pan De Todo Tipo, Panecillos, Bizcochos, Tostadas, Galletas, Etcétera, Incluso Envasados.
E	Buri Caraguay Victor Emilio	Kleiner Shoes	Ponce Enriquez Lote 1 Garcia Moreno	170852567 8001	C141002, Fabricación De Prendas De Vestir De Telas Tejidas, De Punto Y Ganchillo, De Telas No Tejidas, Entre Otras, Para Hombres, Mujeres, Niños Y Bebes: Abrigos, Trajes, Conjuntos, Chaquetas, Pantalones, Faldas, Calentadores, Trajes De Baño, Ropa De Esquí, Uniforme
F	Tito Velastegui Luis Leonardo	Procar	Montufar N1-55 Rocafuerte	170136930 6001	G463031, Venta Al Por Mayor De Carne Y Productos Cárnicos (Incluidas Las Aves De Corral).
G	Bejarano Guambana Bertha Matilde	Súper Bodega Del Plástico	Rocafuerte Oe6-15 Imbabura	170389302 2001	G477399, Venta Al Por Menor De Productos No Alimenticios N.C.P.: Materiales De Limpieza, Armas Y Municiones, Etcétera, En Establecimientos Especializados.
H	Javier Diez Comunicación Visual Cía. Ltda.	Javier Diez Comunicación Visual Cía. Ltda.	Av. Simón Bolívar Km 4	179201205 8001	M731001, Publicidad.
I	López Tapia Rubén Polibio	Café Olmedo	Olmedo 560 Antonio Bustamante	010073944 0001	G463014, Venta Al Por Mayor De Café, Cacao, Te Y Especies.
J	Esparza Torres Jimena Esperanza	Viveres La Rebaja	Pichincha Sn Olmedo	170915675 4001	G471101, Venta Al Por Menor De Gran Variedad De Productos En Tiendas, Entre Los Que Predominan, Los Productos Alimenticios, Las B
K	Fundación Crisfe	Fundación Crisfe Faro Del Saber	Espejo 985 Venezuela	179129712 1001	P854917, Actividades De Capacitación En Informática.
L	Moreira Espinoza Cynthia Marlene	Aromas y esencias	Chile N1522 Imbabura	090685407 0001	G477205, Venta Al Por Menor De Perfumes, Artículos Cosméticos Y De Uso Personal En Establecimientos Especializados (Pañales).

Anexo 2. Modelo de encuesta

ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA ZONA CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO			
Por favor ponga una X en las opciones de respuesta que estan acontinuacion:			
1	¿Cuáles son los principales valores empresariales de las micro y pequeñas empresas?		
	Servicio de calidad	☐	
	Satisfaccion del cliente	☐	
	Desarrollo personal	☐	
	Construir relaciones	☐	
	Honestidad	☐	
	Pertenecer a la comunidad	☐	
	Responsabilidad	☐	
	Pasion	☐	
	Ayudar al crecimiento	☐	
2	¿Cómo se percibe la RSC en las micro y pequeñas empresas?		
	Cultura organizacional	☐	
	Informar a clientes	☐	
	Cooperacion con representantes de grupos de interes	☐	
	Resultados sociales	☐	
	Involucrar al personal	☐	
	Trabajar con normas eticas	☐	
	Incentivar al personal	☐	
	Reinversion para el desarrollo	☐	
3	¿Con que términos se relaciona a la RSC dentro de la empresa?		
	Empresa	☐	
	Negocios	☐	
	Comercio	☐	
	Realimentacion	☐	
	Profesionalismo	☐	
	Ninguna	☐	
4	¿Cuál es la motivación para aplicar la RSC en las micros y pequeñas empresas?		
	Cumplir con objetivos economicos	☐	
	Como una inversion a largo plazo	☐	
	Compromiso social	☐	
	Aporte profesional	☐	
	Aumento de la rentabilidad	☐	
5	¿Con que actividades las micro y pequeñas empresas realizan RSC?		
	Caridad	☐	
	Patrocinios	☐	
	Beneficios personales	☐	
	Descuentos	☐	
	Cuidado del Medio ambiente	☐	
6	¿Cuáles son los factores que afectan a la aplicación de RSC?		
	Crecimiento industrial	☐	
	Pensamiento de propietarios	☐	
	Evolucion del Negocio	☐	
	Presupuesto	☐	
7	¿Cómo propietario de una micro y/o pequeña empresa que lo motiva a aplicar Responsabilidad Social?		
	Sastisfaccion individual	☐	
	Reconocimiento de la comunidad	☐	
	Crear imagen	☐	
	Motivación personal	☐	
	Cumplir expectativas de los grupos de interes	☐	
8	¿Qué actividades específicas ha aplicado su empresa en RSC?		
	Ayuda a fundaciones infantiles	☐	
	Aporte al deporte de la comunidad	☐	
	Apoyo al empleo joven	☐	
	Mejor atencion al cliente	☐	
	Ayuda a mendigos	☐	

Anexo 3. Directorio de empresas centro histórico

Razon social	Nombre comercial	Telefono	Direccion	R.u.c.	Actividad	Ubicacion geografica
Panama paute julio roberto	Marmoleria moderno	'022950318	'Imbabura s4 36 ambato	'0100928183001	C239603, servicios de apoyo al corte, tallado y acabado de la piedra a cambio de una retribución o por contrato.	Quito/pichincha/sierra
Aguilar diaz hector raul	Deport-punto	'No disponible	'Imbabura n4 -41 chile	'0906514500001	G464111, venta al por mayor de hilos (hilados) y tejidos.	Quito/pichincha/sierra
Aguilar morales gloria elicia	La casa del disco	'No disponible	'Imbabura s1-32 vicente rocafuerte	'1700806977001	G476200, venta al por menor de discos de vinilo, cintas magnetofónicas, discos compactos y casetes de música, cintas de vídeo	Quito/pichincha/sierra
Trujillo chavez maria teresa	Helados conos y tulipanes	'022959687	'Ambato oe8-39 imbabura	'1701484428001	G478100, venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos de venta o mercados.	Quito/pichincha/sierra
Sarzosa flores olga mariana	Sarzosa flores olga mariana	'022954001	'Imbabura s1-24 vicente rocafuerte	'1701926972001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	Quito/pichincha/sierra
Bonilla yanez rosa mercedes	El buen cafe	'022282624	'Vicente rocafuerte oe8-13 imbabura	'1703879278001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichincha/sierra
Bejarano guambana berthia matilde	Super bodega del plastico	'No disponible	'Rocafuerte oe6-15 imbabura	'1703893022001	G477399, venta al por menor de productos no alimenticios n.c.p.: materiales de limpieza, armas y municiones, etcétera, en establecimientos especializados.	Quito/pichincha/sierra
Montenegro mendez marcelo antonio	Plasticos san francisco	'No disponible	'Vicente rocafuerte oe6-159 imbabura	'1704011137001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las b	Quito/pichincha/sierra
Almache umaquina mario alfredo	Distribuidora el tejar	'No disponible	'Chile oe6-227 imbabura	'1704343118001	G474200, venta al por menor de equipos de: radio, televisión y estereofónicos, reproductores y grabadores de cd y dvd en establecimientos especializados.	Quito/pichincha/sierra
Martinez moreno ines dolores	Restaurante	'No disponible	'Imbabura sn loja	'1705185609001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichincha/sierra
Illescas mogrovejo mariana de jesus	Viveres blanquita	'No disponible	'Imbabura s2 12 av 24 de mayo	'1705849329001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	Quito/pichincha/sierra
Alvarez leon juan carlos	Alvarez leon juan carlos	'No disponible	'Imbabura 4084 valverde	'1706547005001	G476103, venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimientos especializados.	Quito/pichincha/sierra
Puebla alvarez lizbeth alexandra	Jordao s jose puebla	'No disponible	'Chile 15-37 imbabura	'1707353858001	G475101, venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (agujas e hilo de coser) en establecimientos especializados.	Quito/pichincha/sierra
Eraso villalta carlos augusto	Hardrock ring	'No disponible	'Imbabura s2 34 av 24 de mayo	'1708472012001	S960901, actividades de baños turcos, saunas y baños de vapor, centros de spa, solarios, salones de adelgazamiento, salones de	Quito/pichincha/sierra
Montoya vaca grace veronica	Emaus	'022953876	'Imbabura s2 18 av 24 de mayo	'1708825672001	G475201, venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en genera	Quito/pichincha/sierra
Carrion jimenez maria soledad	Sala de belleza fabri	'022950361	'Ambato oe8 41 imbabura	'1708964877001	S960200, actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.	Quito/pichincha/sierra
Revelo espinosa diego fernando	Distribuidora marlene espinosa	'No disponible	'Chile oe8 50 imbabura	'1710894914001	G471102, venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios,	Quito/pichincha/sierra

Alvarez morales alfonso wilmer	Beraca	'No disponible	'Imbabura n3 23 mideo	'1711947448001	G474113, venta al por menor de equipos de telecomunicaciones: celulares, tubos electrónicos, etcétera incluye partes y piezas en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Haro cumbal silvia eulalia	Peluqueria unisex joselito	'022571428	'Imbabura s1-16 vicente rocafuerte	'1713363115001	S960200, actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra
Fundacion casa victoria	Fundacion casa victoria	'022951134 022951134	'Loja s3-22 imbabura	'1791781929001	S949905, actividades de asociaciones de jóvenes, asociaciones, clubes y organizaciones fraternales de estudiantes, etcétera, ac	Quito/pichi ncha/sierra
Gamboa peralvo jose marco	Menudos y platos tipicos chinito	'022958904	'Imbabura s2 38 av 24 de mayo	'1802735348001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Dimasport cia. Ltda.	Dimasport cia. Ltda.	'022953811	'Chile sn imbabura	'1792277248001	G464131,venta al por mayor de calzado.	Quito/pichi ncha/sierra
Salazar barahona rosario esperanza	Viveres charito	'022280218	'Loja oe8-75 chimborazo	'1701305185001	G476103, venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimiento	Quito/pichi ncha/sierra
Gomez diaz carmen dioselina	Venta de chatarra	'No disponible	'Loja oe8-70 chimborazo	'1704620150001	G471900, venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o e	Quito/pichi ncha/sierra
Martinez moreno ines dolores	Restaurante	'No disponible	'Imbabura sn loja	'1705185609001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Gonzalez gonzalez maria delicia	Picanteria gonzales	'022953380	'Loja oe8 71 antonio gil	'1709667313001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Fundacion casa victoria	Fundacion casa victoria	'022951134 022951134	'Loja s3-22 imbabura	'1791781929001	S949905, actividades de asociaciones de jóvenes, asociaciones, clubes y organizaciones fraternales de estudiantes, etcétera, ac	Quito/pichi ncha/sierra
Espinosa valencia jaimé rodrigo	Rev	'022236608	'Mejia 453 garcia moreno	'1700301375001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Veloze ramon liver ignacio	Veloze ramon liver ignacio	'No disponible	'Mejia oe-972 jose lopez	'1704878543001	G464995, venta al por mayor de artículos de porcelana, cristalería, plástico, etcétera; artículos ornamentales; cubertería (cubiertos), vajilla, incluido desechables.	Quito/pichi ncha/sierra
Amores zumárraga victor hugo	Vha distribuidor	'022628875	'Juan de alcantara s15-244 diego mejia	'1705107827001	G472300, venta al por menor de tabaco y productos de tabaco en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Etradev ecuatorian trade development cia. Ltda.	Etradev ecuatorian trade development cia. Ltda.	'No disponible	'Flores n603 mejia	'1791998502001	G464911, venta al por mayor de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, etcétera incluye equipos de televisión, estéreos (equipos de sonido), equipos de grabación y reproductores de cd y dvd, cintas de audio y video cds,	Quito/pichi ncha/sierra
Comercializador a megahogar cia. Ltda.	Comercializador a megahogar cia. Ltda.	'022281701	'Garcia moreno n5-72 mejia	'1792292603001	G464112, venta al por mayor de lencería para el hogar cortinas, visillos, mantelería, toallas y diversos artículos domésticos.	Quito/pichi ncha/sierra
Electrocardinal s.a.	Electrocardinal s.a.	'No disponible	'Mejia oe704 cotopaxi	'1792422205001	G465993, venta al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo.	Quito/pichi ncha/sierra
Proaño jimenez washington rodrigo	Clinica la merced	'022583711	'Mejia oe 7-30 cotopaxi	'1702098805001	Q861001, actividades a corto y a largo plazo de los hospitales básicos y generales, es decir, actividades médicas, de diagnóstico	Quito/pichi ncha/sierra
Atocha bravo alfonso lasiano	Comercial ar	'022958948	'Mejia oe6-65 cuenca	'1706482112001	G474113, venta al por menor de equipos de telecomunicaciones: celulares, tubos electrónicos, etcétera. Incluye partes y piezas	Quito/pichi ncha/sierra
Digipower cia. Ltda.	Digipower	'026034894	'Mejia oe2-00 flores	'1792197228001	G465993, venta al por mayor de equipo eléctrico como: motores eléctricos, transformadores, (incluye bombas para líquidos), ca	Quito/pichi ncha/sierra
Tixitextiles cia. Ltda.	Fabitex	'022570294	'Hermano miguel n4-90 mejia	'1792275172001	G464121, venta al por mayor de prendas de vestir, incluidas prendas (ropa)	Quito/pichi ncha/sierra

					deportivas.		
Bastidas maria isabel	El palacio del cinturon	'No disponible	'Chile oe1-21 flores	'0400791307001	G477111, venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra	
Aguilar diaz hector raul	Deport-punto	'No disponible	'Imbabura n4 -41 chile	'0906514500001	G464111, venta al por mayor de hilos (hilados) y tejidos.	Quito/pichi ncha/sierra	
Barros mesias maria olimpia	Centro de formacion artesanal particular olimpia barros	'023020991	'Chile 1028 guayaquil	'1702434000001	P852203, escuelas de cosmética y de peluquería.	Quito/pichi ncha/sierra	
Almache umaquinga mario alfredo	Distribuidora el tejar	'No disponible	'Chile oe6-227 imbabura	'1704343118001	G474200, venta al por menor de equipos de: radio, televisión y estereofónicos, reproductores y grabadores de cd y dvd en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra	
Puebla alvarez lizbeth alexandra	Jordao s jose puebla	'No disponible	'Chile 15-37 imbabura	'1707353858001	G475101, venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (agujas e hilo de coser) en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra	
Revelo espinosa diego fernando	Distribuidora marlene espinosa	'No disponible	'Chile oe8 50 imbabura	'1710894914001	G471102, venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios,	Quito/pichi ncha/sierra	
Instituto metropolitano de patrimonio	Instituto metropolitano de patrimo	'No disponible	'Venezuela n5-10 chile	'1768158090001	S960302, actividades de alquiler y venta de tumbas, mantenimiento de tumbas y mausoleos.	Quito/pichi ncha/sierra	
Consejo gubernativo de bienes arquidiocesanos de quito	Consejo gubernativo de bienes arquidiocesanos de quito-curia primada	'No disponible	'Chile oe4-22 venezuela	'1790326578001	S949101, actividades de las organizaciones religiosas o de particulares que prestan servicios directamente a los fieles en iglesias, mezquitas, templos, sinagogas y otros lugares de culto y servicios religiosos de honras fúnebres.	Quito/pichi ncha/sierra	
Meneses e hijos administracion de restaurantes c ltda	Meneses e hijos	'022957476	'Chile oe2-37 flores	'1790515540001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra	
Electrocentro	Electrocentro	'No disponible	'Chile sn pasaje isabel de santiago	'1792248639001	G475905, venta al por menor de electrodomésticos en establecimientos especializados: refrigeradoras, cocinas, microondas, etcétera	Quito/pichi ncha/sierra	
Editorial minotauro sa	Diario la hora	'022475726	'Duchilea n536 9 de agosto	'1790548287001	C181101, actividades de impresión.	Quito/pichi ncha/sierra	
Cortinas y visillos cortyvis c ltda	Cortyvis cia. Ltda. Cortinas y visillos	'022820354	'Duchilea n536 9 de agosto	'1790548252001	C131202, fabricación de tejidos (telas) aterciopelados y de felpilla, tejidos de rizo, tejidos de gasa, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra	
Dimasport cia. Ltda.	Dimasport cia. Ltda.	'022953811	'Chile sn imbabura	'1792277248001	G464131, venta al por mayor de calzado.	Quito/pichi ncha/sierra	
Fundacion patronato municipal san jose	Fundacion patronato municipal san jose	'022283915	'Chile oe6-48 benalcazar	'1791792173001	Q881000, servicios sociales, de asesoramiento, de bienestar social, de remisión y servicios similares que prestan a personas de	Quito/pichi ncha/sierra	
Carvajal arguello targelia zarina	Distribuidora el quinche	'No disponible	'Olmedo sn manabí	'1700275082001	G475204, venta al por menor de materiales de construcción como: ladrillos, ripio, cemento, madera, etcétera en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra	
Cialco s.a.	Cialcotel	'No disponible	'Garcia moreno n6-52 olmedo	'1790151506001	I551001, servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos, hosterías.	Quito/pichi ncha/sierra	
Woo jin cierres c.l.	Abc cierres	'No disponible	'Guayaquil n7-42 olmedo	'1790994724001	G464113, venta al por mayor de artículos de mercerías: agujas, hilo de costura, botones, cierres, cintas, encajes, alfileres, etcétera	Quito/pichi ncha/sierra	
Imetel ingenieria electrica y mecanica suministros y servicios cia. Ltda.	Imetel cia. Ltda.	'042103553	'Olmedo 706 toctiuco	'1791178424001	G465993, venta al por mayor de equipo eléctrico como: motores eléctricos, transformadores, (incluye bombas para líquidos), cables, conmutadores y de otros tipos de equipo de instalación de uso industrial.	Quito/pichi ncha/sierra	
Imporbahia s. A. Importadora bahia	Al costo	'No disponible	'Olmedo 1212 cotopaxi	'1791405919001	G464995, venta al por mayor de artículos de porcelana, cristalería, plástico, etcétera; artículos ornamentales;	Quito/pichi ncha/sierra	

					cubertería	
Centiseg cia. Ltda.	Centiseg	'022283360 022283360	'Guayaquil n7-42 olmedo	'1791407636001	N801003, servicios de guardias de seguridad.	Quito/pichi ncha/sierra
Narvaez y noboa comercio e ingeniería cia. Ltda.	Narvaez y noboa comercio e ingeniería cia. Ltda.	'No disponible	'José Joaquín de olmedo s8-172 juan montalvo	'1791752945001	G465202, venta al por mayor de teléfonos y equipos de comunicación.	Quito/pichi ncha/sierra
Solyavimport cia. Ltda.	Import sol	'No disponible	'Olmedo oe7-12 cotopaxi	'1792277272001	G471900, venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, actividades de venta de: prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, artículos de joyería y bi	Quito/pichi ncha/sierra
Soyor s.a.	Imporsol	'022623926	'Olmedo oe7-12 cotopaxi	'1792111854001	G464996, venta al por mayor de artículos de limpieza.	Quito/pichi ncha/sierra
Esparza torres jimena esperanza	Viveres la rebaja	'022388322	'Pichincha sn olmedo	'1709156754001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las b	Quito/pichi ncha/sierra
Incondetec ingeniería de construcciones y desarrollo tecnológico	Incondetec cia. Ltda.	'022072548	'Olmedo n3-20 bolivar	'1792202655001	C332009, servicios de instalación de otros tipos de equipo industrial a cambio de una retribución o por contrato, como: equipo	Quito/pichi ncha/sierra
Panama pauter julio roberto	Marmolería moderna	'022950318	'Imbabura s4 36 ambato	'0100928183001	C239603, servicios de apoyo al corte, tallado y acabado de la piedra a cambio de una retribución o por contrato.	Quito/pichi ncha/sierra
Trujillo chavez maria teresa	Helados conos y tulipanes	'022959687	'Ambato oe8-39 imbabura	'1701484428001	G478100, venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos de venta o mercados.	Quito/pichi ncha/sierra
Carrion jimenez maria soledad	Sala de belleza fabri	'022950361	'Ambato oe8 41 imbabura	'1708964877001	S960200, actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra
Garcia toro hortencia elena	Produfer	'No disponible	'Garcia moreno s620 juan montalvo	'0201508496001	G475204, venta al por menor de materiales de construcción como: ladrillos, ripio, cemento, madera, etcétera en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Diaz diaz fernando patricio	Panadería pasty pan	'No disponible	'Garcia moreno sn sucre	'0401224746001	C107101, elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.	Quito/pichi ncha/sierra
Espinosa valencia jaimé rodrigo	Rev	'022236608	'Mejía 453 garcia moreno	'1700301375001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Betancourt valle manuel ernesto	Comercial pablito	'022302186	'Gabriel garcia moreno sn antonio flores	'1701566406001	G471102, venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios,	Quito/pichi ncha/sierra
Ribadeneira calisto irene del carmen	Bambu bar cumbaya	'022040545	'Garcia moreno 385 manabi	'1703843373001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Guañuna chilcañan luis anibal	Avicola guañuna	'No disponible	'Garcia moreno	'1706693205001	A014601, explotación de criaderos de pollos y reproducción de aves de corral, pollos y gallinas (aves de la especie gallus domesticus).	Quito/pichi ncha/sierra
Imbaquingo martha cecilia	Viveres nancita	'022302105	'Garcia moreno sn jose rigoberto herrera	'1707069009001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra
Sampedro sampedro nancy piedad	Viveres andrea	'022302156	'Garcia moreno y sucre sn sucre	'1708164676001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como	Quito/pichi ncha/sierra

					prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	
Buri caraguay victor emilio	Kleiner shoes	'No disponible	'Ponce enriquez lote 1 garcia moreno	'1708525678001	C141002, fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, unifor	Quito/pichi ncha/sierra
Caiza ceron marco antonio	Compusoft	'No disponible	'Garcia moreno n2-247 benalcazar	'1709766453001	G474111, venta al por menor de computadoras y equipo periférico computacional en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Teran farinango maria magdalena	Viveres paulina	'022302047	'Simonbolivar sn garcia moreno	'1710088301001	G471101, venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra
Herrera flores mayra angelica	Danyels burger	'022302095	'Garcia moreno sn jose rigoberto herrera	'1713785358001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Gomez ayala olga lorena	Bazar amparito	'022302101	'Garcia moreno sn simon bolivar	'1715484208001	G477111, venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Velasco panchi milton david	Frigorifico david	'022302231	'Garcia moreno sn jose rigoberto herrera cazar	'1721929014001	G472109, venta al por menor de otros productos alimenticios en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Cialco s.a.	Cialcotel	'No disponible	'Garcia moreno n6-52 olmedo	'1790151506001	I551001, servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos, hosterías.	Quito/pichi ncha/sierra
Stimm cia ltda soluciones tecnologicas inteligentes	Brightstar	'No disponible	'Av. Garcia moreno panamericana norte	'1791230272001	G474113, venta al por menor de equipos de telecomunicaciones: celulares, tubos electrónicos, etcétera. Incluye partes y piezas en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Escuela particular jacinto jijon y caamaño	Hermanitas de la anunciacion	'022878041 022878041	'Garcia moreno sn colon	'1791786459001	P851021, educación primaria (desarrolla las capacidades, habilidades, destrezas y competencias de las niñas, niños y adolescentes, está compuesta por siete años de estudios, comprende el impartir formación académica y otras tareas relacionadas a los estudiantes de primero hasta séptimo de básica, que proporcionan una sólida educación para lectura, escritura y matemáticas, así como un nivel elemental de comprensión de disciplinas como: historia, geografía, ciencias, etcétera; puede ser provista en salones de clases o a través de radio, televisión, internet, correspondencia o en el hogar, incluye las actividades de escuelas unidocentes).	Quito/pichi ncha/sierra
Adipharm express s.a.	Adipharm express s.a.	'No disponible	'Garcia moreno panamerica norte	'1791800699001	H492301, todas las actividades de transporte de carga por carretera, incluido en camionetas de: troncos, ganado, transporte refri	Quito/pichi ncha/sierra
Centro comercial la manzana	C.c. La manzana	'02285418 02285418	'Garcia moreno 626 626 bolivar	'1791804902001	L682003, administración de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato.	Quito/pichi ncha/sierra
Yobel logistic s.a.	Yobel logistic s.a.	'022022704	'Av. Garcia moreno av. Panamericana norte	'1791863259001	H522902, actividades logísticas: planificación, diseño y apoyo de operaciones de transporte, almacenamiento y distribución; c	Quito/pichi ncha/sierra
Wireless logistics co cia. Ltda.	Wireless logistics	'022020990	'Av. Garcia moreno panamericana norte	'1791897307001	G476103, venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Unidad educativa miguel de cervantes uemc s.a.	Uemc	'022824919 022826358	'Garcia moreno sn 23 de abril	'1792005299001	P851021, educación primaria (desarrolla las capacidades, habilidades, destrezas y competencias de las niñas, niños y adolescentes, está compuesta por siete años de estudios, comprende el impartir formación académica y otras tareas relacionadas a los estudiantes de primero hasta séptimo de básica, que	Quito/pichi ncha/sierra

					proporcionan una sólida educación para lectura, escritura y matemáticas, así como un nivel elemental de comprensión de disciplinas como: historia, geografía, ciencias, etcétera; puede ser provista en salones de clases o a través de radio, televisión, internet, correspondencia o en el hogar, incluye las actividades de escuelas unidocentes).	
Sociedad civil y comercial nikita flowers	Nikita flowers	'No disponible	'Garcia moreno a-13	'1792015723001	A011903, cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos.	Quito/pichi ncha/sierra
Centro de desarrollo infantil florentinos	Centro educativo florentinos	'022823769 022012544	'Garcia moreno sn carapungo	'1792076218001	P851011, la educación preprimaria o inicial (es el proceso de acompañamiento al desarrollo integral que considera los aspectos	Quito/pichi ncha/sierra
Decowraps ecuador cia. Ltda.	Decowraps	'No disponible	'Garcia moreno sn camino del carmen	'1792193729001	C222091, fabricación de artículos de plástico para el envasado de productos: bolsas, sacos, cajones, cajas, garrafones, botellas, etcétera	Quito/pichi ncha/sierra
Tessutidilana s.a.	Casa blanca	'No disponible	'Garcia moreno n3-28 sucre	'1792212677001	G475101, venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (aguja e hilo de coser) en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Importadora de telas y ropa reinatex s.a.	Importadora de telas y ropa reinatex s.a.	'No disponible	'Garcia moreno n328 sucre	'1792212685001	G475101, venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (aguja e hilo de coser) en estab	Quito/pichi ncha/sierra
Oxfordplasticos cia. Ltda.	Oxford plasticos	'No disponible	'Guadalajara 2 garcia moreno	'1792224586001	C222099, fabricación de otros artículos de plástico diversos: accesorios para muebles, estatuillas, artesanías, correas de transporte y transmisión, cintas autoadhesivas, papel de empapelar, hormas de zapato, boquillas de cigarrillos y cigarrillos, peines, rúleros, a	Quito/pichi ncha/sierra
Distribuidora la granja	Distribuidora la granja	'No disponible	'Panamericana norte sn garcia moreno	'1792251281001	G477323, venta al por menor de mascotas y alimento para mascotas en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Comercializador a megahogar cia. Ltda.	Comercializador a megahogar cia. Ltda.	'022281701	'Garcia moreno n5-72 mejía	'1792292603001	G464112, venta al por mayor de lencería para el hogar cortinas, visillos, mantelería, toallas y diversos artículos domésticos.	Quito/pichi ncha/sierra
Vidcom sociedad de hecho	Vidcom sociedad de hecho	'No disponible	'Pasaje andina s/n garcia moreno	'1792339847001	G465922, venta al por mayor de maquinaria para la minería y construcción; incluye partes y piezas.	Quito/pichi ncha/sierra
Sihama servicios integrales de hotelería alimentación y mantenimiento c. L.	Sihama cia. Ltda	'022822088	'Psje. Andina calle garcia moreno	'1791173724001	I562100, servicio de comidas basado en acuerdos contractuales con el cliente para un evento (banquetes, bodas, fiestas y otras ce	Quito/pichi ncha/sierra
Textiles el rayo s.a.	Textiles el rayo sa	'022824797	'Garcia moreno panamericana norte km 12 5	'1790389219001	C143002, fabricación de medias, incluidos calcetines, leotardos y pantimedias.	Quito/pichi ncha/sierra
Centro medico maternal paez almeida y naranjo	Clinica sta. Barbara	'022282950	'Garcia moreno 15-03 esmeraldas	'1790764575001	Q861002, actividades a corto y a largo plazo de clínicas del día, básicas y generales, es decir, actividades médicas, de diag	Quito/pichi ncha/sierra
Valencia bohorquez holger kleber	Mega aluvid del valle	'025117728	'Garcia moreno s686 juan montalvo	'1709545519001	G475203, venta al por menor de vidrio plano y espejos en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Multioficinas cia. Ltda.	Multioficinas cia Ltda	'022568499 022904463	'Sucre 373 garcia moreno	'1791714679001	G465912, venta al por mayor de muebles de oficina.	Quito/pichi ncha/sierra
Bastidas maria isabel	El palacio del cinturon	'No disponible	'Chile oe1-21 flores	'0400791307001	G477111, venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Betancourt valle manuel ernesto	Comercial pablito	'022302186	'Gabriel garcia moreno sn antonio flores	'1701566406001	G471102, venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios,	Quito/pichi ncha/sierra
Rea manosalvas alcivar	Panaderia	'022302015	'Antonio flores sn gonzales suarez	'1705516977001	C107101, elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.	Quito/pichi ncha/sierra
Cobo delgado richard manuel	Top system	'No disponible	'Garcia moreno s463 juan José flores	'1710716679001	G476103, venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra

Benalcazar avellaneda clara emilia	Emily clare fashion	'022302121	'Simon bolivar sn antonio flores	'1717599722001	G471900, venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o e	Quito/pichi ncha/sierra
Espinosa paez s.a.	Espinosa páez s.a.	'022502774	'Madrid e12-31 isabel la catolica la floresta	'1790018032001	G465999, venta al por mayor de máquinas herramienta de cualquier tipo y para cualquier material: madera, acero, etcétera. La ve	Quito/pichi ncha/sierra
Distribuidora conson c ltda	Conson	'No disponible	'Juan José flores n-405 junín	'1790018946001	G475101, venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (agujas e hilo de coser) en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Meneses e hijos administracion de restaurantes c ltda	Meneses e hijos	'022957476	'Chile oe2-37 flores	'1790515540001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Empresa de desarrollo urbano de quito emduq c.e.m.	Innovar.uio	'No disponible	'Espejo oe2-40 flores	'1791298497001	F410010, construcción de todo tipo de edificios residenciales: casas familiares individuales, edificios multifamiliares, incluso edificios de alturas elevadas, viviendas para ancianos, casas para beneficencia, orfanatos, cárceles, cuarteles, conventos, casas religiosas. Incluye remodelación, renovación o rehabilitación de estructuras existentes.	Quito/pichi ncha/sierra
Constructora e inmobiliaria construecuador s.a.	Construecuador s.a.	'022507400	'Av. La coruña n26-219 san ignacio sector la floresta	'1791354877001	L682002, intermediación en la compra, venta y alquiler de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato.	Quito/pichi ncha/sierra
De avila industrias y comercio cia. Ltda	A.i.c. Cia. Ltda.	'No disponible	'Pasaje flores n59-72 eloy alfaró	'1791767365001	G466912, venta al por mayor de abonos y productos químicos de uso agrícola.	Quito/pichi ncha/sierra
Disproal	Disproal	'022879234	'Sucre flores	'1791798090001	G463031, venta al por mayor de carne y productos cárnicos (incluidas las aves de corral).	Quito/pichi ncha/sierra
Ecological adventure tour ecoadventure s.a.	Ecoadventure	'026046800 026046800	'Manuel sotomayor e17-105 flores jijón	'1791909348001	N791200, actividad de operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de viajes (tours) para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos. Esos viajes organizados (tours) pueden incluir la totalidad o parte de las siguientes características: transporte, alojamiento, comidas, visitas a museos, lugares históricos o culturales, espectáculos teatrales, musicales o deportivos.	Quito/pichi ncha/sierra
Frutemonfse	Frutería monserate	'No disponible	'Espejo oe2-12 flores	'1791965558001	I561001, restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	Quito/pichi ncha/sierra
Productos sksfarms cia. Ltda.	Productos sksfarms cia. Ltda.	'No disponible	'Reinaldo flores e2-23 aurelio guerrero	'1791995112001	C107312, elaboración de chocolate y productos de chocolate.	Quito/pichi ncha/sierra
Etradev ecuatorian trade development cia. Ltda.	Etradev ecuatorian trade development cia. Ltda.	'No disponible	'Flores n603 mejía	'1791998502001	G464911, venta al por mayor de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, etcétera incluye equipos de televisión, estéreos (equipos de sonido), equipos de grabación y reproductores de cd y dvd, cintas de audio y video cds,	Quito/pichi ncha/sierra
Photoprint s.a.	Digital sign supply dss	'No disponible	'Av. Juan tanca marengo 23 f flores	'1792058074001	G466911, venta al por mayor de productos químicos industriales: anilina, tinta de impresión, aceites esenciales, gases industri	Quito/pichi ncha/sierra
Maletería y servicios maleserv cia. Ltda.	Almacenes chimborazo jr	'No disponible	'Juan jose flores n3-07 sucre	'1792110734001	G477122, venta al por menor de artículos de cuero y sustitutos, incluido accesorios de viaje, excepto prendas de vestir en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Ingeniería, servicios, montajes y construcción de oleoductos de colombia s.a.	Ismocol de colombia s. A.	'022444098	'Manuel sotomayo 185 flores jijón	'1792119782001	B061000, extracción de aceites crudos de petróleo, esquistos bituminosos y arenas alquitranadas, producción de petróleo crudo	Quito/pichi ncha/sierra
Vimadis cia. Ltda.	Disproal	'No disponible	'Sucre 830 flores	'1792192250001	G463099, venta al por mayor de otros productos comestibles (enlatados y conservas).	Quito/pichi ncha/sierra
Fundacion quito eterno	Quito eterno	'022289506 022954469	'Flores n-421 espejo	'1792198038001	R932909, otras actividades de esparcimiento y recreativas (excepto las	Quito/pichi ncha/sierra

					de parques de atracciones y parques temáticos) no clasificadas en otra parte, incluye la gestión de estaciones de esquí, galleras, plazas de toros, etcétera.	
China national electric engineering co. Ltda.	Cnee co. Ltda.	'022467274	'Antonio flores jijon e17-99 manuel sotomayor	'1792334381001	D351002, operación de sistemas de transmisión y distribución de energía eléctrica (que constan de postes, medidores y cablea	Quito/pichi ncha/sierra
Majanã% cia. Ltda.	Majane cia. Ltda.	'022381192	'Psje. Florespa lote 02 chaupimolinos	'1792118956001	C107401, elaboración de pastas: tallarín, espaguetis, macarrones, lasaña, canelones, raviolos y fideos, sean o no cocidos, rel	Quito/pichi ncha/sierra
Digipower cia. Ltda.	Digipower	'026034894	'Mejia oe2-00 flores	'1792197228001	G465993, venta al por mayor de equipo eléctrico como: motores eléctricos, transformadores, (incluye bombas para líquidos), ca	Quito/pichi ncha/sierra
Yarad abedrabó luis ricardo	Procesos y colores	'022806823	'Miraflores alto sn km. 1.5	'0501158588001	S960101, lavado y limpieza en seco, planchado, etcétera, de todo tipo de prendas de vestir (incluso de piel) y de productos textiles que se realizan con equipo mecánico, a mano o en máquinas accionadas con monedas para el público en general o para clientes industr	Quito/pichi ncha/sierra
Salcedo almeida ligia yolanda	Gonzalo sanchez	'022953555	'Sucre 251 guayaquil	'1702356195001	G477111, venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra
Barros mesias maria olimpia	Centro de formacion artesanal particular olimpia barros	'023020991	'Chile 1028 guayaquil	'1702434000001	P852203, escuelas de cosmética y de peluquería.	Quito/pichi ncha/sierra
Paredes aguagallo luis efrain	Lp producciones graficas	'No disponible	'Guayaquil e4-417 av. Amazonas	'1712044518001	C181104, actividades de impresión de pósters, gigantografías, catálogos de publicidad, prospectos y otros impresos publicitarios, calendarios, formularios comerciales, directorios y otros materiales impresos de uso comercial, papel de correspondencia álbumes, agen	Quito/pichi ncha/sierra
Woo jin cierres c.l.	Abc cierres	'No disponible	'Guayaquil n7-42 olmedo	'1790994724001	G464113, venta al por mayor de artículos de mercaderías: agujas, hilo de costura, botones, cierres, cintas, encajes, alfileres, etcétera	Quito/pichi ncha/sierra
Universidad tecnologica america unita	U.n.i.t.a.	'No disponible	'Oriente oe3-38 guayaquil	'1791325184001	P852201, enseñanza técnica y profesional de nivel inferior al de la enseñanza superior, capacitación para guías turísticos,	Quito/pichi ncha/sierra
Centiseg cia. Ltda.	Centiseg	'022283360 022283360	'Guayaquil n7-42 olmedo	'1791407636001	N801003, servicios de guardias de seguridad.	Quito/pichi ncha/sierra
Aldaseg cia. Ltda.	Aldaseg cia. Ltda.	'No disponible	'Caldas 340 guayaquil	'1791751523001	N801003, servicios de guardias de seguridad.	Quito/pichi ncha/sierra
Jans-port cia. Ltda.	Jans port cia. Ltda.	'No disponible	'Guayaquil n3-178 espejo	'1791818229001	G471900, venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o e	Quito/pichi ncha/sierra
Fundacion teatro nacional sucre	Fundacion municipal teatro nacional sucre	'No disponible	'Manabí n8-131 guayaquil	'1791984714001	R900001, producción de obras de teatro, conciertos, óperas, espectáculos de danza y otras actividades escénicas como las actividades de grupos, circo o compañías, orquestas o bandas, incluido actividades complementarias para la producción y otras actividades escénicas realizadas en directo como: actividades de directores, productores, diseñadores y constructores de escenarios, tramoyistas, manejo de telones, técnicos de iluminación y sonido, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra
Negocios unidos paredes e hijos cia. Ltda.	Paredes e hijos cia. Ltda.	'022951241 022951241	'Sucre oe3-17 guayaquil	'1792078245001	I551001, servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos, hosterías.	Quito/pichi ncha/sierra
Fundacion salud igual para todos isabel meritt	Fundacion salud igual para todos isabel meritt	'022370240	'Guayaquil 155 juan montalvo	'1792137195001	Q862001, consulta y tratamiento por médicos generales y especialistas. Estas actividades pueden realizarse en consultorios privados, en consultorios colectivos, en clínicas ambulatorias, en clínicas anexas a empresas, escuelas, residencias de ancianos u organizaciones sindicales o fraternales y en los propios	Quito/pichi ncha/sierra

					domicilios de los pacientes.		
Cooperativa de ahorro y credito del magisterio de pichincha	Cooperativa magisterio de pichincha	'No disponible	'Rios n13-174 sodiro	'1790495507001	K641902, actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fondos. La concesión de crédito puede adoptar diversas formas, como préstamos, hipotecas, transacciones con tarjetas de crédito, etc. Esas	Quito/pichi ncha/sierra	
Enchanted expeditions cia ltda	Enchanted expeditions cia. Ltda.	'No disponible	'Los lirios las alondras	'1790919560001	N791200, actividad de operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de vía	Quito/pichi ncha/sierra	
Unidad educativa particular luis fidel martinez	Unidad educativa particular luis fidel martinez	'022282585 022289031	'Jose anteapra e4-55 los rios	'1791704320001	P851021, educación primaria (desarrolla las capacidades, habilidades, destrezas y competencias de las niñas, niños y adolescen	Quito/pichi ncha/sierra	
Noriega merchan irene esmeralda	Material de zapateria el paisa	'No disponible	'Venezuela n9-09 esmeraldas	'1102803994001	G477121, venta al por menor de calzado, material de zapateria (plantillas, taloneras, suela y artículos análogos) en establecimientos especializados.	Quito/pichi ncha/sierra	
Distribuidora de materiales dismac s.c.c.	Dismac s.c.c.	'No disponible	'Montufar n91 esmeraldas	'1791333632001	G465994, venta al por mayor de equipo médico y equipo de laboratorio.	Quito/pichi ncha/sierra	
Fundacion de servicio a la comunidad servicom	Servicom	'023162291 022581681	'Valparaiso n9-10 esmeraldas	'1791833945001	S949901, actividades de organizaciones no afiliadas directamente a un partido político que promueven una causa o cuestión públ	Quito/pichi ncha/sierra	
Jemygold metales cia. Ltda.	Jemygold metales	'022954681	'Esmeraldas oe3-78 vargas sector san blas	'1792386160001	G466203, venta al por mayor de oro y otros metales preciosos.	Quito/pichi ncha/sierra	
Centro medico maternal paez almeida y naranjo	Clinica sta. Barbara	'022282950	'Garcia moreno 15-03 esmeraldas	'1790764575001	Q861002, actividades a corto y a largo plazo de clínicas del día, básicas y generales, es decir, actividades médicas, de diag	Quito/pichi ncha/sierra	
Acabados de construcción mullo proano s.a.	Acm s.a.	'022959938	'Vargas galapagos	'1791357280001	G466313, venta al por mayor de materiales de construcción: piedra, arena, grava, cemento, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra	
Villarreal rubio importadores s.a.	El constructor	'No disponible	'Luis vargas n11-64 galapagos	'1791814843001	G475205, venta al por menor de equipo sanitario y material de fontanería: cañerías, conexiones, tuberías de caucho, accesorio	Quito/pichi ncha/sierra	
Sarvimport s.a. Acabados de la construcción	Savicasa	'022584645	'Vargas galapagos	'1791831527001	G466323, venta al por mayor de equipo sanitario y fontanería (bañeras, inodoros, lavabos tocadores y otra porcelana sanitaria)	Quito/pichi ncha/sierra	
Megamafers s.a.	Megamafers	'No disponible	'Vargas n11-58 galapagos	'1792231477001	G466314, venta al por mayor de papel tapiz y revestimiento de pisos (baldosas, linóleo).	Quito/pichi ncha/sierra	
Benitez angamarca richard edison	Ferreteria mary plus	'022282680	'Galapagos oe3-164 vargas	'1711384600001	G475201, venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en genera	Quito/pichi ncha/sierra	
Vera tapia monica patricia	Vera tapia monica patricia	'No disponible	'Fray jose maria vargas 10 transversal	'1708580046001	M711022, actividades de diseño de ingeniería y consultoría de ingeniería para proyectos de ingeniería civil, hidráulica y de tráfico.	Quito/pichi ncha/sierra	
Cooperativa de servicios jacaranda	Cooperativa de servicios jacaranda	'022895107 022893209	'Av. De las acacias s/n av. Jose maria vargas	'1790198510001	R931200, actividades de clubes deportivos profesionales, semiprofesionales o de aficionados que ofrecen a sus miembros la oportun	Quito/pichi ncha/sierra	
Jolizeb e hijos cia. Ltda.	Ferreteria rodriguez	'No disponible	'Galápagos n1131 vargas	'1791294343001	G475201, venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en genera	Quito/pichi ncha/sierra	
Acabados de construcción mullo proano s.a.	Acm s.a.	'022959938	'Vargas galapagos	'1791357280001	G466313, venta al por mayor de materiales de construcción: piedra, arena, grava, cemento, etcétera.	Quito/pichi ncha/sierra	
Villarreal rubio importadores s.a.	El constructor	'No disponible	'Luis vargas n11-64 galapagos	'1791814843001	G475205, venta al por menor de equipo sanitario y material de fontanería: cañerías, conexiones, tuberías de caucho,	Quito/pichi ncha/sierra	

					accesorio	
Sarvimport s.a. Acabados de la construcción	Savicasa	'022584645	'Vargas galapagos	'1791831527001	G466323, venta al por mayor de equipo sanitario y fontanería (bañeras, inodoros, lavabos tocadores y otra porcelana sanitaria)	Quito/pichincha/sierra
Materiales de construcción supermaconsvi s.a.	Maconsvi s.a.	'022584646 022286165	'Luis antonio vargas n11-37 caldas	'1792142067001	G471900, venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o e	Quito/pichincha/sierra
Megamafers s.a.	Megamafers	'No disponible	'Vargas n11-58 galapagos	'1792231477001	G466314, venta al por mayor de papel tapiz y revestimiento de pisos (baldosas, linóleo).	Quito/pichincha/sierra
Jemygold metales cia. Ltda.	Jemygold metales	'022954681	'Esmeraldas oe3-78 vargas sector san blas	'1792386160001	G466203, venta al por mayor de oro y otros metales preciosos.	Quito/pichincha/sierra
Instituto nacional mejia	Instituto nacional mejia	'022562841	'Vargas n13-93 arenas	'1768047420001	P852101, educación secundaria (comprende seis años de educación a continuación de la educación primaria, desde octavo de bá	Quito/pichincha/sierra
Benitez angamarca richard edison	Ferreteria mary plus	'022282680	'Galapagos oe3-164 vargas	'1711384600001	G475201, venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en genera	Quito/pichincha/sierra
Unidad educativa hermano miguel la salle	Unidad educativa hermano miguel la salle	'022952950	'Caldas oe1-153 vargas	'1791734335001	P851021, educación primaria (desarrolla las capacidades, habilidades, destrezas y competencias de las niñas, niños y adolescen	Quito/pichincha/sierra
Loteim cia. Ltda.	Loteim cia. Ltda.	'026024613 026013757	'Risuenior lote 21 jose maria vargas	'1792265681001	C139202, fabricación de accesorios confeccionados para el hogar: cortinas, cenefas, visillos.	Quito/pichincha/sierra

Anexo 4. Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social 0084



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0034

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito, rige a partir de tres ejes fundamentales de desarrollo: Ciudad Inteligente que se adecúa a las necesidades de la gente, Ciudad de Oportunidades, donde todos podemos crecer, progresar y cumplir nuestros sueños y hacer de Quito una Ciudad Solidaria donde se viva mejor y en donde exista equidad.

La Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito acorde al Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito 2015-2025 busca, por medio de la Responsabilidad Social, fomentar la corresponsabilidad entre los distintos actores que cohabitan en el territorio de manera de que cada uno actúe mitigando sus impactos y los de sus partes interesadas, incluyendo dentro de sus operaciones el triple balance de sus resultados en las esferas ambientales, sociales y económicas, teniendo siempre un correcto desempeño con la ética y la gobernanza para construir un Territorio Sostenible y Responsable.

Consecuente con su visión de gobierno responsable e integral, la Alcaldía considera necesario dar un giro a la Responsabilidad Social replanteando el camino iniciado a raíz de la promulgación de la Ordenanza Metropolitana N°333 de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano de Quito el 3 de diciembre de 2010 la cual se enfoca a fomentar la Responsabilidad Social mediante la premiación y el reconocimiento público con base en la creación de Informes de Sostenibilidad verificados por el GRI.

En el año 2012, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad del Municipio de Quito realizó un estudio en donde se concluyó que según las características del tejido empresarial del DMQ apenas el 14% de las empresas disponen de un informe de sostenibilidad o un documento similar, y dentro de ese porcentaje, solamente el 0,034% de las empresas cuentan con un informe verificado, conforme a los estándares del GRI. Considerando que la Responsabilidad Social debe ser accesible e inclusiva dentro de un territorio, el estudio concluye que se requiere dar mayor consistencia al objetivo planteado en la Ordenanza N°333.

El concepto de Responsabilidad Social ha evolucionado en el tiempo; pues si bien desde 1970 el economista Milton Friedman hablaba de que la única Responsabilidad Social de los negocios es la de usar los recursos y comprometerse



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0034

en actividades diseñadas para aumentar las utilidades; hoy en día el Dr. Wayne Visser, desarrolla su teoría de la Responsabilidad Social 2.0 la cual propone que las partes interesadas tomen conciencia de que se debe modificar las acciones, modelos productivos y forma de actuar con el fin de contribuir a mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales a las cuales el mundo se enfrenta actualmente. Debemos entender que la nueva Responsabilidad Social la hacen las personas, no las marcas; conjugando a los actores, se pasa de tener un valor empresarial a tener un valor compartido, un concepto de ciudadanía, en el cual se coordina un trabajo intersectorial bajo un esquema de corresponsabilidad en el que se incentiva la acción en el territorio con prácticas coordinadas en función del Desarrollo Sostenible del Distrito.

Bajo esa premisa, en cumplimiento al artículo 4 de la Ordenanza No. 333 y con los antecedentes anteriormente mencionados, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad y la Presidenta del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social CMRS deciden realizar un Foro de Responsabilidad Social en julio del 2014 con la temática de "Quito hacia una cultura de Responsabilidad Social". Dentro de este Foro, a través de una mesa de trabajo con empresas públicas y privadas, se determinó la factibilidad de la Ordenanza N°333 con las siguientes conclusiones:

- Necesidad de una visión estratégica de la Ordenanza que tenga como objetivo el fomento de un Distrito Metropolitano de Quito como un Territorio Sostenible y Responsable.
- Necesidad de plantear a nivel del territorio indicadores articulados en la dimensión económica, social, ambiental, cultural y político - institucional.
- Reformulación de la Ordenanza No. 333 a nivel de su concepto y alcance, destacando la necesidad de articular un instrumento de política pública práctico y que sobre todo promueva la Responsabilidad Social de forma más concreta e inclusiva. No solo por medio de los informes de RS.
- Necesidad de analizar el procedimiento de implementación de un Reconocimiento a la Responsabilidad Social para que sea real a la situación de las empresas y a la necesidad del territorio. Se planteó la posibilidad de articular con otros reconocimientos ya disponibles.



ORDENANZA METROPOLITANA N° 0084

- Reformulación del concepto y de la funcionalidad del “Banco de Datos” con el fin de que sea el primer instrumento para disponer de información clave de sostenibilidad en el territorio.

La decisión de proponer un proyecto de reforma a la Ordenanza N°333 se concretó de manera unánime por todos los nuevos Miembros del CMRS 2014-2016 en la Sesión Ordinaria del 21 de noviembre de 2014. Dentro de esta sesión se determinó de igual manera la realización de un Taller Participativo para determinar el alcance y la visión que debe tener la reforma de la Ordenanza No. 333. Este Taller, según los resultados presentados ante los Miembros del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social en la Sesión Extraordinaria del 9 de enero del 2015, estableció las siguientes conclusiones:

- Construcción de una nueva Ordenanza para la Responsabilidad Social que no reglamente sino que se enfoque en generar y fomentar una cultura de responsabilidad en toda la ciudadanía para impulsar un territorio sostenible y solidario.
- Se determinó que la Municipalidad debe definir estándares de Sostenibilidad para la ciudad en temas económicos, ambientales y sociales para cada grupo de interés a través de índices de sostenibilidad o implementando un sistema de Buenas Prácticas, sin estar sujeto a certificación.
- El Municipio de Quito debe promover herramientas y/o guías metodológicas que faciliten el desarrollo de prácticas responsables, así como la medición del impacto socio-económico y ambiental alcanzado.
- Se debe fomentar la elaboración de informes de RS pero no hacerlo obligatorio ni bajo una guía específica como el GRI pues puede limitar a las pequeñas empresas.
- Fomentar y apoyar incentivos, planes para asesoría técnica en PYMES y grandes empresas, transferencias de conocimientos desde la academia, programas de competitividad responsable.
- Es positiva la creación de un Día de la Responsabilidad Social sin embargo, se debe plantear una nueva fecha que coincida con algún evento internacional para darle más fuerza.



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0084

- Se destacó la existencia del Consejo, que sea representativo y que promueva e incentive la acción responsable de los distintos actores sociales.
- La Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad debe ser miembro activo del Consejo, al igual que la Secretaría de Ambiente, Educación e Inclusión Social.
- La "Secretaría Técnica de Responsabilidad Social" debe ser el ente ejecutor y coordinador de los distintos programas de Responsabilidad Social del Municipio Metropolitano de Quito.

Por votación unánime, dentro de la Sesión Extraordinaria del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social del 9 de enero del 2015 se resolvió que no se debe reformar la Ordenanza Metropolitana No. 333 de Responsabilidad Social sino que se debe redactar un borrador de una nueva Ordenanza para el fomento del Distrito como un Territorio Sostenible y Responsable, tarea que lideró el ente rector de la Responsabilidad Social, es decir la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad del Municipio de Quito en conjunto con la Secretaría Técnica de Responsabilidad Social y la Presidencia del CMRS.

El proyecto de Ordenanza fue elaborada en base a una metodología altamente participativa en la que interactuaron más de 50 representantes de la ciudadanía, entre expertos en Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible, representantes de entidades gubernamentales, municipales y provinciales, organizaciones no gubernamentales, representantes de la economía popular y solidaria, de la academia y de las distintas instancias referentes al sector económico, ambiental y social.