

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR

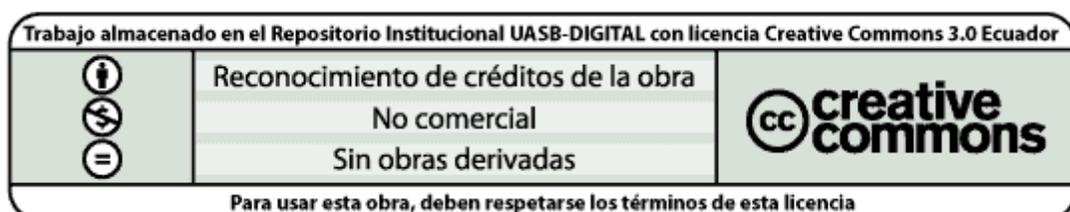
Área de Gestión

Programa de Maestría en Dirección de Empresas

Responsabilidad Social Empresarial RSE en las
Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito

Autor: Natalia Elizabeth Camacho Villegas

2014



CLAUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Natalia Elizabeth Camacho Villegas, autor/a de la tesis intitulada ***Responsabilidad Social Empresarial RSE en las pymes, Estudio en el D. M. de Quito*** mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magíster en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: Quito, 13 de Noviembre de 2014

Firma:

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR

Área de Gestión
Programa de Maestría en Dirección de Empresas

Responsabilidad Social Empresarial RSE en las
Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito

Autor: Natalia Elizabeth Camacho Villegas
Tutor: Ing. Antonio Troya

Quito – Ecuador

2014

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial, en la actualidad es un tema de relevancia, exige a los empresarios de las PYMES, una variedad de ideas creativas que deben implementar en sus estrategias empresariales para obtener como resultado características de diferenciación que fomenten una ventaja competitiva. La situación de las PYMES en el D.M. de Quito, es un tema de estudio, enfrentan varios factores limitantes para implementar RSE como estrategia corporativa, como una baja asignación de recursos, altos costos, falta de experiencia, da lugar a cierto grado de incertidumbre y por consecuencia un alto riesgo.

Existe diversos conceptos y procesos de implantación sobre RSE, inclusive el que menciona la ISO 26000, al cual el estudio hace referencia, se debe indagar en el sector de estudio para asimilar la situación actual y como la RSE se constituye en elemento de diferenciación en su estrategia, para ello se obtiene información de la observación directa del mercado, fuentes secundarias como el INEC y como fuente primaria el desarrollo de una entrevista dirigida para expertos.

Las pymes del D.M. de Quito y su mercado no están preparados para implantar RSE en su estrategia empresarial, se identificó que existen 99.275 pymes al 2010, los expertos menciona que 2 de 10 pymes podrían trabajar con RSE bajo una planeación estratégica, por otro lado el aporte económico es significativo, los ingresos promedio son \$219.044.93 (miles de \$), la RSE debe considerarse como un proceso transversal al plan estratégico y a la cadena de valor de la empresa, así crear cultura y consciencia en la comunidad.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, con todo mi ser a Dios, quien me ha dado la vida para disfrutar de cada instante, por brindarme su guía espiritual y bendiciones, por poner en mi vida caminos en los cuales he podido decidir mi destino.

Gracias a mi esposo Esteban Naranjo, por su tiempo, consideración y apoyo incondicional en este proceso, demostró que desea lo mejor para mí con su apoyo, cuidado y amor. Gracias por contribuir para que mis sueños y proyectos se hagan realidad, principalmente el más importante nuestro pequeño ángel.

Gracias a mis padres por incentivar mi crecimiento personal y profesional, por estar a mi lado con sus consejos y nunca dejarme sola.

A mi familia por darme la fuerza necesaria, por hacerme saber que no estoy sola y siempre van a estar a mi lado.

“Realmente soy un soñador práctico; mis sueños no son bagatelas en el aire. Lo que yo quiero es convertir mis sueños en realidad”.

Mahatma Gandhi

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS.....	8
LISTA DE GRÁFICOS.....	9
LISTA DE FIGURAS	9
LISTA DE FÓRMULAS	9
CAPITULO I: Introducción.....	10
1.1. Planteamiento del Problema	10
1.1.1. Descripción del Problema	11
1.1.2. Justificación.....	11
1.1.3. Pregunta Central	12
1.1.4. Objetivos	12
1.1.5. Hipótesis	13
1.2. Enfoque Teórico.....	13
1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial:.....	13
1.2.2. Conceptualización de Pymes en el Ecuador:.....	14
1.2.3. Estrategia Empresarial:.....	14
CAPITULO II: Marco conceptual de Responsabilidad Social Empresarial.....	15
2.1. Conceptualización de Responsabilidad Social Empresarial	15
2.2. Teorías no alineadas a la Responsabilidad Social Empresarial	22
2.3. La ética empresarial como nexo entre la Responsabilidad Social y la Empresa.....	26
CAPITULO III: Estudio del entorno de las pymes en el D. M. de Quito con la implementación de RSE en su estrategia empresarial.....	30
3.1. Metodología para localizar información	30
3.2. Situación actual de las pymes a nivel Nacional y Provincial	31
3.3. Situación actual de las PYMES a nivel local.....	35
3.3.1. Número de establecimientos PYME a nivel local.....	35
3.3.2. Ingresos PYME a nivel local	36
3.4. La responsabilidad social en las pymes locales – Entrevista Expertos	38
3.5. Evolución de Concepto de la RSE y las Contribuciones de los Expertos Entrevistados	68
3.6. Contribución local de las pymes que practican la RSE.....	80
CAPITULO IV: Ventajas y desventajas de las Pymes al implementar la RSE.....	85

4.1. Ventajas	85
4.2. Desventajas.....	87
CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones	90
5.1 Conclusiones.....	90
5.2. Recomendaciones.....	94
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	101
ANEXO 1: Materias Fundamentales de la Norma ISO 26000.....	102
ANEXO 2: Revista Ekos, Nuevo Conceptos Sobre la RSE, Sección Cultura Corporativa, Diciembre 2012	104
ANEXO 3: Número de Establecimientos Pyme en Ecuador	118
ANEXO 4: Concentración de Pymes en la Provincia de Pichincha.....	119
ANEXO 5: Datos del INEC, Ecuador en Cifras	120
ANEXO 6: Tabla y Gráficos Representativos de Número de Establecimientos Pymes en Quito de Acuerdo al Número de Empleados.....	128
ANEXO 7: Tabla y Gráficos Representativos de Número de Establecimientos Pyme por Sector Productivo en Quito	129
ANEXO 8: Tabla de Establecimientos Pyme Afiliados a la CAPEIPI	131
ANEXO 9: Mail de Respaldo CAPEIPI.....	132
ANEXO 10: Tabla y Gráficos Representativos de Ingresos Pyme por Clase de Empresa y Sector Productivo en Quito.	133
ANEXO 11: Revista Ekos, Pymes: Contribución Clave de la Economía.....	135
ANEXO 12: Fórmulas, Tasa de Crecimiento Anual e Ingresos Futuros.....	141
ANEXO 13: Lista de Miembros de CERES	143
ANEXO 14: Estructura de la Entrevista a Expertos	144
ANEXO 15: Entrevista Grabada, CD Compilado.....	146
ANEXO 16: Recopilación de Información	147
ANEXO 17: Práctica o Acciones de RS en Empresas y su Interés de Implementarlas a Futuro - Ecuador	160

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Detalle del Autor, Año y Trabajo.....	69
Tabla 2: Concepto Base de RSE de HOWARD BOWEN (1953)	70
Tabla 3: Concepto Base de RSE de MILTON FRIEDMAN (1970).....	71
Tabla 4: Concepto Base de RSE de la UNIÓN EUROPEA (2005)	72
Tabla 5: Concepto Base de RSE de la ISO 26000 (2010)	73
Tabla 6: Detalle de Autores Adicionales, Año y Trabajo.....	74
Tabla 7: Concepto Base de OTTMAN (1997).....	75
Tabla 8: Concepto Base de GEORGES ENDERLE (2003)	76
Tabla 9: Concepto Base de GEORGES ENDERLE (2003)	77
Tabla 10: Concepto Base de PIERRE HUPPERTS (2005).....	77
Tabla 11: Concepto Base de PIERRE HUPPERTS (2005).....	78
Tabla 12: Concepto Base de JORGE ETKIN (2009).....	79
Tabla 13: Número de establecimientos PYME en el Ecuador	118
Tabla 14: Número de establecimientos PYMES en Quito	128
Tabla 15: Número de establecimientos PYMES por sector productivo en Quito.....	129
Tabla 16: Número de establecimientos PYME afiliados a la CAPEIPI por sector productivo	131
Tabla 17: Ingresos PYME por clase de empresa y sector productivo en Quito.....	133
Tabla 18: Proyección de ingresos PYME en Ecuador y Quito año 2014.....	142
Tabla 19: Lista de miembros afiliados al CERES	143
Tabla 20: Recopilación de Información transcrita del audio.....	147

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de establecimientos PYMES en Quito	128
Gráfico 2: Número de establecimientos PYMES - sector productivo en Quito.....	129
Gráfico 3: Porcentaje número de establecimientos PYMES por sector productivo en Quito	130
Gráfico 4: Número de establecimientos PYMES por sector productivo y clase de empresas en Quito	130
Gráfico 5: Ingresos PYME por sector productivo en y clase de empresas en Quito....	133
Gráfico 6: Ingresos PYME por clase de empresas en Quito	134
Gráfico 7: Porcentajes de Ingresos PYME por clase de empresas en Quito	134

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Materias Fundamentales de la Norma ISO 26000	102
Figura 2: Concentración de PYMES por Provincia al 2011	119

LISTA DE FÓRMULAS

Fórmula 1: Estimación Tasa de Crecimiento Anual.....	141
Fórmula 2: Estimación de Ingresos Futuros al 2014	141

CAPITULO I: Introducción

1.1. Planteamiento del Problema

La responsabilidad social empresarial, existe mucho tiempo antes de que inventaran el término y a medida que pasan los años se genera relevancia, así como, se marca mayor importancia en la vida de las personas; como apreciación personal, es una característica innata del ser humano que lleva consigo el deseo de ponerla en práctica en cada uno de los entes de actuar de su cotidianidad. De igual manera las pequeñas y medianas empresas, pueden desarrollar su estrategia empresarial en base a la RSE que se implanta de acuerdo a su alcance, posibilidades, recursos y partiendo desde circunstancias corporativas necesarias para su implementación, por ello es necesario conocer los orígenes de esta conceptualización:

La Responsabilidad Social es un tema de relevancia en el medio, al ser una temática de influencia social y empresarial de la actualidad es loable conocer el origen de su contexto, según informes la responsabilidad social se acentúa a partir de la segunda mitad del siglo XX, tras la experiencia de haber tolerado dos guerras mundiales, se desarrolla una emergencia de nuevos movimientos sociales de signo radical y se enfatiza la implantación de procesos de reconstrucción social inmediata¹

Como lo menciona el autor, se plantea un cambio de mentalidad y de actitud en los movimientos sociales e influencia al sector empresarial, se considera que las personas son partícipes de la evolución económica y social

¹ SILVA, Erika Charvet, *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social*, Ecuador, Fundación Esquel, Julio 2000, p. 3

del mundo, forman grandes y pequeñas organizaciones con fines en común, que brindan un beneficio a la sociedad.

Se observa que las PYMES en el D.M. de Quito enfrentan varios factores limitantes para implementar RSE como estrategia corporativa, entre los cuales está el contar con baja asignación de recursos, altos costos, falta de conocimiento y experiencia en la implementación, no se vislumbra claramente los beneficios que se puede generar; da lugar a cierto grado de incertidumbre y por consecuencia un alto riesgo.

1.1.1. Descripción del Problema

Desarrollar una actividad económica responsable, se ha transformado en prioridad corporativa al fomentar iniciativas de estrategias con bases en la RSE, a la vez se genera un valor agregado en la esencia empresarial, contribuye con el entorno en el cual se desarrollan las actividades productivas a tal punto de poder priorizar la defensa del medio ambiente, se puede mejorar la apreciación positiva de la imagen de la organización en la mente del consumidor y por último, formar parte del desarrollo de objetivos que fortalezcan la filosofía empresarial.

La implantación voluntaria de RSE, es un proceso en el que también están inmersas las pequeñas y medianas empresas pero con su condición actual, resulta ser un limitante para alcanzar los fines propuestos, enfrentan grandes obstáculos y un alto riesgo.

1.1.2. Justificación

Investigar los resultados de llevar a cabo iniciativas de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del D.M. de Quito, es un

tópico de suma importancia, pues permite a los actuales y futuros empresarios del sector tener una noción de los beneficios generados tanto social como económicamente rentable, además de visualizar las ventajas inherentes dentro de la empresa, como considerar una táctica de negocio, el cambio de mentalidad positiva, la fuerte contribución con el entorno, la gran estrategia competitiva generada, pero así mismo es necesario conocer los fuertes obstáculos que genera el proceso.

Lo que permitirá adicionalmente es visualizar el desarrollo del proceso de implantación, verificar si resulta rentable incursionar en estos mecanismos de RSE a las pymes locales, así verificar como el empresario aportar en la temática y cuáles son los riesgos inherentes.

1.1.3. Pregunta Central

¿Cómo puede la Responsabilidad Social Empresarial contribuir a ser un elemento de diferenciación en las PYMES del D.M. de Quito?

1.1.4. Objetivos

- General:

Analizar el nivel de implementación de prácticas e iniciativas de RSE en las PYMES del D.M. de Quito.

- Específicos

- o Investigar cómo se define la Responsabilidad Social Empresarial en las pymes.
- o Determinar los beneficios que las pymes aportan con su entorno al implementar RSE en su estrategia corporativa.

- Analizar los beneficios económicos, sociales y ambientales que las pymes alcanzan en el sector de estudio.
- Determinar las ventajas y desventajas que obtienen las pymes al implementar en su estrategia empresarial mecanismos de RSE.

1.1.5. Hipótesis

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como parte fundamental en la estrategia empresarial de las pymes de D.M. de Quito, permite desarrollar lineamientos corporativos de diferenciación, competitividad y productividad eco rentable. .

1.2. Enfoque Teórico

1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial:

“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades, ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad”.²

“La única responsabilidad social de los gerentes es aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa para sus accionistas, destacando además que el comportamiento socialmente responsable es más propio de las personas que de las organizaciones”.³

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

² SCHVARSTEIN, Leonardo, *La Inteligencia Social de las Organizaciones*, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social, México D.F., Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, Febrero 2003, p. 51

³ FRIEDMAN, Milton, *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*, New York Times Magazine, September 13, 1970.

empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.⁴

1.2.2. Conceptualización de Pymes en el Ecuador:

“Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: comercio al por mayor y al por menor, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento, y comunicaciones, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, servicios comunales, sociales y personales”.⁵

1.2.3. Estrategia Empresarial:

“La estrategia empresarial explícita los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción de ésta en el medio socio económico”.⁶

⁴ IBAÑEZ, Javier Wenceslao Jiménez, *Responsabilidad Social de las Empresas y Finanzas Sociales*, España-Madrid, Ediciones Akal, 2004, p. 191.

⁵ Servicio de Rentas Internas, 13/09/2013, en <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>.

⁶ Negocios en Internet, Canguro Rico, 20-02-2012, en <http://cangurorico.com/2009/02/concepto-de-estrategia.html>.

CAPITULO II: Marco conceptual de Responsabilidad Social Empresarial

2.1. Conceptualización de Responsabilidad Social Empresarial

La empresa, al ser constituida por seres humanos, consolida en su creación ciertos valores, emociones, expectativas y propuestas de cambio del entorno en el cual se practique su esencia laboral, desde este punto la empresa no es un ente aislado y hermético, por lo contrario, se genera una sinergia vinculante de los individuos con sus propósitos productivos aplicables en el sector al cual pertenecen, así: *“La sociedad espera que las organizaciones presten servicios, que ofrezcan y ayuden al crecimiento de la comunidad”*⁷

Por otro lado sus grupos de interés como: proveedores, accionistas, trabajadores, clientes, competencia, la sociedad civil, entidades financieras y administración pública, exigen políticas internas que vayan en respaldo de la creación de un esquema de negocio en el cual se priorice el beneficio de la comunidad para aceptar un beneficio lucrativo, el agradecimiento, por así decirlo.

Un autor pionero de la conocida ***teoría de la actuación social de la empresa***, es Howard R. Bowen (1953 p.6) quien menciona sobre la RSE:

“Es la obligación que tienen los directivos empresariales de establecer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que sean deseables de acuerdo a los objetivos y valores de nuestra sociedad”.⁸

⁷ ETKIN, Jorge Ricardo, *Gestión de la complejidad en las organizaciones*, Buenos Aires, Ediciones Granica S.A., 2009, p. 381

⁸ MELE Domenec, *Responsabilidad Social de la Empresa: una revisión crítica a las principales teorías*, IECE Business School, Universidad de Navarra, Navarra – España, 2007, p.3

Bowen, es considerado como el precursor de la definición moderna de RSE, en su libro "*Social responsibilities of the businessman*", da las primeras nociones de integrar la empresa con la sociedad. Por otro lado es importante describir lo que menciona el Libro Verde de la Unión Europea respecto a la responsabilidad social en las empresas:

Ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir «más» en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas.

Estos valores se reflejan posteriormente en medidas en toda la empresa, añadiendo una dimensión social o ecológica a sus programas y presupuestos con el fin de realizar auditorías sociales o medioambientales y establecer programas de formación continua [...]. Cabe decir que determinadas PYME asumen ya su responsabilidad social, principalmente a través de una participación a nivel local.⁹

Como se expresa en esta última definición, la RSE va más allá de cumplir con lo legalmente establecido, desde esta perspectiva integra en la conceptualización la dimensión social y ecológica además de mencionar que la PYME esta actualmente integrando la RS en sus actividades y lo desarrolla en su medio local.

Establecer directrices de implementación en la esencia de la organización empresarial, para que el éxito se cultive en base al respeto de

⁹ Comisión Europea, *Libro Verde, Síntesis de la Legislación de la UE*, Sección Derechos y Organización del trabajo, modificada 07 - 2005, http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_work_organisation/n26039_es.htm

valores aplicados en el entorno, y se fortalezcan en su estructura estratégica integral como lo menciona el siguiente aporte:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es una visión de la empresa orientada al respeto de los valores éticos de las personas, las comunidades y el medio ambiente, como una estrategia integral para incrementar el prestigio de su imagen institucional y con ello ser más competitiva en el mercado mundial. Su ecuación es: “Empresa exitosa = Empresa Socialmente Responsable”¹⁰

Es necesario también, verificar el concepto de *Responsabilidad Social Empresaria del Consejo Económico y Social de los países bajos*, (pág. 10 y 13):

Una empresa acepta un papel visible dentro de la sociedad, que va más allá de la actividad principal y de lo legalmente obligatorio, y que tiene un valor agregado para la empresa y la sociedad [...] Dirigir conscientemente las actividades empresariales hacia la creación de valor a largo plazo en tres dimensiones no solamente magnitudes económicas financieras, como rentabilidad y valor bursátil, sino también en sentido social y ecológico¹¹

Mediante esta temática se considera que la RSE no es un proceso pre establecido, sino por lo contrario cada persona y cada empresa dependiendo del sector en el que se desempeña, experimenta su propia manera de aplicar esta conceptualización en sus actividades, así se puede decir que se ha constituido una definición de constante búsqueda y de evolución continua.

¹⁰ BROEDERLINK Denle y ALAI Agencia Latinoamericana de Información ALAI, *Territorios y recursos naturales: el saqueo versus el buen vivir*, Quito – Ecuador, Edición ALAI, Abril del 2008, p. 147

¹¹ HUPPERTS, Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, Argentina – Buenos Aires, Valleta Ediciones S.R.L., 1ª ed, 2005, p. 58

Otro punto de análisis que enfatiza el autor de la última cita son las tres dimensiones, en un desarrollo social, ecológico y económico, de ahí que nace la expresión Triple P:

Se refiere al concepto de Triple Bottom Line según lo formulado por John Elkington en su libro *Cannibals With Forks* (2005). Según este punto de vista, se debe dar importancia en las actividades corporativas en tres aspectos siguientes:

- People: las consecuencias sociales de sus acciones;
- Planet: las consecuencias ecológicas;
- Profit: el aspecto del beneficio económico¹².

Estas tres prioridades resultan importantes para constituir una estrategia empresarial, pues radica en pensar en el entorno, en los stakeholders¹³ y no solo en la ganancia de una actividad dirigida a su mercado objetivo.

En los países en vías de desarrollo la temática de mayor importancia son las personas (Hupperts Pierre 2005), entre estos países se encuentra Ecuador, cumple con las premisas establecidas por el autor, por ello al realizar el estudio en el sector de las pymes en el D. M. de Quito es necesario analizar el papel de la sociedad (people).

Las pequeñas y medianas empresas, representan un número sustancial en el sector de estudio, es importante conocer la evolución de la conceptualización RSE en su entorno y la importancia que significa su

¹² (H. Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, 20)

¹³ Se entiende por stakeholders a todas las personas, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa; están dentro y fuera de la empresa, y pueden afectar o ser afectadas por las actividades de la empresa, positiva o negativamente.

inherencia actual a estas prácticas responsables por la evolución de la economía mundial. Georges Enderle menciona lo siguiente:

Sostengo que las PYMES todavía tienen espacios de libertad desde los que asumir sus responsabilidades económicas, sociales y medioambientales, al menos bajo las condiciones de la mayoría de los entornos empresariales alrededor del planeta, asegurando que la responsabilidad corporativa no sólo es posible, sino también necesaria para que las PYMES obtengan y permanezcan con éxito en el sistema de economía global actual.¹⁴

Las *pymes*, se implantan en el sector y en la economía global, bajo objetivos establecidos, parten desde circunstancias corporativas necesarias para su implementación, puede resultar una situación riesgosa, así bajo la opinión de *Pierre Hupperts*:

Las *pymes* no parecen dar aún mucha importancia a la RSE. Generalmente estas empresas no poseen los medios económicos o personales adecuados para implementar una política de RSE¹⁵.

Este criterio plantea una tendencia genérica, que las Pymes no aplican esta conceptualización, por falta de recursos y es una conjetura que se debe analizar y corroborar con información relevante sobre la situación y el manejo de RSE en el sector de estudio.

Ahora bien, se ha analizado diferentes enfoques pero existe en la actualidad la mejor forma de plantear lineamientos en el tema de la responsabilidad social mediante la norma ISO 26000, que es una guía

¹⁴ ENDERLE, Georges, *Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Competencia global y responsabilidad corporativa de las pequeñas y medianas empresas, Madrid-España, Editorial Trotta S.A., 2003, p. 131

¹⁵ (H. Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, 13)

voluntaria creada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO siglas en inglés), expresa la siguiente conceptualización:

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones¹⁶

Es una conceptualización muy amplia, al ser una definición como guía, de estándar internacional, a manera personal considero que es aplicable al sector de estudio y a sus involucrados, es una definición clara y que hace partícipe al entorno empresarial. También es relevante la conceptualización de Triple Bottom Line, propuesta de John Elkington y mencionada por Pierre Hupperts (2005), que menciona la importancia de las actividades corporativas en tres aspectos: las consecuencias sociales en las personas, las consecuencias ecológicas en el planeta y el beneficio económico como rentabilidad; en sí, son dos conceptos que se complementan y que expongo como concordancia personal para el desarrollo del estudio.

¹⁶ ISO Organización Internacional de Estandarización, *Descubriendo la ISO 26000*, Definición 4.1., Suiza, 2010.

Por otro lado, cabe mencionar que en la ISO 26000 existen temas específicos dentro de la norma, estos establecen las normativas y lineamientos de gestión (Ver Anexo 1).

La terminología esta rica en diversos criterios, entre los cuales se puede también mencionar la conceptualización investigada, responsabilidad social (RS), entre el medio empresarial, tanto público y privado dentro de la sociedad ecuatoriana, para ello existe un Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador, realizado en el año 2012 en el cual se arroja porcentajes sobre el conocimiento de la terminología:

Sobre la RS, el porcentaje de representantes del Estado y organizaciones de la sociedad civil que expresan tener un alto grado de conocimiento es mayor que el de los empresarios. Es así que en el Estado la cifra es 60%; en lo que respecta a organizaciones de la sociedad civil, la cifra es 51%; y en las empresas es 42%¹⁷.

Contar con un alto grado de conocimiento sobre RS, en porcentajes reales y globales de nuestro país no quiere decir que nuestro sector de estudio sea parte de este grado de conocimiento, pues al revisar el porcentaje empresarial, que es el 42%, se visualiza que representa un porcentaje menor en comparación con el Estado y la Sociedad Civil, de esta manera se puede mencionar que el sector empresarial, dentro del cual está nuestro sector pyme, requiere impulsar el conocimiento de esta terminología porque un 58% representa a empresas que desconocen del tema.

¹⁷ TORRESANO, Mónica, IDE Business School, *Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador 2012*, Ecuador-Quito, <http://www2.ide.edu.ec/>, p.19

Así mismo dentro del estudio se menciona: *“En el caso de las microempresas, el porcentaje de gerentes que estiman tener un alto grado de conocimiento de RS es menor al 40%¹⁸”*. Entonces se tiene que impulsar el conocimiento, pero el hecho de que existan gerentes que conocen del tema motiva a nuestro estudio, va en un camino paulatino.

2.2. Teorías no alineadas a la Responsabilidad Social Empresarial

Al ser un tema con libertad de asimilación, pese a la existencia de una guía de procedimientos establecidos, existen grupos que no entienden el concepto de RSE de la manera adecuada y la utilizan de diferentes formas, se corre el riesgo de afectar el entorno; llegan al punto de tergiversar algunas actividades y confundir la definición de RSE, así se menciona: *“RSE no significa lo mismo para todo el mundo, varía su definición dependiendo del país, sector económico, tendencia y de la empresa.¹⁹”*

Entre las ideas de aplicación de RSE en el mundo empresarial podemos mencionar:

- a) Generalmente existe confusión al pensar que las prácticas laborales obligatorias, que toda empresa tiene que cumplir, son estrategias basadas en Responsabilidad Social, así por ejemplo el pago legal y equitativo de sueldos a los empleados, beneficios de ley puntuales, pago justo de horas extras, que se elimine la explotación laboral, erradicación del trabajo infantil.

¹⁸ (T. Mónica, *Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador 2012*, 20)

¹⁹ (H. Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, 12)

- b) Por otro lado se puede mencionar el aporte con el Estado mediante el pago puntual de impuestos, tasas y contribuciones, su punto de énfasis es recalcar que no están evadiendo mientras otras empresas si lo hacen, esta perspectiva resulta obligatoria, se debe cumplir de una forma transparente y no representa una práctica de RSE.
- c) Se considera también las obras sociales independientes con personas de escasos recursos, realizadas por los empleados o directivos de forma personal, es otra forma de considerar que la empresa realiza RSE cuando en realidad es una tendencia de algunas personas, conocida como filantropía corporativa pero no se puede considerar como una medida de RSE.
- d) Otro enfoque diferente, es utilizar RSE para establecer estrategias de comercialización, se recalca el marketing y publicidad, a tal punto de ver beneficios corporativos con la explotación de la RSE como medio de obtener ganancias lucrativas; para afianzar esta expectativa pongo a consideración el extracto publicado en la revista Ekos (Ver anexo 2)

Por otro lado vemos, con cierta frecuencia, pomposas publicidades que difunden algunas instituciones -privadas y públicas donde se auto califican como “eficientes” y “empresas socialmente responsables”, exhibiendo, lamentablemente, nada más que su acción social, las ayudas comunitarias que brindan, se ensalza su vocación humanitaria, sus buenas prácticas ambientales y otras acciones que les parece importante compartir con la sociedad.

Todo eso está bien, es plausible y encomiable, pero eso no es Responsabilidad Social, son sustanciales aportes a la RS, pero no significan que están “haciendo” RS²⁰.”

La RSE va mucho más allá, incluye la transformación social mediante la construcción y aplicación de prácticas cotidianas, que las desarrollen las personas de la organización, que aprendan a visualizar las estrategias empresariales como un punto de partida para la generación de mejores resultados corporativos; que permita la aplicación de estrategias inherentes, donde se aprecie la consecuencia de las decisiones en beneficio de la comunidad, del entorno e incluso de la misma empresa, que no se apeguen a resultados erróneos o que confundan actividades obligatorias con parámetros de RSE, o para ganar cierta imagen corporativa.

Ahora bien, la realidad actual de las organizaciones empresariales, está enmarcada en lo denominado en su momento por Alvin Toffel (1981) como ***una crisis de identidad***.²¹

Hay una gran confusión acerca del concepto de RSE ya que toda clase de términos se utilizan y mezclan de forma indiscriminada: Inversión Social Empresarial, Triple Boton Line, Ciudadanía Empresarial, calidad y Filantropía empresarial.²²

Esta confusión es genérica a tal punto que las empresas las comparten con su cliente, del cual es importante conocer la tendencia del consumidor, ésta puede marcar una reacción frente a conocer la procedencia de los productos o

²⁰ Revista EKOS, ***Nuevo Conceptos sobre la RSE***, Sección Cultura corporativa, Diciembre 2012, pg. 154 – 159
<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/554.pdf>

²¹ Facultad de Mercadeo Nacional e Internacional, ***Revista Iberoamericana de Marketing –RIM- N°2***, Colombia – Manizales, Comité Editorial, Diciembre – 2008, p. 109.

²² (H. Pierre, ***Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE***, 12)

servicios que frecuenten; sus expectativas además del grado de confianza incrementan al conocer la cadena productiva y el uso de una política de RSE. De esta manera se puede analizar lo siguiente:

En su libro Green Marketing (Ottman, 1997), el autor describe el crecimiento de la demanda del consumidor para los productos y servicio sustentables. Ahora está en la empresa comercial dar una respuesta adecuada frente a esta demanda²³.

Según este comentario el cliente muestra su preferencia cuando conoce el origen sustentable de sus productos, para las organizaciones, específicamente las pymes resultaría positiva este tipo de estrategia pues puede generar confianza y fidelidad de sus clientes; ahora bien optar por estas estrategias representa incremento de costos se genera un malestar en las empresas de análisis.

Al incrementarse los costos, la tendencia sería el aumento de los precios en los productos y servicio finales puede generar un malestar en las empresas del sector, además que afectaría la perspectiva del cliente, pues no estaría dispuesto a pagar más. Por otro lado esta condición favorece a la competencia, se ingresa en una guerra de precios, el cliente puede preferir comprar a un menor precio aunque la calidad apreciable e intangible de aplicar políticas sustentables diera un valor agregado.

Ahora tienen un importante cliente que les exige claros cumplimientos en RS para que puedan ser calificados como proveedores idóneos. Esta es una noticia

²³ (H. Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, 25)

que entusiasma: saber que hay empresas que diseminan la RS hacia sus grupos de interés²⁴.

Por este lado los clientes juegan el papel más importante para la creación de las estrategias empresariales de las pymes, los clientes exigen una mejor calidad al adquirir un servicio o producto, empiezan a destacar las características intangibles antes no apreciadas pero con el transcurrir del tiempo exigidas por los consumidores.

2.3. La ética empresarial como nexo entre la Responsabilidad Social y la Empresa

Se entiende por ética:

“La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. El concepto proviene del término griego *ethikos*, que significa “carácter”. Una sentencia ética es una declaración moral que elabora afirmaciones y define lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc. en lo referente a una acción o a una decisión.

Por lo tanto, cuando alguien aplica una sentencia ética sobre una persona, está realizando un juicio moral. La ética, pues, estudia la moral y determina cómo deben actuar los miembros de una sociedad. Por lo tanto, se la define como la ciencia del comportamiento moral”.²⁵

El tema de la ética en la empresa resulta es controversial para muchos empresarios al contar con una competencia desleal que evita la ética en los negocios, por esto el formar una organización que establezca como base la

²⁴(Revista EKOS, *Nuevo Conceptos sobre la RSE*, pg. 154 – 159)

²⁵Definición de ética, <http://definicion.de/etica/>

ética resulta difícil. En muchos casos la realidad es diferente, que esta terminología es muy difícil de interpretar y de aplicar en la empresa.

Se menciona la complejidad de la ética en el mundo empresarial, pues lo ideal sería que las actividades empresariales se manejen de forma vital bajo la ética, pero existen organizaciones que la evitan y lucran de una forma desleal, tomándolo como un camino fácil, donde se puede obtener lo que se desea.

Para las Pymes este término resulta de análisis, pues muchas pequeñas y medianas empresas se apegan a la ética, así se menciona:

A pesar de que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen una vasta mayoría de las organizaciones empresariales, normalmente se les suele situar a la sombra de las grandes corporaciones y son desatendidas en los debates públicos, incluido los que tratan sobre temas de ética de la empresa²⁶.

Referente a esta opinión, de forma local, las pymes a mas de contribuir con el motor productivo del país, buscan ser incluidas en temas de ética, por este lado en Pichincha existe la Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha CAPEIPI, que pone a la vanguardia estos temas tanto como creando foros de discusión entre sus afiliados como mostrando énfasis en la capacitación continua. Es una forma de aporte y de iniciativa que se crea a nivel local sobre el tema de la ética empresarial²⁷.

En el medio empresarial de las pymes existe la competencia desleal que a corto plazo tergiversa la forma correcta de ejecutar las transacciones

²⁶ (E. Georges, *Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, 131)

²⁷ Visitar página web de la CAPEIPI (www.pequenaindustria.org.ec)

comerciales y perjudica la eficiencia de las pymes que están en el camino correcto.

Existe el riesgo de que las empresas rivales capitalicen sus actividades en esta área para generar una imagen más positiva y una ventaja competitiva competitiva en el mercado²⁸.

La ética va de la mano con la empresa, a tal punto que existe en su cadena productiva, hasta el consumidor final, mantiene una condición legal, sin embargo, la responsabilidad social en la empresa, al ser un tema de libre interpretación y en apogeo, llega al punto de no utilizarlo a cabalidad y hasta no entender el significado real de la ética, las organizaciones que transitan por un camino no ético en el corto plazo puede generar una confusión en el consumidor, pero a largo plazo, el cliente puede identificar el tipo de empresa a la que brindo su lealtad, pues al parecer la obra que crearon se desmaterializa ante sus ojos y la tendencia sería regresar a las empresas que trabajen con cordura y con ética empresarial. La subsistencia de las empresas éticas en un mercado totalmente competitivo resulta favorable a largo plazo, así se expresa:

Las empresas que se conducen éticamente son las que terminan siendo competitivas me parece fundamental [...] la sensación que teníamos es que existía una incompatibilidad entre ética y competitividad, que no pedían ir juntas. Al hablar de competitividad quizá tenemos la sensación de que es sinónimo de desalojar al adversario y, por lo tanto, no parece que pueda compaginarse mucho una conducta ética con la búsqueda del desalojo del adversario²⁹.

²⁸ (H. Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, 21)

²⁹ CORTINA Adela, CONILL, Jesús, *Democracia participativa y sociedad civil Una ética empresarial*, Colombia – Santa Fe de Bogotá, Siglo del Hombre editores, 1998, p.27

Bajo esta opinión es indispensable diferenciar los dos criterios, ahora cabe desarrollar una inquietud, ¿la ética resulta rentable o no para los negocios?, pues en muchos casos los empresarios no aplican la ética pues perjudican su situación, enfrentan una realidad difícil que consiste que las demás empresas de la competencia no lo hacen y por ende ellos tampoco lo aplican, por este lado se toma una decisión por conveniencia pero no por convicción.

Las pymes enfrentan una situación decisiva al considerar a la ética como parte de su negocio, en la realidad se encuentran en un medio competitivo, donde no todos trabajan éticamente, por lo contrario realizan prácticas injustas para obtener rendimientos al corto plazo, según la temática expuesta no resulta imposible trabajar con ética, pues estas organizaciones al integrarla en cada actividad proyectan a mantenerse al largo plazo, pues los resultados no son inmediatos, sino duraderos. *“Las únicas empresas que sobreviven y que incluso prosperan son las éticas. Y, casi por definición las empresas que no se comprometan éticamente son precisamente las que desaparecen.”*³⁰

Ante esta situación las pymes enfrentan un riesgo adicional el mantenerse en sus convicciones, el cliente en la actualidad aprecia la calidad y las políticas de valor agregado, pero para una pequeña o mediana organización, es un reto, no imposible pero si riguroso, mantener a un cliente en estas condiciones, cuentan con recursos limitados; la situación se presentan como un costo no apreciable por el cliente a simple vista, pero si es un resultado notorio con el consumo permanente.

³⁰ (C. Adela, C. Jesús, *Democracia participativa y sociedad civil Una ética empresarial*, 26)

CAPITULO III: Estudio del entorno de las pymes en el D. M. de Quito con la implementación de RSE en su estrategia empresarial.

3.1. Metodología para localizar información

Es importante conocer la perspectiva que se maneja actualmente en el sector de estudio sobre la RSE, la metodología de investigación es bajo el método descriptivo, que permitirá indagar en el sector a través del uso de la técnica de observación directa, que forma parte de los métodos empíricos, información que se tomará de estudios realizados del sector, mediante el respaldo de fuentes secundarias, adicionalmente la elaboración de la entrevista, que se direcciona a expertos en Pymes, de las cuales permitan obtener información relevante que describan la situación actual de la RSE como parte de la estratégica empresarial de las pymes del D.M. de Quito.

Una vez realizada una observación del sector se puede identificar que el tema de RSE en la pymes de la ciudad no está alineado a su planeación estratégica, de hecho se puede percibir que no cuentan con una planeación estratégica documentada, pero cuentan con objetivos y metas que cumplen en el día a día y su propósito es mantenerse en el tiempo, por esta razón es necesario conocer la opinión de expertos para conocer el tema de RSE en el sector por ello se plantea las personas para las entrevistas, mismas que luego de gestiones se establecen:

Experto 1: Economista Wilson Araque, Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar

- **Experto 2:** MBA. Mónica Torresano, Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Docente del IDE Business School
- **Experto 3:** Ingeniero Civil Gabriel Gordillo, Gerente General de la pyme Camiones y Buses del Ecuador S.A. “SCANEQ”, empresa representante de la marca SCANIA- Brasil
- **Experto 4:** Ingeniero Comercial Pablo Almeida, Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO
- **Experto 5:** Ingeniera en Alimentos Andrea Naranjo, Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC
- **Experto 6:** Ingeniera Agroindustrial Gina López, Área Técnica de la Subsecretaria de Calidad del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO

3.2. Situación actual de las pymes a nivel Nacional y Provincial

Las pymes son empresas que tienen una gran relevancia a nivel nacional, a tal punto que son un ente activo generador de empleo y aportan al motor productivo nacional, de acuerdo a estudios realizados y proporcionados por el Observatorio de la Pyme, en el Ecuador contamos con 496.708 pymes³¹, dentro de este número se clasifican en micro, pequeñas y medianas empresas, datos tomados del INEC, Censo Económico 2010; Referente a información empresarial nacional, esta base de datos es la más actualizada con la que se cuenta, según el INEC, este censo se realiza cada 30 años y no tiene tasas de

³¹ Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Observatorio de la Pyme, *Preguntas frecuentes pyme*, Preguntas Pyme N° 1, <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/SS.pdf>

crecimiento estimadas que permitan proyectar datos para años posteriores³², así se muestra la clasificación en la Tabla N°12 (Ver Anexo 3), permite determinar que las Micro empresas al año 2010, cuentan con el mayor número de emprendimientos pyme a nivel nacional, así representa el 95.60% (474.844 establecimientos). Por otro lado es necesario conocer la normativa vigente, específicamente en el COPCI se menciona el significado y la clasificación de pymes para nuestro estado:

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código³³.

En esta definición, las pymes al clasificarse de acuerdo al número de trabajadores y a los ingresos que aportan, el gobierno las hace partícipes de manera formal y mediante una normativa, así mismo complementan su clasificación bajo los Reglamentos al Código de la Producción, se menciona:

Art. 106.- Clasificación de las MYPIMES.- Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, estas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

³² Personal, Biblioteca Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Octubre 2013

³³ ASAMBLEA Nacional, *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI*, Libro III, Del Desarrollo Empresarial..., Título I, Del Fomento de la Micro, Pequeña y..., Capítulo I, Del Fomento y Desarrollo... Art. 53, Registro Oficial 351, 29 de diciembre del 2010.

a.- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América;

b.- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y,

c.- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América³⁴.

A nivel país, es importante conocer el sector productivo donde se desarrollan la mayoría de pequeñas y medianas empresas, según información secundaria el sector COMERCIO es el de mayor apogeo productivo, representa el 55.6% del total de pymes, *“aproximadamente 6 de cada 10 microempresas están dedicadas a actividades de compra y venta de bienes”*³⁵.

Referente al grado de cumplimiento tributario, representa su aporte al desarrollo nacional, por la legalidad del pago de impuestos, además es un mecanismo de control y requisito de constitución empresarial, de acuerdo al SRI la pyme es muy importante, por ello menciona *“Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base*

³⁴ ASAMBLEA Nacional, **Reglamentos al Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión**, Sección 2: Estructura e Institucionalidad del Desarrollo Productivo , Acápites II, Título I, Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, Capítulo I, Clasificación de las Mipymes, Art. 106, pg. 188

³⁵ Universidad Andina Simón Bolívar, Observatorio de la Pyme, ARAQUE Wilson, Cuaderno de Trabajo N°1, **Tema: Las Pymes y su situación actual**, http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo³⁶”

El Servicio de Rentas Internas enmarca para las pymes un tratamiento tributario *“Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades³⁷”* por ello es decisión del empresario determinar su figura tributaria ante el SRI, igual datos de fuentes secundarias mencionan que la legalidad tributaria de las pymes continúa en aumento paulatino, a tal punto de contar a nivel nacional con 334.535 empresas que poseen RUC, esta pueden representar aproximadamente el 67% del total de pymes en el Ecuador³⁸ estimación al año 2010.

Para conocimiento de la provincia donde se encuentra el sector de estudio, se menciona que Pichincha ocupa el segundo lugar a nivel nacional de emprendimientos pymes, así cuenta con 110.585 establecimientos, al año 2010³⁹, como no se cuenta con tasas de crecimiento económico, se indaga en información adicional y se encuentra un artículo de la revista EKOS publicado en el año 2012 que menciona, Pichincha al 2011, ocupa el primer lugar con emprendimientos pyme a nivel nacional: *“A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agrupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%⁴⁰”*.

³⁶ Servicio de Rentas Internas, 11/10/2013, en <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>

³⁷ Servicio de Rentas Internas, 11/10/2013, en <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>

³⁸ (Universidad Andina Simón Bolívar, *Preguntas frecuentes pyme*)

³⁹ (Universidad Andina Simón Bolívar, *Preguntas frecuentes pyme*)

⁴⁰ (Revista EKOS, *Pymes: Contribución Clave de la Economía*, 35)

Esta información puede ser porque son las provincias con mayor densidad poblacional a nivel país, el artículo incluye en su publicación la *Figura N° 2* (Ver Anexo 4).

3.3. Situación actual de las PYMES a nivel local

La información relevante se toma de fuentes secundarias sobre Quito, en este caso del INEC (censo económico 2010), la información se puede extraer de acuerdo al número de empleados para obtener información sobre las pymes en el sector de estudio (Ver Anexo 5).

3.3.1. Número de establecimientos PYME a nivel local

En primer lugar se parte de obtener el número de establecimientos pyme de acuerdo a la clase de empresa micro, pequeña y mediana empresa, información que muestra la Tabla N°13 (Ver Anexo 6), como se puede visualizar, Quito cuenta con un total de 99.275 Pymes, entre las cuales la mayor concentración de establecimientos se encuentra entre la categoría de micro empresa que representa el 94.09% (93.406 establecimientos) del total.

Así mismo como información relevante se tiene el número de establecimiento pyme por sector productivo, que muestra la Tabla N°14, en ella se puede identificar que el sector con mayor emprendimientos pyme es Comercio (49.104 establecimientos) que representa el 49.46% y en segundo lugar el sector de Servicios (39.650 establecimientos) con un 39.94%, (Ver Anexo 7):

Como se mencionaba, en el sector de estudio existe un organismo que cumple una tarea muy loable respecto al apoyo empresarial PYME, esta es la conoce como Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha

CAPEIPI⁴¹, con sus organismos adscritos el Centro de Exposiciones Quito y el Instituto de Capacitación de la Pequeña Industria.

Esta entidad incluye programas de responsabilidad social, quiere decir que dentro de sus afiliados promueve e impulsa la temática de estudio de acuerdo a información proporcionada por esta entidad (Ver Anexo 9) cuenta con 1327 empresas afiliadas distribuidas en nueve sectores productivos enmarcados en la Tabla N°15 (Ver Anexo 8), mayor información no pudieron emitir pues resulta confidencial, pero el número de empresas es mínimo en comparación al total de pymes en Quito.

3.3.2. Ingresos PYME a nivel local

De acuerdo al aporte económico las pymes tienen un promedio de ventas a nivel nacional de \$429.530,98⁴², específicamente en el ciudad de Quito de \$219.044,93⁴³, dato estimado al 2010 por el INEC, se muestra la Tabla N°16 con la información de ingresos por ventas por clase de empresa y sector productivo (Ver Anexo 10). Se puede visualizar, que el ingreso de mayor relevancia corresponde a medianas empresas con \$203.871.36 que representan el 93.07% del total de aporte de las pymes, por este lado a pesar que la Tabla N°14 muestra que las medianas empresas manejan el menor

⁴¹ En el año de 1971 se conforma la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha; gremio que reúne a los pequeños y medianos empresarios de toda la provincia, estableciéndose en una de las más importantes entidades del sector productivo, no solo por el número de afiliados, sino por los empleos que generan sus empresas asociadas. La CAPEIPI, es un ente proactivo, incluyente, con programas de responsabilidad social, que fomenta el desarrollo productivo del país, con el apoyo de entidades públicas y privadas. Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, www.capeipi.org.ec, Octubre - 2013

⁴² Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Observatorio de la Pyme, *Preguntas frecuentes pyme*, Preguntas Pyme N° 2, <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Preguntas%20PyME%202.pdf>

⁴³ INEC, *Censo Económico 2010*, www.ecuadorencifras.gob.ec

número de establecimientos, con esta nueva información se verifica que son las que mayor aporte económico brindan al D.M. de Quito.

Al hablar de sectores productivos, datos que también muestran la tabla anterior, el sector Comercio, brinda mayor ingreso al D.M. de Quito con \$90.301,92, esta información es importante porque también es el sector con mayor número de establecimientos pymes, según datos anteriores. Dando como segundo lugar a nivel de ingresos es el sector de Manufactura con \$89.061,35.

Al no contar con información actualizada por parte del organismo serio encargado de estadísticas, el INEC, para años posteriores al 2010, se empieza a indagar en información secundaria más actual que permita estimar proyecciones como aporte personal al estudio en desarrollo.

Por tal motivo se analiza el artículo Pymes, Contribución Clave de la Economía publicada en la revista Ekos, se expone al 2011 lo siguiente (Ver Anexo 11) *“En promedio, las empresas pequeñas y medianas a nivel nacional tienen un ingreso anual de USD 451.341,00⁴⁴”*, este dato es muy importante pues al contar con los ingresos del INEC al 2010 y de la revista Ekos al 2011 se puede estimar una tasa de crecimiento anual (TCA%) utilizando su fórmula, permitirá obtener información proyectada (Ver Anexo 12). Se obtiene como resultado 5.08%, así se puede determinar una proyección de ingresos futuros con su respectiva fórmula y se elabora la Tabla N°17 (Ver Anexo 12):

⁴⁴ Revista EKOS, *Pymes: Contribución Clave de la Economía*, Sección Especial, Noviembre 2012, p. 36, <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/223.pdf>

Realizando la proyección de ingresos al 2014, contando aproximadamente con \$267.062,84 como ingresos PYMES del sector de Estudio, es una cifra considerable que apoya el motor productivo local y nacional, mostrando la importancia de este tipo de organizaciones.

3.4. La responsabilidad social en las pymes locales – Entrevista

Expertos

El tema de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador está en apogeo, pero a la vez genera expectativa para obtener mejores resultados en su aplicación en el medio empresarial, por este lado se encuentra que en Quito existe una institución que puso en prioridad esta temática, el nombre de la institución es Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social CERES que cuenta con 37 miembros (Ver Anexo 13).⁴⁵.

Se empieza a tomar en cuenta a pequeñas y medianas organizaciones que podrían contar con representación en esta gran institución y se podría fortalecer y cimentar la situación actual que enfrentan las pymes al querer incursionar en esta temática.

Es indispensable conocer información además de las fuentes secundarias expuestas previamente la información de fuentes primarias, las cuales interpretan de una forma aproximada la situación actual de las pymes, por ello se establece como fuente primaria, la recolección de información

⁴⁵ Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y ONG's que promueve el concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa con enfoque al negocio núcleo de la empresa, para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible. CERES es la entidad líder en El gestión del conocimiento e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador y cuenta con alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional para brindar los mejores servicios a sus miembros. Es una plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad. CERES, <http://www.redceres.org/>, 22/02/2013

mediante del usos de la “entrevista estructurada dirigida a expertos”, la cual permitirá encontrar un contenido relevante sobre este tema, y contestar varias interrogantes sobre la RSE en las pymes de la ciudad de Quito.

Por otro lado al mencionar fuentes secundarias, se pudo encontrar un Estudio realizado en nuestro país sobre Responsabilidad Social actual, denominado “*Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador 2012*” que corrobora a la entrevista a expertos, por este lado sustentar las opiniones de los expertos con información estadística a nivel nacional, este estudio fue elaborado en el año 2012, como autora la MBA Mónica Torresano en coordinación con IDE Business School, con quien entablamos una de las entrevistas, para visualizar la estructura de las entrevistas (Ver Anexo 14)

Expertos Entrevistados

Para obtener información se determinó a la entrevista, en esta se toma la participación de profesionales que analizan la situación de las pymes en el país y en el sector entre los cuales se consideró la opinión del sector público, privado, de enseñanza y de especialista en RS, se menciona que existió dificultad para encontrar profesionales en el tema y posterior a gestiones se pudo establecer la entrevista, el listado de expertos se encuentra previamente descrito en este documento en el tema 3.1.

Resumen de la Entrevista

La entrevista se desarrollo en los lugares de trabajo de cada entrevistado, se empleo el mecanismo de grabación (Ver Anexo 15), mediante la autorización previa del profesional entrevistado, se realizó la entrevista enfocada al tema, se explica el objetivo de la entrevista y se plantearon las

preguntas preestablecidas en el cuestionario, posteriormente se extrajo la información de las grabaciones (Ver anexo 16) y se depuró la información para este estudio, obteniendo las siguientes respuestas:

Pregunta 1: ¿En una pyme, considera que las estrategias juegan un papel significativo? ¿Por qué?

Como toda empresa, “el plan estratégico tiene un papel importante porque indica hacia dónde va la empresa⁴⁶”, además “permite establecer lineamientos para verificar el cumplimiento de metas y objetivos⁴⁷”, da pauta, para monitorear los resultados; “se puede ver desviaciones y tomar medidas correctiva o de mejora para procesos tanto operativos como empresariales⁴⁸”.

“Las pymes no necesariamente manejan términos de estrategia empresarial ni de mercados, más bien están enfocados en gestión de operaciones; se forjan en la eficiencia, más que pensar a nivel estratégico, no hay un enfoque a la estrategia empresarial, es una falencia de la pyme⁴⁹”. “Muy pocas pymes se preocupan por diseñar de una manera formal la estrategia, no la tienen discutida ni documentada pero a pesar de que no existe la formalización la pyme tiene una estrategia, quizá está en la mente del propietario⁵⁰”.

Ésta es la realidad de las pymes, el plan estratégico no es un asunto prioritario para este tipo de empresas, por otro lado, “las pymes más que para las empresas grandes, el contar con una estrategia mentalizada puede

⁴⁶ Experto 6: Ing. Gina López

⁴⁷ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

⁴⁸ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁴⁹ Experto 2: MBA Mónica Torresano

⁵⁰ Experto 1: Ing. Wilson Araque

significar sobrevivir en el tiempo⁵¹”, “muchas de las pymes son empresas familiares o simplemente son empresas que surgen de la creatividad de alguna persona que constituyen su idea como una empresa, muchos de los empresarios no son preparados, no poseen información y cuentan con escaso conocimiento⁵²”.

Referente a lo expuesto por expertos, considero que las pymes juegan un papel muy importante en el medio empresarial local, a pesar de no contar con un planeamiento estratégico documentado, cuentan con estrategias intuitivas que se desarrollan a medida en que las circunstancias se presentan, mantienen el hecho de sobrevivir en el tiempo; según los comentarios muchos empresarios no cuentan con la capacitación adecuada para desarrollar un plan estratégico documentado y no priorizan esta actividad, pero a largo plazo resulta necesario para el desarrollo de la empresa y la toma de decisiones.

Pregunta 2: ¿Cómo cree que la Responsabilidad Social Empresarial influya en el plan estratégico de las pymes?

“El tema de Responsabilidad Social cruza de manera transversal a un plan estratégico [...], está inmersa como un deber de todos los seres humanos, el concepto es amplio⁵³”, “va relacionado con todo, con el ambiente, con las personas, con los recursos porque si se malgastan los recursos hay un impacto ambiental, a su vez se genera un impacto financiero que puede afectar posteriormente a los funcionarios, por este lado se vuelve prioritario conocer

⁵¹ Experto 3: Gabriel Gordillo

⁵² Experto 6: Gina López

⁵³ Experto 1: Eco. Wilson Araque

sobre el tema pero resulta difícil aplicarlo en nuestro medio por la cultura y grado de conocimiento de las personas⁵⁴”.

“Es muy marginal, en el estudio de RS del 2012 realizado a empresas se identifica que el 42% de empresas consideran que tienen algo de estrategias con RS pero de esas menos de la mitad alineadas al plan estratégico y eso en cifras generales, al hablar de las pymes es mucho más restringido, queremos decir que 2 de cada 10 empresas apenas tendrían un plan estratégico donde introduzcan elementos de RS y en la pyme es menor⁵⁵”.

“La mayoría de las pymes no tienen implementado lo que es RSE pero si tienen lineamientos, que se puede entender como estrategia, que ayuda al cumplimiento de los objetivos, uno de los objetivos, puede ser a largo plazo, contar con RS dentro de la empresa⁵⁶”, “se lo puede ver como una ventaja, culturalmente las pymes siempre relacionan el tema de Costo / Beneficio. Como país, el estado debe incentivar mediante capacitaciones, beneficios para que las pymes incorporen estos sistemas y sean garantizados para generar éxitos futuros⁵⁷”.

Se puede observar entre las opiniones vertidas que la RSE influye en el plan estratégico de una empresa, donde se puede crear conciencia, que la RSE está en todos los que conforman la empresa y su entorno, como menciona el Eco. Araque, cruza de manera transversal, es decir debe ir a la par de un plan estratégico.

⁵⁴ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

⁵⁵ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁵⁶ Experto 5: Andrea Naranjo

⁵⁷ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

En el caso de las pymes del sector, se menciona que no tienen desarrollado un plan estratégico y menos incluida la RSE, aunque no responde a la pregunta es una información que resulta relevante para el estudio, en las pymes a pesar de no tener desarrollada la RSE, cuentan con lineamientos de aplicación no formales; ahora, si bien es cierto, en el caso de contar con RSE se obtendrán mejores resultados en rendimiento financiero y en imagen corporativa como en el cambio de actitud y cultura en la mente del consumidor.

Pregunta 3: ¿De acuerdo a su experiencia, las pymes locales cómo aplican la RSE en sus actividades empresariales?

De acuerdo a la experiencia de la mayoría de entrevistados desconocen que exista información formal sobre la aplicación de la RSE en las actividades empresariales de las pymes, pero en la entrevista realizada a Mónica Torresano se pudo llegar a saber que existe un estudio de RS en el Ecuador al 2012 que puede proporcionar información relevante para el estudio.

“Más allá de la estrategia empresarial, más allá de conocer la RS, hay que partir desde el conocimiento de la RS y ese conocimiento es exiguo, [...], es un tema que está parcializado al rol institucional, una cosa entiende el Estado, otra cosa entiende la sociedad civil y otra cosa entiende la empresa, más allá de que tenga una estrategia o que tenga un plan de implementación, ejecuta acciones y prácticas de distinta índole que están relacionadas con RS. En el estudio se identifica que uno de los elementos importantes para todas las empresas es el tema de derechos humanos, de desarrollo de colaboradores, de relacionamiento de grupos de interés, prácticas laborales, entre otros.

Entonces más allá de que tenga una estrategia de RS definida hace acciones relacionadas, un número sustancial de pymes hacen buenas prácticas en todas las áreas, en el lado de las pymes hay un enfoque de sus trabajadores, un enfoque casa adentro, más que a la comunidad, y más que un enfoque ambiental, desde el lado de las pymes este es el panorama, pero no alineado a la estrategia sino como una forma de actividad.

En el estudio hay ciertas cifras, se dice que muchas de las pymes están conformadas por mujeres, otras brindan trabajo a personas que pertenecen a un sector definido dentro de la ciudad para buscar prosperidad en la zona, además existen pymes que trabajan con RS pero no lo saben o no lo identifican porque trabajan con normativas internacionales y lo manejan de forma privada en relación habitual con sus trabajadores; representa una forma diferente de gestionarse, se mueven en una lógica distinta, en el lado de las pymes no se podría decir que son pura y netamente RS sino que son prácticas como parte de su gestión⁵⁸.

“En este sentido es marginal el número de Mipymes que utilice RS, por el lado del estado, el COPCI define ciertos incentivos tributarios para temas de producción eco eficiente, cuidados del medio ambiente, en los procesos productivos en sector empresarial⁵⁹” y “más aún en las pymes es un tema que recién está saliendo de moda, busca implementar para cumplir con los objetivos que mejoran la imagen y el impacto en la mente del consumidor⁶⁰”.

⁵⁸ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁵⁹ Experto 4 Ing. Pablo Almeida

⁶⁰ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

“Existe un trabajo muy grande por hacer, para que las pymes no confundan la conceptualización con marketing o cumplimiento de obligaciones legales, es ver más allá de la normativa⁶¹”, “al momento se concentran en cosas que no consideran más importantes pero si más urgentes como permisos de funcionamiento, certificados de salubridad, registro sanitario, patentes municipales, adecuar el sistema interno y contable – tributario, son cosas que la ley obliga, actualmente la RS no es algo que la ley obligue entonces no lo implementan y por ende no lo practican⁶²”.

“En América Latina tienen mucho territorio pero muy poco pensamiento, la diferencia es LA ACTITUD⁶³”

Posterior a analizar la información vertida, se puede deducir que en la experiencia de los expertos, la pyme local no están aplicando de una manera formal la RSE, por este lado, comentan desconocer, pero hablan de lo que pueden palpar, como el dar los primeros pasos para analizar el tema en la realidad nacional. Por otro lado vuelven a recalcar que para la pyme no es un tema urgente pero si importante, y que están dando prioridad a temas de legalidad y en apego a normativas vigentes.

Ahora dar los primeros pasos en la temática significa que los empresarios de las pymes no confundan la terminología y según el Eco. Araque menciona que *“hay que partir desde el inculcar este criterio en las aulas de clase”*, para así obtener profesionales que tengan una definición preconcebida y puedan llevar a la práctica de una manera correcta. Así se palpará la

⁶¹ Experot 1: Eco. Wilson Araque

⁶² Experto 6: Ing. Gina López

⁶³ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

experiencia vivencial de la RSE en la empresa y su entorno, por otro lado depende de la actitud del empresario como lo menciona el Ing. Gordillo, el llevar a cabo un cambio radical en la forma de administrar sus empresas, en apego a prácticas rutinarias de RSE.

Pregunta 4: ¿Considera usted que la RSE aplicada en las pymes genera ventajas competitivas? ¿Podría mencionarme algunas?

“Muchos entendidos dicen que al hablar de RS representa más que generar una ventaja competitiva, obviamente le diferencia de los demás, genera buena imagen y cambia las perspectivas del cliente, porque si una empresa lo hace y otras no lo hacen, se genera una ventaja⁶⁴”.

“Aunque falta estudiar la RS como tema de competitividad empresarial para saber el nivel de correlación que existe con los diferentes factores de competitividad, pero es evidente que genera mejor relacionamiento con los grupos de interés, en el actual estudio el empresario identifica, por ejemplo que te da una ventaja sustancial, que mejora la productividad de los colaboradores y el grado de relacionamiento con la empresa, luego mejorar la relación con proveedores y con la comunidad.

El IDE considera que hay dos factores de la competitividad que se afectan sustancialmente con la RS el uno es la innovación empresarial y el segundo el emprendimiento tanto social como empresarial, se despierta una arista con formas distintas de relacionarse con los grupos de interés, a los que se los conoce mejor y pueden identificar oportunidades de innovación⁶⁵”.

⁶⁴ Experto 1: Eco. Wilson Araque

⁶⁵ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

Existe una diferencia con los demás, genera buena imagen, mejora la utilización de recursos, reconocimiento de la marca, además cambia las perspectivas del cliente interno y externo, “porque si una empresa lo hace y otras no lo hacen se genera cierta ventaja frente a la competencia y los consumidores prefiere adquirir estos productos⁶⁶”.

“Por parte del Estado existe el área de planificación en el MCPEC⁶⁷, que tienen experiencia con pymes entre ellas artesanales, generan competitividad al trabajar con la imagen corporativa ante los usuarios, además la ventaja de convertirse en objeto de mira ante el gobierno que los promueve para que se conozca a nivel internacional y se llegue al crecimiento mediante la exportación de bienes y servicios⁶⁸”.

El Código de la Producción menciona lo siguiente:

Que, en el Artículo 306 de la Constitución de la República dispone la obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal⁶⁹.

En esta cita se da énfasis a las exportaciones de pequeños y medianos productores del sector artesanal, como lo menciona en la entrevista la Ing. Naranjo, por este lado el estado promueve el crecimiento de las pymes por sectores y más aún si se dedican a promover la balanza comercial.

⁶⁶ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁶⁷ Ministerio Coordinador de la Producción y Competitividad

⁶⁸ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

⁶⁹ (ASAMBLEA Nacional, *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI*)

Los entrevistados consideran que la RSE a más de generar una ventaja competitiva palpable, desarrolla un efecto de imitación positiva por parte de la competencia y se puede convertir en una práctica cotidiana del sector empresarial, además de cambiar también la perspectiva, cultura y forma de pensar del cliente.

Ahora bien si otras empresas no lo practican se crea una importante diferenciación, pues es notorio el beneficio que se crea competitivamente con la práctica habitual de RSE, generan una buena imagen corporativa, tienen mejores herramientas para desarrollar procesos, se genera un conocimiento colectivo entre el cliente interno y externo; así mismo que las empresas que están incursionando en el medio están siendo beneficiadas por el Estado y obteniendo beneficios tributarios.

Pregunta 5: ¿Las pymes al utilizar RSE generan elementos de diferenciación respecto a su competencia directa, podría mencionarnos cuales?

“La diferencia de los demás, en precio, en capacitación, debe ser parte de un plan comunicacional que la empresa difunda, una empresa no solo debe ser sino también debe parecer, desarrollar fines de comunicación no se puede generalizar⁷⁰”, “se identifica como una empresa diferente, se le puede pagar algo más por los servicios que presta, entonces hay una ventaja que viene desde el lado interno parte de la fidelización de los colaboradores, pero también

⁷⁰ Experto 1: Eco. Wilson Araque

el mercado empieza a percibir ciertas alertas, que hacen pensar que puede ser diferente⁷¹.

“Respecto a la competitividad, si una pyme genera una carta de presentación o licitación basada en RS, las empresas patrocinadoras, toman eso muy en cuenta, les sirve mucho para mejorar la imagen competitiva frente a los clientes⁷²”, pero “en pymes al mantener actividades de RS, como parte de su actividad habitual y, no tener un planeamiento estratégico establecido es muy complicado generar mecanismos de diferenciación, porque la aprecian como parte de su misión empresarial y no como un extra que genere totalmente diferenciación con la competencia⁷³”.

“Ahora si el enfoque de aplicación de RS se encuentra bien direccionado y establecido, la imagen corporativa es el primer impacto positivo frente a sus consumidores externos y a la competencia; el mejorar la relación en el trato con sus trabajadores, cambia no solo la apreciación externa sino también la apreciación interna, adicionalmente se va a mejorar la productividad y a entender mejor su giro del negocio, se cuenta como resultado el incremento de rentabilidad, eficacia, eficiencia y productividad, la empresa consigue una sinergia positiva⁷⁴”.

Los expertos corroboran con opiniones donde se puede concluir que la RSE en las pymes generan elementos de diferenciación, según el Ing. Pablo Almeida se tiene el ejemplo de grandes empresas que utilizan responsabilidad

⁷¹ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁷² Experto 3. Ing. Gabriel Gordillo

⁷³ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁷⁴ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

social para promocionar sus productos y generar ventaja frente a sus competidores, por otro lado la Ing. Gina López opina que de la diferenciación hasta cierto punto se inicia la imitación, en la cual las pymes mediante el uso del Benchmarking pueden entregar al cliente similar o mejor servicio.

Ahora, los elementos de diferenciación son palpables desde el punto de vista de imagen, mejoramiento de procesos, eficiencia, eficacia y productividad, a más de fidelización de la marca por mostrar características de responsabilidad social que incrementan el valor de una empresa y por consiguiente se puede decir que el mayor elemento de diferenciación es el precio, por ello pueden manejar una política de precios adaptable a los requerimientos de la pyme, esta política respetaría el cliente al conocer la finalidad de los fondos entregados y confiados a la empresa por la adquisición de bienes y servicios.

Pregunta 6 y 7: ¿Conoce sobre la ISO 26000? ¿Qué tan importante resultaría la aplicación de la ISO 26000 en las pymes locales?

De los entrevistados el 50% tiene un conocimiento básico de la ISO 26000 pero todos saben de su existencia, conocen que la ISO 26000 es la de Responsabilidad Social, aún no certificable, es una norma guía para implementar RS en las empresas.

“Tal como está conceptualizada la ISO 26000 es una guía, es un documento que sirve de orientación para saber cómo se debe hacer en temas laborales, así mismo en temas ambientales conforme con las diferentes materias, como la gobernanza de la organización, es importante implantar la RS con base en la ISO 26000, algo que no se ha dicho es que la RS tiene un aspecto importante que es la Creatividad, no se puede decir que una empresa

“A” va a aplicar lo mismo en RS que la empresa “B” porque las realidades son distintas, los mecanismos de articulación son distintos, las demandas de los grupos de interés son distintos, entonces no es una receta, la ISO 26000 es una guía de ahí va a depender mucho de la creatividad de cada empresa.

Respecto a la aplicación en las pymes locales, todavía no es propicio, porque primero no se conoce bien sobre la RS , entonces va a ser más difícil introducir la ISO 26000, de hecho hay una parte en el estudio de RS, donde se encuentra que hay muy poco de adopción de las ISO en el sector empresarial, menos del 30% adoptan la más generalizada ISO 9001, menos de la mitad del, 30% adoptan la ISO 14001 y un 14% las otras, de ahí pensar que van a adoptar la ISO 26000 es un camino complejo en el que hay que perseverar pero no va a ser de adopción inmediata, si las otras ISO que son de gestión han sido de difícil adopción sobre las empresas, eso quiere decir que la ISO 26000 va a tomar su tiempo⁷⁵”.

“Las pymes aún no cuentan con una certificación ISO, pero pueden contar con certificaciones nacionales e internacionales de calidad o con actividades propias de su giro de negocio, haciendo parte de su visión algunas características ambientales, de eficiencia de recursos con el personal y que arroje rentabilidad⁷⁶”.

“Para el dueño de una pyme, muchas veces no resulta prioritario, existen actividades en el medio empresarial de igual importancia pero más urgentes, las ISO es un proceso que lo desarrollarán más adelante, al tiempo pertinente,

⁷⁵ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁷⁶ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

mientras no se norme y se pida por requisitos de licitación o de creación de las pymes los empresarios no van a poner mucha atención a este tema⁷⁷”.

Según la opinión de los entrevistados la ISO 26000 es un tema que para el sector empresarial es importante pero no es conocido y aplicado, en el porcentaje que representan las pymes locales casi es imposible que lo adopten a priori, pues como nacen las pymes sin un planeamiento estratégico documentado y aplicado, va a tomar tiempo que incursionen en la ISO 26000 de una manera formal, por este lado las opiniones vertidas corroboran la situación de conocimiento de la ISO de responsabilidad social, porque la mitad de los expertos entrevistados no la conocen o conocen muy poco sobre su aplicación.

Por otro lado al no ser certificable genera en el sector empresarial confusión y que su adaptación sea de acuerdo a la conveniencia de cada empresa; al existir flexibilidad y ser una guía de implementación, da libertad a que su adecuación sea diferente en cada empresa y las ISO lo que buscan es estandarización.

Pregunta 8: ¿Según su perspectiva es factible la aplicación de RSE en las pymes locales?

Todos los entrevistados concuerdan en que puede ser factible la RS en las pymes locales, pues dejan de implementar por desconocimiento sobre el tema, “se debe seguir un proceso previo donde se pueda identificar el ¿qué es? luego el ¿por qué es importante?, para producir un cambio de actitud, y la última pregunta es ¿cómo llevar a la práctica?⁷⁸”.

⁷⁷ Experto 6: Ing. Gina López

⁷⁸ Experto 1: Eco. Wilson Araque

“A más de ser factible resulta también necesario, todo lo que uno quiera hacer por mejorar la calidad, el ambiente laboral o los recursos es posible hacerlo de forma voluntaria⁷⁹”, por otro lado puede interferir “el Estado mediante una regulación u obligatoriedad con algún incentivo o subsidio, que lo implementaría a ser factible al mediano plazo, es factible que las mipymes incorporen este tema, pero debe ser un proceso ordenado con tiempo y financiamiento adecuado⁸⁰”, “así mismo resultaría valedero si se pueden guiar en la ISO, donde hay parámetros de cumplimiento, específicamente de la recopilación de información y formularios, ayuda a tener claro lineamientos y bases en la organización interna y externa⁸¹”.

“Existe maneras de implementar RS en las pymes sin incurrir en muchos gastos, se puede tomar una opción ambientalmente más responsable, tal vez de reciclaje o con la misma gente los mismos trabajadores se pueden implementar políticas de contratación son estrategias, políticas o lineamientos que no hacen que el empresario caiga en tantos gastos, porque básicamente el problema de la aplicación son los costos que representa para las pequeñas empresas y sabemos que es una situación difícil porque lo que menos se tiene o lo que más difícil resulta es conseguir son los recursos, pero estas opciones si se deben analizar porque le da realce a la marca y como empresa ser responsable socialmente⁸²”.

⁷⁹ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

⁸⁰ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁸¹ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

⁸² Experto 6: Ing. Gina López

Según los expertos, la aplicación de RSE en las pymes locales resultaría factible, no inmediata pero si se puede desarrollar mediante la consecución de un proceso, como lo indica el Eco. Araque, primero conociendo la terminología, luego buscando un objetivo que resulte importante para la empresa y luego se detalle la forma de implementar que es llevar a la práctica los principios de RSE.

En sí todo es factible si existe la actitud y voluntad de hacerlo, pues va a resultar benéfico para la empresa y su entorno, por otro lado mencionar los costos es prioritario porque es un punto de análisis en las pymes por su característica de sobrevivir en el tiempo, empezar por crear una cultura de RSE a la práctica se puede buscar formas que no incurran en gastos pero si se apegue al objetivo de generar conciencia.

Pregunta 9: ¿Al hablar sobre triple P (People, Planet y Profit) en RSE, se considera a PEOPLE o sociedad a la más importante en el medio empresarial de las pymes, usted considera que esta premisa se cumple, o cual es el enfoque actual entre estos elementos? y ¿porqué?

“Sugiero que cuando se hable de RS se adopte el concepto que brinda la ISO 26000, es un concepto más elaborado, porque llega a confundirse con sustentabilidad, hay que diferenciar, se diría que la RS contribuye a la sustentabilidad, el enfoque del ser humano dado desde el lado empresarial es el elemento sustancial y no solo dado por la empresa sino dado desde una visión de país, cuando hablamos de una constitución que es de derecho, cuando hablamos de un Plan Nacional del Buen Vivir donde solamente la parte de las palabras BUEN VIVIR se asocia con bien común y eso va directamente

relacionado con el ser humano, cuando hablamos de una sociedad donde la idea es generar riqueza pero también distribuirla de forma equitativa y justa se habla de una sociedad distinta, me parece que en el Ecuador se ha puesto en discusión y eso es un aporte fundamental, desde la visión del Estado, porque hay que reconocer las cosas que se han hecho bien, que es cambiar el chip de saber identificar que hoy el ser humano es importante, desde la perspectiva de la pyme, si se aplica, se desarrollan prácticas o hábitos.

En la ISO 26000 el tema que más atención prestan, es el tema de derechos humanos y prácticas laborales, se refuerza en cómo está conformada la pyme pues tiene un fuerte motor que es la mujer, inclusive que los puestos gerenciales lo ocupan las mujeres, el rol femenino es un rol importante y además que una pyme es familiar porque eso hay que identificar, que se pretende como pyme; al estar conformada por un buen número de mujeres pretenden dar bienestar a sus colaboradores, de hecho uno de los primeros enfoques es hacia la persona, no quiero decir que es el único porque la pyme tiene una característica importante que es tratar de sobrevivir en el tiempo⁸³.

“En el tema de RS en las pymes, está bien la orientación hacia las personas, porque el trabajo va hacia dentro de la propia empresa, ante el ser humano, en segundo lugar debe haber una orientación medioambiental por los cambios climáticos con afecciones al medio ambiente, tercero orientarse al consumidor y cuarto al resto de la sociedad; se logra una sociedad más justa y equitativa⁸⁴”.

⁸³ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁸⁴ Experto 1: Eco. Wilson Araque

“En el Ecuador al aplicar el concepto de la triple P se identificaría como un engranaje, si la calidad, el trabajo, la responsabilidad con las personas funciona bien, pero la parte de ambiente, laboral, financiera no funciona pues no funciona nada, todo proceso funcionar bien y es aplicable a todo aspecto⁸⁵”.

“Por el lado Público, el Estado conoce que la realidad de la mayoría de pymes no trabajan con sistemas de planificación, por otro lado el objetivo de estas organizaciones es tener ganancia o rentabilidad a corto plazo, entonces la respuesta sería eso Rentabilidad, ahora si se trabaja en un sistema de gestión, es trabajar en el ser humano, que es el recurso más cotizado de la empresa, para tener rentabilidad e incrementa la productividad, y se lo considera como un ente productivo de la sociedad⁸⁶”. “Ahora, el gobierno persigue el trabajo sobre la parte medioambiental, se va a volver más estricto el cumplimiento de normas del medio ambiente y por el lado de la rentabilidad, es lo que todas las empresas quieren tener, sobre lo que producen⁸⁷”.

“Entonces no solo se persigue el mejoramiento de las personas, sino también la mejora del medio ambiente y contar con una rentabilidad que le permita a la pyme mantenerse en el tiempo⁸⁸”.

Según los comentarios vertidos, la P de enfoque en nuestro medio y en el sector de estudio son las personas, inclusive el Estado lo respalda, porque existe un Plan Nacional del Buen Vivir donde las personas son la prioridad de la normativa vigente, sin embargo, al ser las pymes empresas en las cuales las

⁸⁵ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

⁸⁶ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁸⁷ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

⁸⁸ Experto 6: Ing. Gina López

decisiones son parte vital del desarrollo diario y de la supervivencia en el mercado, la rentabilidad juega un papel significativo, aunque las personas son importantes pues representan a los clientes internos y externos, por ellos se realizan las actividades productivas; es un tema de relevancia la rentabilidad, no se la puede dejar a un lado.

Pregunta 10 y 11: ¿Conoce usted pequeñas y medianas empresas, en el D.M. de Quito que estén aplicando estrategias de RSE? ¿Podría mencionar que empresas son o en que rama productiva se encuentran?

Realmente son mínimas las empresas que trabajan con RS empresarial dentro del giro de su negocio, según los entrevistados exponen ejemplos de pymes que trabajan con temas de RS pero que lo consideran como parte de sus actividades empresariales, no lo tienen desarrollado como plan estratégico.

- Graficas Paola⁸⁹, sector comercial - servicios, es una pyme que tiene como actividad empresarial, ser una imprenta y actividades de publicidad comercial, orientan a su personal, el recurso humano es muy valioso. Trabaja con equipos y tecnología que evita la contaminación y promueve el reciclaje, entregando al consumidor productos ecoeficientes y de material reciclado.
- Naturisima⁹⁰, sector comercial alimentaria, es una pyme que vende yogurt y panes de yuca, tratan de exportar sus productos y necesitan aspectos altos de calidad para aplicar al medio internacional; dentro de la normativa de exportación le solicitan contar con certificaciones de calidad y de RS,

⁸⁹ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁹⁰ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

para ello utilizan procesos con alto grado de control en el proceso de fabricación del yogurt, capacitaron al personal para que cuiden la planta, sepan operar los nuevos equipos y sigan el procedimiento alimenticio adecuado, cambiaron su infraestructura con la finalidad de proteger el medio ambiente y reducir la contaminación ambiental.

- OFSETEC⁹¹, sector comercial, pyme que trabaja en temas de reciclaje en producción de papel y control de emisión de gases, cambiaron su tecnología para el cuidado de medioambiente, tienen sistemas que manejan los desechos y el carbono que sale se lo maneja y se lo trata para contaminar menos.
- Camal Metropolitano del Sur⁹², sector comercial - servicios, sus fines de RS son: Proteger los alrededores, con el manejo adecuado de desechos, el área de faenamiento de ganado tiene un tratamiento especial para manejo de líquidos sanguíneos de los animales, se realizó una organización adecuada de sectores para mantener alejado los desechos de los vegetales y comestibles, como parte de filantropía trabajan en poner guarderías disponibles a la comunidad, mejoraron el ambiente físico externo de la empresa, habilitaron parques, cultivo de árboles, recoger basura, son proyectos para la comunidad.

En Ecuador no está explorado el sector alimenticio para exportación, todas esas empresas deben trabajar bien en RS para ingresar a mercados internacionales como los mercados europeos o americanos, por ende existe la

⁹¹ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁹² Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

tendencia de mejorar la producción para poder crecer y expandir la producción nacional.

Pregunta 12: ¿Qué obstáculos pueden enfrentar las pymes locales para implantar en sus estrategias empresariales RSE?

“El principal obstáculo es el desconocimiento del significado real y práctico de RS, para qué sirve y como implementarlo, más que recursos se requiere un cambio actitudinal del empresario, donde ponga el tema social en mayor importancia que la rentabilidad financiera⁹³”. “Hay que considerar que implica costos además de conocimiento el desarrollar experticia, una de las falencias del país es que tenemos muy poca gente capacitada en este tema, es un tema en el que hay que trabajar⁹⁴”.

“Las pymes requieren invertir para tener otra visión, en el caso de importaciones o exportaciones, deben buscar el apoyo del gobierno, en parte como gobierno damos inversión, pero hay que tener en cuenta las capacitaciones que deben tener, no solo en la parte administrativa sino también en la operaria, entonces que vaya a la práctica, al desarrollo de experticia⁹⁵”.

Esencialmente, el Estado debe orientarse a brindar capacitación sobre el tema a través de sus organismos encargados, el Estado no aporta significativamente al sector privado, para conocer nuevos procedimientos [...], hacemos lo mismo y lo hacemos bien, pero no hacemos cosas diferentes, para hacer cosas diferentes necesitas capacitación, sin esto no puedes enfrentarte

⁹³ Experto 1: Eco. Wilson Araque

⁹⁴ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

⁹⁵ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

ante monstruos del mercado y producción⁹⁶”. “Otro obstáculo es el tema cultural, además el financiamiento, el costo de implementación y certificación las pymes lo ven como un costo no como una inversión a largo plazo⁹⁷”.

“Un obstáculo muy grande es incurrir en gastos, el precio del producto tiende a subir y la cuota de mercado puede bajar⁹⁸”, esto es un problema para la pyme pues viven del día a día.

Los obstáculos que enfrentan las pymes locales según los entrevistados, se resumen en: no contar con capacitación adecuada, ausencia de personal con experticia que genere conocimiento en el sector, no se cuenta con una cultura de consumo eco eficiente, falta de visión de la pyme de considerarlo como un costo y no como una inversión, la tendencia de constituirse en un gasto adicional que lleve al incremento del precio además de a una baja en la cuota de mercado y la falta de iniciativa por no recurrir a los programas que el gobierno está brindando en este tema.

Es un tema en el cual la realidad arroja diversos obstáculos, pero depende de la actitud del empresario la forma en cómo enfrente estos obstáculos, no es una tarea imposible pero si de mucha iniciativa y trabajo.

Pregunta 13: ¿Cuál puede ser la tendencia de consumo, que muestren los clientes frente a una Pyme que emplea medidas sustentables en sus procesos?

“El consumidor va a tener una respuesta positiva, sobre todo las generaciones jóvenes desde 15 a 30 años, observa que es una población más

⁹⁶ Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

⁹⁷ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

⁹⁸ Experto 6: Ing. Gina López

consciente de estos temas, es un terreno grande sobre el cual las empresas pueden tener respuestas positivas del lado del mercado⁹⁹”.

“En el estudio de RS elaborado en el año 2012 también hay datos sobre el consumidor tomados del estudio que hizo el AMCHAM junto con el MINISTERIO CORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN y el IDE participó, se uso una muestra de más de 1000 consumidores, el 86% de los consumidores consideran que una empresa que es socialmente responsable es mejor que otra que no lo es, pero la metodología de investigación debe afinarse, para verificar si esto es real, pero es claro que esto es un elemento de diferenciación.

El consumidor asocia la RS con cuidado ambiental, con apoyo a la comunidad, nuevamente es clave la conceptualización y qué significa para los diferentes actores RS, en el sector empresarial es necesario desarrollar estrategia de comunicación y marketing basada en la RS para aprovechar esta situación para generar impacto de imagen y buena rentabilidad¹⁰⁰”.

“El consumidor asocia como RS en las empresas el tema ambiental, una buena estrategia de marketing enfocada a temas ambientales y la empresa se percibirá como socialmente responsable, entonces viene un compromiso mutuo donde el primer actor es la empresa y cumpla con esta premisa , el segundo el consumidor que conozca el fin social de la empresa y el tercer actor el estado que desarrolle la cultura de conocimiento, porque el mercado ecuatoriano tiene una tendencia de consumo básico, como el abastecerse primero de bienes de

⁹⁹ Experto 1: Eco. Wilson Araque

¹⁰⁰ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

primera necesidad y posteriormente los suntuarios, buscan la cantidad y el precio antes de percibir los aspectos extras¹⁰¹”.

“Pero hay que considerar que cualquier cambio en la pyme debe ser bien desarrollado - planificado porque si se comete un error el riesgo de la pyme es desaparecer y por otro lado está la parte financiera, no se puede poner en juego la utilidad porque vienen problemas financieros a corto plazo”¹⁰².

“No hay que olvidar también que el consumidor depende también del mercado al cual la pyme se oriente, si se orienta a un estrato bajo básicamente el precio es el elemento diferenciador con la competencia, estas premisas de RS deben estar orientadas a pymes que atiendan mercados de estrato medio, medio alto, en este segmento se considera como un beneficio el tema de RS en las empresas¹⁰³”.

“Si una empresa está cumpliendo con requisitos legales el usuario sabe que si es obligatorio y no influye mucho en el consumo, pero sí, están pendientes de la innovación y creatividad que diferencie a una empresa de la competencia, tiende a impactar en la mente del consumidor, si la acción se ejerce en función de la parte humana y del medio ambiente, impacta al usuario, por ende este consume los productos o servicios emitidos por el sector empresarial responsable¹⁰⁴”.

¹⁰¹ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

¹⁰² Experto 3: Ing. Gabriel Gordillo

¹⁰³ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

¹⁰⁴ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

El cliente local, muestra interés por lo nuevo, con alta calidad y a un precio asequible, además se puede incluir características apreciables y valoradas por el cliente en cuidado medioambiental y responsabilidad social.

Si se cambia la perspectiva del consumidor a lo responsablemente social y favorece al desarrollo de una cultura consciente, los hábitos de consumo cambiarán, comparto que el desarrollar un buen plan comunicacional posterior a realizar el proceso de adaptación de la RSE a la empresa resultará benéfico, pues se debe saber comunicar para llegar al cliente con éxito.

Pregunta 14: ¿Cómo visualiza el medio competitivo de las pymes si se aplicaría estrategias de RSE?

Según el Eco. Araque y el Ing. Gordillo, coinciden que en la competencia se puede generar un efecto positivo o llamado también efecto derrame, donde si alguna empresa hace algo bien las otras empresas la imitan.

Por otro lado, la MBA. Torresano, coincide que “una pyme da un cambio sustancial, porque si sabe sostenerse bien en temas ambientales, en temas sociales, económicos, es una pyme distinta, pero hay un parámetro que debe cambiar, el considerar que esto va direccionado solo para empresas grandes o que todo significa costo, porque el tener una política de preocupación por mis colaboradores en ocasiones no significa altos costos, significa el tener una visión empresarial más humana, es un tema que genera oportunidades y valores para todos, eso no es solo costo, es algo que hay que quitar de la mente de que RS significa inversión cuando simboliza el gestionarse de una manera diferente, se reitera en el tema de innovación y creatividad, porque hay

que buscar la manera creativa de hacer las cosas bien, diferenciarse del resto se gestiona los recursos limitados”.

“Es discutible este ítem porque en el mercado local, no están preparados desde el punto de vista cultural ya que consideran que todo es costos y se podría llegar a ser un tema de estado, en el cual se trabaje, por una regulación para obligar a las pymes en un proceso ordenado, y se mejoran las estrategias¹⁰⁵”, como es el caso del “Ministerio de Productividad donde el empleo, competitividad y productividad son temas importantes al hablar de competencia entre las empresas, el gobierno por este lado quiere ver como crea competitividad, se implementa algo que la empresa no tenga, se da algo al usuario, un valor agregado al producto, y no es solo una competitividad en marca, sino orientado a mejorar el producto – servicio de una manera socialmente responsable bajo estándares de calidad y cumplimiento con el medio ambiente, es algo que va a impactar y va a incrementar la creatividad en las empresas¹⁰⁶”.

“En la parte gubernamental se incentiva a las empresa en el incremento de la rentabilidad, basado en lineamientos, para ello se cuenta con el COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador) que expone el mejoramiento de la producción, también de las industrias, y aquí también se menciona el cumplimiento de lineamientos basados en RS pero no enmarcado específicamente como RS, es un tema que recién está saliendo, entonces está enfocado como en el cumplimiento de estándares de calidad, de

¹⁰⁵ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

¹⁰⁶ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

normas ambientales, del mejor trato al trabajador pero si enfoca a estos tres aspectos se habla de RS¹⁰⁷”.

Según los entrevistados en el tema de competencia, la pyme local muestra un alto grado de imitación, al ser pequeños emprendimientos. Para llegar a competir, las pymes deben sacarse de la mente el tema de que todo es un gasto y que va orientado a grandes empresas, en sí que las pymes no pueden acceder.

Por otro lado el grado de cultura con la creación de una tendencia de consumo responsable, socialmente debe propagarse en el cliente, pues actualmente el consumidor se basa en cantidad y precio, así mismo el Estado brinda incentivos y apoyo pero para poder acceder a ellos se requiere que el empresario comience a adoptar también una cultura de cumplimiento de responsabilidades y requisitos inmersos en el proceso, por este lado se crea una cultura de producción y consumo responsable.

La competitividad no solo se genera en marcas, sino también en brindar un buen producto y servicio, no se puede esperar que el este tema se vuelva de requerimiento obligatorio para poder empezar hacer algo por el bienestar del ambiente y de las personas, porque al ser voluntario realza el sentido común, la creatividad empresarial y la responsabilidad del empresario. Una competencia sana es aquella que nace con responsabilidad y eso es lo que se debe culturizar en las pymes locales, que no se tome como un tema novedoso sino como algo que siempre debió existir y que se ha retrasado en su aplicación.

¹⁰⁷ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

Pregunta 15: ¿Con costos incrementados para implementar estrategias de RSE en las Pymes, podría existir incremento de precio en los productos finales? ¿Cómo afectaría esto la perspectiva del cliente?

Bajo la experiencia del Ing. Gordillo, su empresa comercializa un producto de alto precio en comparación a la competencia, pero determina que la calidad y el servicio ha contribuido a que se comercialice bien y sea apreciado por el mercado, comenta: “cuando el cliente ve un producto de calidad así le cueste, el cliente lo compra porque depende de la cadena de confianza y distribución alta, al cliente muchas veces no le interesa el precio pero si la calidad del producto”, por otro lado “depende del segmento de mercado al que atienda la mipyme, si el elemento de diferenciación es el precio. básicamente no es una estrategia bien definida por parte del empresario que tenga a su cargo la administración sin embargo se debe analizar los estratos y mercados para ver si efectivamente un incremento en el precio podría determinar el tema de elasticidad de oferta y demanda para tomar una decisión como empresa¹⁰⁸”.

Por otro lado los empresarios para competir, tienen una visión limitada “si implementan algo en su empresa eso genera costos altos y ese costo tengo que cubrirlo con el incremento del precio de los productos, una política de precios debe ir de la mano con una política de ventas para lograr que el cliente asimile la estrategia¹⁰⁹”; cómo herramienta para desarrollar estas políticas está el marketing que apoya las estrategias y decisiones empresariales.

¹⁰⁸ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

¹⁰⁹ Experto 5: Ing. Andrea Naranjo

“Por el lado del Estado lo que pretende es incrementar la rentabilidad y productividad de las pequeñas empresas para que crezcan y llegar a ser medianas y porque no, grandes empresas para que en un futuro puedan ampliar su mercado y exportar sus productos¹¹⁰”.

La MBA Torresano menciona: “el estudio de RS 2012 incluye datos sobre el consumidor ecuatoriano, se menciona que 9 de cada 10 consumidores están dispuestos a comprar y a cambiar la marca de un producto por el de una empresa socialmente responsable y a pagar un precio extra, también lo que llama la atención es que están dispuestos a pagar hasta un 10% más, entonces una pyme es distinta porque existe mejor gestión en términos ambientales, para rescatar de la ISO 26000 el tema ambiental puede ser uno de los que si genera costos porque a más de cambios de cultura se requiere asumir ciertas tecnologías, gestionarse mejor, esto eleva el precio del producto, pero cuando se tenga un mercado educado, seguramente podría cobrar el precio apropiado, porque al igual el consumidor espera una empresa que produzcan de manera distinta mediante estas premisas, entonces resulta un ganar ganar, tanto para la empresa como para el consumidor. Pero esta situación es la ideal porque actualmente no existe una cultura cimentada sobre el tema de RS, esta temática está en apogeo”.

El Eco. Araque menciona: “un caso en particular donde se creó diferenciación, en PELILEO se realizó un proyecto, posterior a un estudio realizado por un grupo de jóvenes alemanes que encontraron serios problemas de contaminación por lo productos químicos utilizados para el lavado de

¹¹⁰ Experto 5: In. Andrea Naranjo

prendas de vestir, mediante la institución Colombiana PROPEL, dio asesoramiento de cómo generar una producción limpia, con cuatro empresas, al final las empresas estaban agradecidas, porque obtuvieron resultados de disminución de contaminación y disminución de costos por mejor administración de recursos, se genera productividad”.

Este caso en particular, es un ejemplo que permite desarrollar el idealismo, que la cultura en nuestro país cambie, donde las pymes aprovechen oportunidades de mercado con iniciativa y creatividad, así puedan mejorar sustancialmente su desempeño empresarial con bases morales firmes de obtener una actividad comercial equitativa y justa con las personas el medio ambiente y de un crecimiento rentable.

Los entrevistados proponen que el cambio arroja costos elevados y estos costos pueden generar un incremento en el precio, pero si la administración es correcta puede ser productivo, pues a largo plazo puede existir una rentabilidad al incorporar un mejor manejo de recursos como el caso Pelileo. Las estadísticas son buenas, inclusive hay cierta predisposición del cliente de querer cambiar su forma de consumo a productos socialmente responsables inclusive a pagar un precio acorde a la calidad que reciben, pero es un ideal y una predisposición, que en la realidad se tiene que ver el comportamiento del mercado local.

3.5. Evolución de Concepto de la RSE y las Contribuciones de los Expertos Entrevistados

El significado de responsabilidad social empresarial se ha construido en el tiempo, sus primeras percepciones han evolucionado hasta convertirse en un

concepto de manejo común por parte de los diferentes actores empresariales que quieren cumplir sus objetivos, pensando que la responsabilidad social empresarial es una estrategia de diferenciación que puede conciliar los intereses de rentabilidad y de gestión responsable en las empresas.

Con estos antecedentes, sobre la base de los *autores principales* acogidos en esta propuesta de tesis, a continuación se elabora la Tabla N°1 en la que se detalla el autor el año y el nombre del documento (trabajo realizado) en el que se proponen los diferentes significados de la RSE.

Luego, a partir de la Tabla N°2 se propone un tratamiento específico a los conceptos vertidos por estos autores principales, sumando criterios de otros autores que se considere están alineados a estos conceptos esenciales para posteriormente, asociar a esta información los razonamientos de los expertos entrevistados.

Finalmente en esta sección de la tesis, a partir de la Tabla N°5 se realiza un procedimiento similar al descrito; esta vez, con autores adicionales a los considerados como referentes en esta tesis para que el análisis conceptual de este numeral (3.5) quede completo.

Tabla 1: Detalle del Autor, Año y Trabajo

AUTOR	AÑO	TRABAJO REALIZADO
HOWARD BOWEN	1953	Social Responsibilities of the Businessman
MILTON FRIEDMAN	1970	The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits
COMISIÓN EUROPEA	2005	Libro Verde, Síntesis de la Legislación de la UE, modificación Julio 2005.
ISO 26000	2010	Descubriendo la ISO 26000, Suiza 2010

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 2: Concepto Base de RSE de HOWARD BOWEN (1953)

CONCEPTO BASE DEL AUTOR			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE BOWEN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE BOWEN	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
Obligación de los Directivos a la toma de decisiones apegados al respeto de la sociedad	Obligación que tienen los directivos empresariales de establecer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que sean deseables de acuerdo a los objetivos y valores de nuestra sociedad.	HOWARD BOWEN (1953) Social responsibilities of the businessman	Cambio de la Percepción conceptual tradicional, “una RSE con fines de lucro” a “una RSE con fines sociales”
SIGNIFICADOS DE RSE DE BROEDERLINK E IBAÑEZ ALINEADOS A BOWEN			
IDEAS EN EL DISCURSO	CONCEPTO TEXTUAL	AUTOR	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS
Respeto de los valores éticos de la comunidad y el medio ambiente. Mejorar la imagen corporativa con el respeto de valores éticos.	Orientada al respeto de los valores éticos de las personas, las comunidades y el medio ambiente. Estrategia integral para incrementar el prestigio de su imagen institucional y con ello ser más competitiva, su ecuación es: Empresa exitosa = Empresa Socialmente Responsable	DENLE BROEDERLINK (2008) Territorios y recursos naturales: el saqueo versus el buen vivir²	Percepción conceptual de la RSE basada en los valores éticos de las personas y en fines sociales, en apego a la percepción de Bowen Integración voluntaria de las empresas con sus grupos de interés en beneficio de la sociedad.
Integración voluntaria de las organizaciones y sus grupos de interés con fines sociales.	Integración voluntaria de las empresas en preocupaciones sociales y medioambientales. Operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.	JAVIER IBAÑEZ (2004) Responsabilidad Social de las Empresas y Finanzas Sociales	
SIGNIFICADOS ALINEADOS A BOWEN EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
Estrategias basadas en el respeto al individuo y a su entorno, genera un impacto de buena imagen y a su vez genera rentabilidad ante los directivos.	En el sector empresarial es necesario desarrollar estrategia de comunicación y marketing basada en la RS, de respeto al individuo y a su entorno. Esta situación genera impacto de imagen, competitividad y buena rentabilidad para los directivos de las pymes.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 13	El autor BROEDERLINK, simpatiza con la conceptualización de BOWEN en que la directiva de la empresa debe apoyar sus objetivos de acuerdo a los objetivos de la sociedad logrando una mejor competitividad. Bajo esta premisa la experta menciona que es necesario desarrollar estrategias de marketing y comunicación permitiéndole a la empresa obtener un giro hacia la competitividad, buena imagen y por ende buena rentabilidad.

Buen trabajo de los actores cumpliendo normas ambientales.	Se persigue el buen trabajo de sus involucrados, ser más estricto el cumplimiento de normas del medio ambiente.	Ing. Andrea Naranjo Pregunta 9	J IBAÑEZ menciona que la RSE es la integración voluntaria de los involucrados en aspectos sociales y medioambientales se asemeja a BOWEN al enfatizar los objetivos y valores de la sociedad, bajo esta premisa las expertas mencionan y corroboran que el buen trabajo y el cumplimiento de las normas ambientales permite a la pyme el mejoramiento continuo y mantenerse en el tiempo, mejorando las relaciones comerciales.
Perseguir el mejoramiento de la persona y de la empresa.	Entonces no solo se persigue el mejoramiento de las personas, sino también la mejora del medio ambiente y contar con una rentabilidad que le permita a la pyme mantenerse en el tiempo	Ing. Gina López Pregunta 9	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 3: Concepto Base de RSE de MILTON FRIEDMAN (1970)

CONCEPTO BASE DEL AUTOR			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE BOWEN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE BOWEN	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
Las empresas aumentan y maximizan sus utilidades la RS es de las personas no de las organizaciones.	Aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa para sus accionistas. El comportamiento socialmente responsable es más propio de las personas que de las organizaciones.	MILTON FRIEDMAN (1970) <i>The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits</i>	El objetivo de las empresas es Incrementar y maximizan sus utilidades lo socialmente responsable es propio de las personas más que de las organizaciones.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A FRIEDMAN EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
El objetivo PYME es obtener una Rentabilidad, estas empresas no trabajan con sistemas de planificación.	El Estado conoce que la realidad de la mayoría de pymes no trabajan con sistemas de planificación, por otro lado el objetivo de estas organizaciones es tener ganancia o rentabilidad a corto plazo, entonces la respuesta sería eso Rentabilidad.	Ing. Pablo Almeida	La postura de FRIEDMAN es muy radical, en sí expresa que el objetivo de la empresa son los rendimientos que generen para sus accionistas, desde esta perspectiva el experto Ing. Almeida, apoya esta postura, el comenta que las pymes buscan rentabilidad a corto plazo. Por otro lado el Eco. Araque piensa que debe existir un cambio de actitud en el empresario, donde el tema social sea más importante que la Rentabilidad. Por otro lado la MBA Torresano menciona que implica la generación de costos elevados pues generar experticia produce elevar costos, hay poca gente capacitada en este tema y se requiere invertir en el capital humano.
El empresario debe cambiar de actitud y priorizar lo social antes de lo rentable.	Más que recursos se requiere un cambio actitudinal del empresario, donde ponga el tema social en mayor importancia que la rentabilidad financiera	Eco. Wilson Araque	
Implica costos además de conocimiento, la falencia del país baja experticia.	Considerar que implica costos además de conocimiento el desarrollar experticia, una de las falencias del país es que tenemos muy poca gente capacitada en este tema.	MBA. Mónica Torresano	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 4: Concepto Base de RSE de la UNIÓN EUROPEA (2005)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE LA UNIÓN EUROPEA	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE LA UNIÓN EUROPEA	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
RSE es realizar más de lo obligatoriamente indispensable	No solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas. La PYME asume ya su RS, principalmente a través de una participación a nivel local.	COMISIÓN EUROPEA (2005) <i>Libro Verde, Síntesis de la Legislación de la UE</i>	La RSE implica hacer más de lo estrictamente legal, inversión en capital humano y en el entorno. La pyme asume su RS a través de su participación local.
SIGNIFICADOS DE RSE DE HUPPERTS ALINEADOS A LA UNIÓN EUROPEA			
IDEAS CONCEPTUALES	CONCEPTO TEXTUAL ALCANZADO	AUTOR	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS
La RSE es dar un valor agregado para la empresa y la sociedad.	Es un papel visible dentro de la sociedad, que va más allá de la actividad principal y de lo legalmente obligatorio. Tiene un valor agregado para la empresa y la sociedad, orientar las actividades comerciales a la creación de valor a largo plazo en tres dimensiones rentabilidad, sentido social y ecológico.	PIERRE HUPPERTS (2005) CONSEJO ECONOMICO SOCIAL DEL LOS PAISES BAJOS <i>Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE</i>	La RSE es ir más allá de las actividades legalmente establecidas, es crear valor agregado en las empresas, orientando sus actividades comerciales.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A LA UNIÓN EUROPEA EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
La RSE es cumplir con los requisitos legales y al mismo tiempo enfatizar la innovación y creatividad en la parte humana y medio ambiente	Si una empresa está cumpliendo con requisitos legales el usuario sabe que es obligatorio, pero está pendiente de la innovación y creatividad que diferencie a una empresa de la competencia, tiende a impactar en la mente del consumidor, si la acción se ejerce en función de la parte humana y del medio ambiente, impacta al usuario.	Ing. Andrea Naranjo Pregunta 13	En el Libro Verde, la RSE es ir más allá de lo legalmente requerido a una empresa, a lo que la experta menciona que el consumidor tiende a identificar la innovación y creatividad en un producto o servicio, ese adicional genera competitividad. Así mismo, en el concepto se menciona que en una pyme la RSE sea a un nivel local, compartido también por los entrevistados

<p>La RSE es un tema que genera oportunidades y valores, la empresa se gestiona de una manera diferente del sector.</p>	<p>Es un tema que genera oportunidades y valores para todos, la RS significa inversión cuando simboliza el gestionarse de una manera diferente, se reitera el tema de innovación y creatividad, porque hay que buscar la manera creativa de hacer las cosas bien, diferenciarse del resto, de gestiona los recursos limitados.</p>	<p>MBA. Mónica Torresano Pregunta 14</p>	<p>HUPPERTS, acota que ir más allá de lo obligatorio genera un valor agregado basado en la innovación y creatividad, también genera valor agregado en el sentido social, ambiental y rentable. Misma opinión comparte la experta en el sentido de que se generan nuevas oportunidades al buscar hacer las cosas de una forma creativa, generando inversión y pudiendo gestionar los recursos limitados.</p>
---	--	--	---

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 5: Concepto Base de RSE de la ISO 26000 (2010)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE LA ISO 26000	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE LA ISO 26000	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
<p>La RSE genera en la sociedad comportamiento ético y transparente. Menciona el considerar a las partes interesadas y que se respete el aspecto legal</p>	<p>Ocasionan en la sociedad y el medio ambiente un comportamiento ético y transparente que: * Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; * Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; * Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; * Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones</p>	<p>ISO ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACION (2010) <i>Descubriendo la ISO 26000</i></p>	<p>El concepto expuesto por la ISO 26000 se considera el más completo. En el actual documento se considera también como un concepto global e integral en la empresa y sus partes interesadas.</p>
SIGNIFICADOS DE RSE DE SCHVARSTEIN ALINEADOS A LA IISO 26000			
IDEAS EN EL DISCURSO	CONCEPTO TEXTUAL	AUTOR	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS
<p>La RSE generar un comportamiento ético transparente y el bienestar de la sociedad.</p>	<p>Ocasiona en la sociedad y en el medio ambiente, un comportamiento transparente y ético. Contribuye al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.</p>	<p>LEONARDO SCHVARSTEIN (2003) <i>La Inteligencia Social de las Organizaciones</i></p>	<p>La RSE generar un comportamiento ético y transparente.</p>
<p>Importancia la RSE en tres aspectos, las personas, el planeta y la rentabilidad.</p>	<p>Triple Bottom Line, dar importancia a las actividades corporativas en tres aspectos siguientes: • People: las consecuencias sociales de sus acciones; • Planet: las consecuencias ecológicas; • Profit: el aspecto del beneficio económico</p>	<p>JOHN ELKINGTON (2005) <i>Cannibals With Forks</i></p>	<p>Bajo la RSE la empresa da importancia a tres aspectos de aplicación, las personas, el planeta y la rentabilidad.</p>

SIGNIFICADOS ALINEADOS A LA ISO 26000 EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
Concepto ISO 26000 más elaborado, enfoca al ser humano como parte de una empresa y de una sociedad	Cuando se hable de RS adoptar el concepto que brinda la ISO 26000 es un concepto más elaborado. La RS se enfoca en el ser humano dado desde el lado empresarial y desde una visión de país se habla de un Plan Nacional del Buen Vivir donde se asocia con bien común y eso va directamente relacionado con el ser humano. Al hablar de una sociedad la idea es generar riqueza pero también distribuirla de forma equitativa y justa.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 9	Referente a la conceptualización que nos brinda la ISO 26000, la experta considera que es un concepto muy bien elaborado en el cual la sociedad y el medio ambiente juegan un papel significativo, dando prioridad al ser humano con actor entre las partes relacionadas, prioriza el cumplimiento de la legislación aplicable y se apega a la ética.
Relaciona la RSE como un todo.	La RS se enfoca en el ser humano dado desde el lado empresarial y desde una visión de país se habla de un Plan Nacional del Buen Vivir donde se asocia con bien común y eso va directamente relacionado con el ser humano.	Ing. Gabriel Gordillo Pregunta 2	Referente al concepto de la ISO 26000, los expertos concuerdan en la importancia del rol de la sociedad (personas o la comunidad) como actores dentro de la conceptualización de RSE. Adicionalmente en el comportamiento ético.
El consumidor asocia la RS con el entorno, la clave es el significado para los diferentes actores.	Al hablar de una sociedad la idea es generar riqueza pero también distribuirla de forma equitativa y justa.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 13	
En el sector de estudio las pymes están orientadas principalmente a las personas, desarrollando este aspecto, luego el medioambiente y a generar rentabilidad.	En el tema de RS en las pymes, está bien la orientación hacia las personas, porque el trabajo va al ser humano, en segundo lugar debe haber una orientación medioambiental por los cambios climáticos con afecciones al medio ambiente, tercero orientarse al consumidor y cuarto al resto de la sociedad; se logra una sociedad más justa y equitativa	Eco. Wilson Araque	El Triple Bottom Line, teoría expuesta por ELKINGTON, es aceptada y compartida por los expertos, así expresan que en el sector de estudio el tema de RSE va orientado a las personas en primer lugar, al medioambiente en segundo y por último la sociedad para que se genere una rentabilidad. Se puede decir que van de la mano y es un engranaje dentro de la empresa para lograr los objetivos establecidos.
La triple P en nuestro país es como un engranaje en todo aspecto	En el Ecuador al aplicar el concepto de la triple P se identificaría como un engranaje, si la responsabilidad con las personas funciona la parte ambiente y financiera funcionarán bien y es aplicable en todo aspecto.	Ing. Gabriel Gordillo	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Análisis de autores adicionales:

Tabla 6: Detalle de Autores Adicionales, Año y Trabajo

AUTOR	AÑO	TRABAJO
OTTOMAN (1997)	1997	Green Marketing

GEORGES ENDERLE	2003	Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones.
PIERRE HUPPERTS	2005	Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE
JORGE ETKIN	2009	Gestión de la complejidad en las organizaciones

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Así mismo se relaciona estos significados con las opiniones vertidas por parte de los expertos en sus respectivas entrevistas, y se realiza las tablas a continuación:

Tabla 7: Concepto Base de OTTMAN (1997)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE OTTMAN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE OTTMAN	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
En el mercado existe un crecimiento del consumo de productos y servicios sustentables.	El crecimiento de la demanda del consumidor para los productos y servicio sustentables. Ahora está en la empresa comercial dar una respuesta adecuada frente a esta demanda	OTTMAN (1997) <i>Green Marketing</i>	Está en la empresa dar una respuesta ante una demanda creciente de productos y servicios sustentables.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A OTTMAN EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
La RS representa más que una ventaja competitiva, cambia la perspectiva del cliente.	Hablar de RS representa más que generar una ventaja competitiva, obviamente le diferencia de los demás, genera buena imagen y cambia las perspectivas del cliente.	Eco. Wilson Araque	OTTMAN es muy claro, es responsabilidad de la empresa dar una respuesta adecuada frente a la demanda de productos y servicios sustentables, ante esta opinión el Eco Araque menciona que la RS cambia la perspectiva del cliente y genera una buena imagen de la empresa.
El mercado empieza a percibir y aprecia lo diferente y responsable.	El mercado empieza a percibir ciertas alertas, que hacen pensar que puede ser diferente.	MBA. Mónica Torresano	La MBA Torresano menciona que el mercado percibe ciertas alertas como diferenciación.
Los consumidores prefieren productos de empresas con procesos responsables	Si una empresa lo hace y otras no lo hacen se genera cierta ventaja frente a la competencia y los consumidores prefieren adquirir estos productos.	Ing. Pablo Almeida	El Ing. Almeida menciona que si una empresa lo hace y otra

Es un proceso de varios responsables: La empresa que aplique RS, el cliente que consuma y el Estado desarrolle una cultura de RSE	El primer actor es la empresa y cumpla con la premisa de RS, el segundo el consumidor que conozca el fin social de la empresa y el tercer actor el Estado que desarrolle la cultura de conocimiento, porque el mercado ecuatoriano tiene una tendencia de consumo básico, buscan la cantidad y el precio antes de percibir los aspectos extras.	MBA. Mónica Torresano	no, hay una competencia clara, aquí se coincide con el autor en decir que el consumidor detecta la diferenciación y los cambios en apego a productos y servicios sustentables.
--	---	-----------------------	--

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 8: Concepto Base de GEORGES ENDERLE (2003)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE ENDERLE	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE ENDERLE	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
Las pymes deben aceptar su responsabilidad corporativa para mantenerse en el sistema económico actual.	Las pymes todavía tienen espacios de libertad desde los que asumir sus responsabilidades económicas, sociales y medioambientales La responsabilidad corporativa no sólo es posible, sino también necesaria para que las PYMES obtengan y permanezcan con éxito en el sistema de economía global actual	GEORGES ENDERLE (2003) <i>Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones</i>	La pyme debe asumir sus responsabilidades económicas, sociales y medioambientales, esto les permitiría permanecer en el sistema económico global.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A ENDERLE EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
La pyme tiene lineamientos y uno de sus objetivos en contar con RSE.	Las pymes tienen lineamientos para el cumplimiento de objetivos y uno de sus objetivos es contar con RSE.	Ing. Andrea Naranjo Pregunta 2	Los comentarios vertidos de los expertos concuerdan con la conceptualización del autor ENDERLE, referente a que las pymes asumen sus responsabilidades y en ellas es posible y necesaria la RSE, mencionan también las barreras que se presentan, como la falta de conocimiento y cultura, pero concuerdan que es viable al largo plazo.
Es viable implantar RSE pero se complica por la cultura.	Es viable implantar RSE pero resulta complicado por la cultura y el grado de conocimiento de las personas	Ing. Gabriel Gordillo Pregunta 2	
Las pymes consideran importante el Costo /Beneficio, generar incentivos.	Las pymes siempre relacionan el tema Costo / Beneficio, y es una ventaja para el Estado el incentivar al sector generando un beneficio, se obtendrá éxitos futuros.	Ing. Pablo Almeida Pregunta 2	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 9: Concepto Base de GEORGES ENDERLE (2003)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE ENDERLE	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE ENDERLE	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
La pymes están a la sombra de las grandes corporaciones incluso en temas de ética empresarial	Las PYMES constituyen una vasta mayoría de las organizaciones empresariales, situadas a la sombra de las grandes corporaciones y son desatendidas en los debates públicos, incluido los que tratan sobre temas de ética de la empresa.	GEORGES ENDERLE (2003) <i>Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones</i>	El número de pymes es siempre incremental, pero no se las considera para tratar temas importantes uno de ellos la ética empresarial.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A ENDERLE EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
Eliminar ideas en las pymes de que la RSE solo va direccionado a empresas grandes o que todo significa costo	Un parámetro que debe cambiar, es el considerar que esto va direccionado solo para empresas grandes o que todo significa costo, porque el tener una política de preocupación por mis colaboradores en ocasiones no significa altos costos, significa el tener una visión empresarial más humana.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 14	ENDERLE menciona que las pymes están situadas a la sombra de grandes empresas inclusive en el tema de ética, la experta menciona que hay que cambiar la perspectiva de orientación "el tema de RSE solo va orientado para grandes empresas" y eliminar de la mente del empresario que significa costos altos, hay que contar con un punto de vista de "tener una visión empresarial más humana".

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 10: Concepto Base de PIERRE HUPPERTS (2005)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE HUPPERTS	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE HUPPERTS	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
Diferentes mezclas de la conceptualización de RSE	Toda clase de términos se utilizan y mezclan de forma indiscriminada: Inversión Social Empresarial, Triple Botton Line, Ciudadanía Empresarial, calidad y Filantropía empresarial	PIERRE HUPPERTS (2005) <i>Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE</i>	Los términos de RSE se utilizan y se mezclan, genera una propia forma de aplicación y en algunos casos confusión.

SIGNIFICADOS ALINEADOS A HUPPERTS EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
Conocimiento de RS exiguo	El conocimiento de la RS es exiguo, es un tema que está parcializado al rol institucional, una cosa entiende el Estado, otra cosa entiende la sociedad civil y otra cosa entiende la empresa.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 3	Según HUPPERTS existe una confusión en la terminología confunden el tema y lo mezclan con otros temas, por este lado la MBA Torresano acota que el conocimiento de la terminología es exiguo y que lo interpretan de diferentes maneras los diversos actores. El Eco. Araque menciona que hay mucho trabajo en el tema para evitar que las pymes confundan la conceptualización.
Se debe trabajar en ir más allá de la normativa, para evitar confusión en el tema.	Existe un trabajo muy grande por hacer, para que las pymes no confundan la conceptualización con marketing o cumplimiento de obligaciones legales, es ver más allá de la normativa.	Eco Wilson Araque Pregunta 3	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 11: Concepto Base de PIERRE HUPPERTS (2005)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE HUPPERTS	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE HUPPERTS	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
Las pymes no poseen los medios económicos para aplicar RSE.	Las pymes no parecen dar aún mucha importancia a la RSE. Estas empresas no poseen los medios económicos o personales adecuados para implementar una política de RSE	PIERRE HUPPERTS (2005) <i>Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE</i>	Las pymes no dan mucha importancia a la RSE, no poseen los recursos para implementar una política basada en RSE.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A HUPPERTS EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
Las pymes se orientan a gestión de operaciones	Las pymes se orientan más que estrategia empresarial y de mercados, a realizar gestión de operaciones.	Ing. Pablo Almeida Pregunta 1	Referente a las pymes los expertos mencionan que actualmente no es prioritario para la pyme documentar el plan estratégico pero se orientan a la gestión de operaciones, apoyando la conceptualización del autor HUPPERTS que no le dan mucha importancia al momento. Pero <u>no apoyan el hecho que sea costoso implementar RSE.</u>
La estrategia empresarial no está documentada, cruza de manera transversal al plan estratégico.	No es prioritario documentar la estrategia, muchas veces está en la mente del propietario. La RS cruza de manera transversal al plan estratégico.	Eco. Wilson Araque Pregunta 2	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Tabla 12: Concepto Base de JORGE ETKIN (2009)

CONCEPTO BASE			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DE ETKIN	SIGNIFICADO CONCEPTUAL TEXTUAL DE ETKIN	DETALLE DEL DOCUMENTO ANALIZADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS DESPRENDIDOS DEL DISCURSO Y EL CONCEPTO TEXTUAL
La sociedad espera servicios que contribuyan con el crecimiento de la comunidad.	La sociedad espera que las organizaciones presten servicios, que ofrezcan y ayuden al crecimiento de la comunidad.	JORGE ETKIN (2009) <i>Gestión de la complejidad en las organizaciones</i>	La sociedad espera que la pyme contribuya al crecimiento de la comunidad.
SIGNIFICADOS ALINEADOS A ETKIN EN LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS			
SIGNIFICADO PROPUESTO EN EL DISCURSO DEL ENTREVISTADO	OPINIÓN TEXTUAL ENTREVISTADO	ENTREVISTADO	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO
RS un deber del ser humano	La RS está inmersa como un deber de todos los seres humanos.	Eco. Wilson Araque Pregunta 2	Los aportes del Eco. Araque y la MBA Torresano, se alinean a la conceptualización planteada, porque mencionan que las pymes tienen un deber social con el ser humano con los trabajadores y luego con la comunidad y el medioambiente.
Las pymes realizan buenas prácticas en su entorno casa adentro, con la comunidad y el ambiente pero no alineado a una estrategia empresarial.	Un número sustancial de pymes hacen buenas prácticas en todas las áreas, un enfoque de sus trabajadores, un enfoque casa adentro; luego un enfoque a la comunidad y al ambiente, desde el lado de las pymes este es el panorama, pero no alineado a la estrategia.	MBA. Mónica Torresano Pregunta 3	

Elaboración: Ing. Natalia Camacho, 2014

Esta investigación ha determinado que el significado de responsabilidad social empresarial tiene marcada una trayectoria, los autores expuestos en este documento tienen diferentes percepciones, por tal motivo se alinea criterios conceptuales de otros autores y de los entrevistados. Se parte desde la percepción de empresa dirigida al respeto de objetivos y valores de la sociedad (Bowen; 1953), por otro lado una apreciación que enfatiza en maximizar la rentabilidad en beneficio de los directivos (Friedman 1970) y en la actualidad se puede mencionar el concepto emitido por la ISO 26000, significado de RSE que se ha tomado como referencia para este trabajo por ser una ponencia imparcial además de completa, donde enfatiza que la RSE esté integrada en toda la empresa, con un comportamiento ético en la sociedad y el medio ambiente, en este significado se considera el respeto al entorno, a las partes interesadas, la legislación y normativa aplicable.

3.6. Contribución local de las pymes que practican la RSE.

En el caso de pymes que pueden incluir RSE en su giro de negocio, según la perspectiva de los expertos, las acciones que emprendan empiezan a tener un sentido y enfoque diferente, a tal punto de mejorar el entorno, parten desde el mejor trato al ser humano, por consiguiente el primer cambio es puertas adentro, en la misma organización, se inicia el cambio de políticas internas en pro de la mejora del trato con los trabajadores, desde este punto de partida existe un cambio de mentalidad en los funcionarios y por consiguiente existe un cambio sustancial en las actividades de la empresa que puede tener resultados positivos como llegar a ser más productiva y cambiar la imagen corporativa.

En otra instancia, se genera un cambio sustancial en el consumidor, quien al observar que la empresa cuenta con características sustentables de diferenciación y puede cambiar su tendencia de consumo, a tal punto de poder empezar a exigir al mercado productos de similares o mejores características, a la vez se genera una forma de educar al consumidor, se afina la conceptualización sobre RS y un cambio sustancial en la mente del cliente.

De acuerdo a las tendencias de consumo en las entrevistas se menciona *“en el estudio de RS elaborado en el año 2012, se concluyó que 9 de cada 10 consumidores están dispuestos a comprar y a cambiar la marca de un producto por el de una empresa socialmente responsable y a pagar un precio extra, también lo que llama la atención es que están dispuestos a pagar hasta un*

10% más¹¹¹, por esta apreciación, determinada a través de un estudio previo, el consumidor local puede apreciar la calidad en un producto o servicio, aún más alentador, es el hecho que puede llegar a pagar un poco más para obtener este beneficio, así las pymes generaran un costo extra en la elaboración de sus productos que eleve el precio, si el cliente puede llegar a valorar este adicional como incremento y está dispuesto a preferir cierta marca o seguir consumiendo de la misma marca, esto se denomina fidelización del cliente, otro parámetro que se puede fortalecer en el transcurso de esta implementación y que a la pyme le ayuda a subsistir en el tiempo.

Una contribución sustancial, se daría también con el medio ambiente, porque después de cambiar la perspectiva del cliente, cambiaría su forma de comportamiento con el medio ambiente, por consiguiente un cambio de cultura, donde se empieza a valorar y a precautelar los recursos específicamente los ambientales, se cambia sustancialmente los hábitos a un trato equitativo con la naturaleza, esto implica para el sector empresarial pyme, que piensen en una inversión significativa o social, en la renovación de equipos, maquinarias e infraestructuras que obstaculicen este fin social.

Es loable hablar de la contribución de muchas pymes con los sectores productivos, de acuerdo al censo económico 2010, información más actualizada con la que se cuenta demuestra un apogeo de emprendimiento pymes a nivel local, el sector Comercial con un 49.46% (49104 establecimientos) y de Servicios con un 39.94% (39650 establecimientos), como lo muestran los gráfico N° 2 y N° 3 (Ver Anexo 7).

¹¹¹ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

Las PYMES se desempeñan a tal punto que logran beneficiar rentablemente a la comunidad, contribuyen con un ingreso de \$219.044,93 (miles de \$) en el sector de estudio, específicamente por los sectores de mayor contribución, Comercio \$90.301,92 (miles de \$) y Servicios con \$13.070,40 (miles de \$)¹¹², (Ver Anexo 10); por otro lado, estas empresas han logrado una mejora física de los ambientes externos, con limpieza, ornamentación, servicios a la comunidad; esto ayuda a la empresa a desarrollar la creatividad en buscar nuevas formas de servir, por este lado existe un ganar ganar.

En las entrevistas se expresó que en el estudio se dedujo que *“la mujer desempeña un rol muy importante en las pymes¹¹³”* que los puestos gerenciales y puestos también operativos están integrados por mujeres, se cambia así también la tendencia administrativa, se dice que las pymes han llegado a beneficiar a algunos sectores de importancia social, en este caso que el rol femenino dentro de la administración gerencial ocupe un papel significativo...

Se puede enfatizar el enfoque del gobierno que también está dado por concentrarse en el ser humano como ente productivo dentro de una empresa, y dentro de su localidad, por tal motivo el gobierno implementa el *“Plan Nacional del Buen Vivir”*, así el COPCI menciona sobre este tema:

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor

¹¹² INEC, Censo Económico 2010, www.ecuadorencifras.gob.ec.

¹¹³ Experto 2: MBA. Mónica Torresano

valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, se facilita la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza¹¹⁴.

Esto se alinea con lo mencionado en las entrevistas, que va directamente orientado al desarrollo y la satisfacción de vivir del ser humano, a lo cual también se relaciona con lo que establece el COPCI sobre el ser humano y su desarrollo.

Que, el Artículo 283 de la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y, tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir¹¹⁵.

El Estado también se beneficia si se cambian las tendencias de producción además que las tendencias de consumo, porque la ciudadanía cambiara su actitud para adaptarse a la práctica de RS en el transcurrir de la cotidianidad de la pyme.

En las entrevistas se ratifica también que los aspectos son importantes pero para una pyme, *“el objetivo de estas organizaciones es tener ganancia o rentabilidad a corto plazo, independientemente de las premisas que deba*

¹¹⁴ (ASAMBLEA Nacional, *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI*, Art. 3)

¹¹⁵ (ASAMBLEA Nacional, *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI*, Considerando)

*cumplir*¹¹⁶. Así mismo opina que el rol del estado es fundamental y que está normado en el COPCI, por lo cual lo tomamos como referencia.

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva¹¹⁷.

Otro sentido de beneficio es la expansión corporativa, a tal punto de llevar productos y servicios a mercados internacionales, pero para ello las pymes deben contar con una capacitación sustancial proporcionada por el gobierno y además contar con una planificación específica donde se respeten parámetros de calidad internacional; así poder llegar a competir con empresas con experiencia en el mercado internacional.

Por último es necesario considerar el desarrollo profesional y de comercio de los funcionarios y empresarios de las organizaciones que incurren en este cambio sustancial.

¹¹⁶ Experto 4: Ing. Pablo Almeida

¹¹⁷ ASAMBLEA Nacional, *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI*, Libro I, Del Desarrollo Productivo..., Título I, Del Desarrollo Productivo y...Capítulo 1, Del Rol del Estado... Art. 5, Registro Oficial 351, 29 de diciembre del 2010.

CAPITULO IV: Ventajas y desventajas de las Pymes al implementar la RSE

4.1. Ventajas

Si una pyme local llega a implementar en su planificación estrategia corporativa prácticas de RSE, se desarrolla una relación diferente con los grupos de interés, el beneficio es crear una mejor relación así como incrementar la credibilidad de la empresa, porque se proyecta una imagen empresarial distinta. Por otro lado la gestión empresarial se orienta a la RSE, se genera empleo en la ciudad, se desarrolla habilidades, existe un impacto económico local y se enfoca a la inversión social, por este lado también la perspectiva de los grupos de interés tiende a modificarse a tal punto de generar una sinergia positiva que llega a desarrollar negocios basados en la ética; estas constituyen amplias ventajas.

Se empiezan a desarrollar actividades empresariales basadas en el respeto y cuidado del medio ambiente, la transparencia en las gestiones, un trato justo además de equitativo con las personas y los recursos, se empieza a forjar hábitos en los stakeholders, se modifica la cultura de consumo en el mercado local, se orienta sus decisiones a la RSE.

Una ventaja palpable es directamente con las personas, que en las pymes del sector de estudio son fundamentales, se empieza a valorar el recurso humano de una manera diferente, se mejora el trato a los funcionarios y a las prácticas laborales, permite generar una cultura de conocimiento en las empresas por el lado de fomentar capacitación.

Por el lado de la comunidad existen varias ventajas, como es el hecho de desarrollar sectores determinados, por ejemplo el rol femenino a incrementado

en las pymes, porque los cargos gerenciales, administrativos y operativos los ocupan en mayor número las mujeres, en parte esta tendencia ha modificado algunas formas de desempeño corporativo por característica innatas de las mujeres, algo que no se veía tiempo atrás entre las pymes.

La comunidad también se beneficia de las pymes del D.M. de Quito, que empiecen a trabajar en función de las RSE, la ventaja es que la cadena de valor surge también un cambio sustancial, porque la producción se vuelve más responsable, por consiguiente se inicia con un mejor manejo de los recursos de la empresa, tanto financieros, humanos como de infraestructura y tecnología, que en largo plazo pueden generar incluso una optimización de procesos en pro de una rentabilidad incrementada pero basada en prácticas más responsables, objetivo también de cualquier empresa.

Se fomentan valores como el respeto, la puntualidad de cumplimiento, la honestidad, equidad, entre otros, con los diferentes involucrados incluyendo el medio ambiente, esto genera un cambio sustancial en la persona que practica la RSE, porque se recuerda que la pyme, es un equipo conformado por personas, que al cambiar su mentalidad y ejercer acciones orientadas a estos valores, generan una empresa proactiva además de rentable.

El Estado también se da cuenta de que se requiere un cambio de actitud en las personas a favor del medio ambiente y del mejor trato a las personas, estas características se obtienen de la correcta orientación de RSE, por ese motivo se preocupa por este tema, de tal manera que ha dado pasos para formalizar la responsabilidad social en la corporación, mediante una normativa denominada Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión COPCI,

donde se menciona ciertos incentivos tributarios para temas de producción eco eficiente¹¹⁸.

Existen factores que también empiezan a evolucionar en las pymes cuando se orientan a la RSE, estos son la creatividad, innovación, competitividad, productividad y el emprendimiento, al juntar estos factores obviamente se va a obtener una mejora en los procesos internos de la pyme y por ende se genera eficacia y eficiencias en la utilización de recursos, beneficio tangible para la empresa.

Al contar con un cambio positivo en la imagen corporativa, por enfatizar en las diversas prácticas mencionadas, se va a desarrollar un reconocimiento de la marca tanto para el cliente interno como el cliente externo, porque se modifican sus perspectivas, se crea una tendencia de consumo incremental, y a la par se genera alta competitividad, porque las buenas prácticas también influyen en la competencia.

4.2. Desventajas

La principal desventaja, la mayoría de pymes del D.M. de Quito, no cuentan con un plan estratégico definido o documentado, se determina como una desventaja puesto que la empresa puede llegar a tener un mejor direccionamiento con estrategias claras orientar a todos los grupos de interés

¹¹⁸ Producción Ecoeficiente se define como: “Proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfaga las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que reduzca progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del ciclo de vida, hasta un nivel compatible con la capacidad de carga estimada del planeta”. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Fundación Foruambiental, **Guía para la Ecoeficiencia**; pg. 8, <http://www.forumambiental.org/pdf/guiacast.pdf>, Octubre- 2013

en pro de los objetivos a cumplir, mientras tanto cuentan con iniciativas de los propietarios o estrategias para sobrevivir en el tiempo.

Sobre el tema de RSE las pymes del sector no cuentan con capacitación y preparación sobre el tema, la mayoría de empresarios de las pymes tienen desconocimiento, poseen información exigua, limitándolos a experimentar su aplicación en la pyme.

Así mismo resulta compleja la integración de la RSE al mercado local, porque el medio del consumidor no tiene una cultura desarrollada en el tema, la mayoría de personas, busca aparte de un producto socialmente responsable, el elemento diferenciador que es el precio, esto se da, por las condiciones de consumo plasmadas en la mente del consumidor local; resulta una desventaja porque las pymes que ingresan a tener prácticas de RSE tendrán que vencer este obstáculo.

Un gran problema se da también, al llegar a confundir el significado real de la RSE, a tal punto creer que es RS, las prácticas laborales obligatorias, o que es marketing o con el buen trato al personal, cuando la conceptualización se orienta de manera diferente, al cambio de políticas internas para desarrollar formas sustentables de producción, la mejora sustancial en el trato del cliente interno y externo, en sí, un cambio de mentalidad y de actitud de los involucrados, es ese plus o extra que se añade a cada actividad empresarial.

Un obstáculo representa que muchas pymes del sector de estudio nacen con actividades de RSE entre sus actividades productivas y al no contar con un planteamiento estratégico definido, resulta complicado generar elementos de diferenciación notables frente al cliente.

En el sector, D.M. de Quito existen mercados definidos entonces va depender mucho, de la identificación de mercado, a cual se orienta determinado producto o servicio, para verificar si puede ser valorado el esfuerzo, de ahí que viene de la mano la herramienta de desarrollar un buen plan de marketing, no para conseguir solo incrementar las ventas sino también que se considere el crear consciencia en los consumidores.

Un problema palpable es la falta de recursos por parte de las pymes para efectuar cambios de manera transversal de RSE, para poder realizar una inversión de este tipo, es necesario que el gobierno local y nacional intervenga, que brinde apoyo tanto en capacitación y asesoramiento del tema, como en crear iniciativas, redes productivas y apoyo financiero a las pymes que opten por tomar esta decisión. A la larga les va a permitir ampliar sus visiones y aspiraciones incluso que reciban a poyo para cumplir normas internacionales para que puedan exportar sus productos o servicios.

CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

De acuerdo a la hipótesis planteada, se puede concluir que se cumple parcialmente, en sí, la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del D.M. de Quito al ser aplicada como parte de la estrategia empresarial puede desarrollar lineamientos corporativos de diferenciación, competitividad y productividad ecorentable, pero en el sector de estudio, según criterios de los expertos, las pymes no cuentan con una alineación de RSE a un plan estratégico, en sí la mayoría de pymes no poseen escrito una planeación estratégica dentro de sus organizaciones, sí desarrollan sus metas y objetivos en apego a Responsabilidad Social, esta no está definida como proceso explícito, pero forma parte de las actividades empresariales de pocas empresas.

Las pymes cuentan con libre adaptabilidad de la RSE, dependiendo de la empresa y de la forma en la que los empresarios deseen ejecutarla, además depende de sus necesidades y requerimientos, se utiliza un toque de creatividad e iniciativa en cada proceso, la tendencia no es la estandarización sino más bien la libre decisión; por ello en el sector de estudio cada pyme puede adoptar la RSE de acuerdo a sus posibilidades e iniciativa, genera elementos de diferenciación y existe la tendencia a desarrollar una ventaja competitiva.

La aplicación de RSE en el sector de las pymes puede también generar oportunidades para crecimiento, de ahí que generan elementos de diferenciación aplicados actualmente dependiendo del sector, si se sabe aprovechar se puede sacar beneficios y factores positivos para efectos de planificar de mejor manera la *gobernanza de la organización*.

Uno de los objetivos del estudio es como se está definiendo la RSE en el sector de estudio, por este lado la definición adoptada es muy amplia, la pyme cumple con un papel significativo en el D.M. de Quito, en el sector la RS tiene que desarrollarse más allá de desempeñar una actividad comercial principal, o legalmente obligatoria, se debe considerar como una característica adicional que brinda la pyme a sus propios funcionarios, la comunidad y su mercado; es la forma de desarrollar actividades en apego a una visión de respeto a los recursos humanos y de optimización de recursos empresariales, de ahí que viene el enfoque de las tres P, que detalla la orientación a las personas en el sector, como parte de sus *derechos humanos*, además influir en el planeta y en la rentabilidad dentro de la localidad.

El análisis demuestra también que la RSE en la estrategia de pymes locales aportarían con beneficios, como generar empleo, mejores *prácticas laborales*, elementos de diferenciación frente a la competencia, desarrollo de habilidades, un aporte significativo con el entorno al incentivar la creación de negocios éticos, son ventajas competitivas, apreciadas por el mercado, a su vez se puede desarrollar una tendencia de consumo que genere una cultura de conocimiento, por otro lado se mencionaba que existe un efecto conocido como efecto cascada o derrame, en el cual las pymes que inician con un proceso

contagian a la competencia, y estas lo empiezan a aplicar, al verificar beneficios implícitos.

Actualmente el sector no es propicio para aplicar RSE mientras no exista conciencia y cultura en la ciudadanía, de hecho, esta actividad es motivada por el gobierno central, para que la aplicación sea voluntaria y llegue a ser necesaria en las pymes locales, por los beneficios generados en el entorno. La motivación a los empresarios parte de la creación de normativas que manifiestan incentivos, por otro lado cada política dentro de una pyme se debería convertir en un hábito, de ahí parte el cambio de mentalidad de los funcionarios, que luego lo van a demostrar en el desarrollo de los procesos y en la obtención de un producto o servicio apreciado y valorado por el mercado.

Referente al medio ambiente la RSE aplicada en las pymes permite un mejor uso y direccionamiento de los procesos a favor de los recursos naturales, es indispensable que el ser humano desarrolle una conciencia frente a la naturaleza, con la creación de oportunidades empresariales respetando y valorando al medio ambiente.

Existe también una conceptualización divergente del significado para muchos empresarios la RSE, desde esta perspectiva confunden el término con prácticas laborales obligatorias como sueldos y salarios puntuales, cumplimiento de pago de horas extras, erradicación del trabajo infantil, con actividades sociales realizadas por algún funcionario, como caridad de la empresa hacia la comunidad o como marketing netamente publicitario. Se evidencia que en el sector de estudio se generaliza un alto grado de desconocimiento, confusión y aplicación de la temática por tal motivo es

menester que antes de una aplicación de RSE se cree cultura en el medio para que pueda entender de mejor manera la valía de actividades en reciprocidad con los grupos de interés generando *prácticas justas de operación*.

En el sector también están surgiendo desventajas de aplicación, en primer lugar la falta de conocimiento y experticia en el tema, el hecho de que no esté aplicado como una normativa a cumplirse hace que las pymes que empiezan a aplicarlo incurren en inversión o costos adicionales que incrementen el precio del producto o servicio, la falta de una cultura de RS en el mercado, pues el consumidor debe aprender a apreciar estos cambios positivos porque generalmente valoran un precio conveniente más que la calidad del producto o servicio se debe trabajar en los *asuntos con los consumidores*.

La norma ISO 26000 aún no es certificable, es una guía de cómo orientar el proceso de implementación en las empresas, se da una pauta de cómo puede proceder el sector empresarial, pero depende mucho de la iniciativa y creatividad de los empresarios, por ello no se puede estandarizar, y queda mucho camino para que se pueda certificar, en el sector empresarial no es muy relevante la adopción de las ISO, menos del 30% adoptan la más generalizada ISO 9001, menos de la mitad del 30% adoptan la 14001 y como un 14% las otras normas ISO, por ello en el sector resulta difícil su adaptación, ahora que existen empresas que lo implementan y es muy loable, porque generan diferenciación en su procesos, apreciado por sus clientes.

Se puede concluir con que las pymes del D.M. de Quito que inicien un proceso de inclusión de estrategias tomando como guía el proceso propuesto por la ISO 26000 que se basa en RSE, desarrollan características de

diferenciación y estimulan al sector donde desempeñan sus actividades productivas, tanto culturales como económicas, el sector se ve beneficiado porque muchas de las organizaciones que practican RSE lo hacen en su entorno, como por ejemplo el integrar un proceso de manejo de desechos, erradicación de basura en las calles, reciclaje de materiales tóxicos para el medio ambiente pero benéfico para muchas industrias, implemento de buenas prácticas laborales, mejor trato a la persona como eje central de la sociedad.

5.2. Recomendaciones

Se puede recomendar que las pymes, en primera instancia, generen un plan estratégico, con respaldos documentales, para que posteriormente sea de fácil adaptabilidad de normas de RSE en sus estrategias, porque en el día a día las pymes desarrollan estrategias comerciales, financieras, de ventas, entre otras. Las pymes se enfocan al crecimiento y a sobrevivir en el tiempo aunque no estén direccionadas documentalmente se conoce que trabajan con estrategias y objetivos definidos, se pudo conocer que el 42% de empresas en cifras generales consideran que tienen algo de estrategias con RS, que de estas menos de la mitad alineadas al plan estratégico, en las pymes es mucho más restringido; se mencionaba que 2 de cada 10 empresas apenas tendrían un plan estratégico donde introduzcan elementos de RS y en la pyme es menor.

Se recomienda generalizar el significado de RS, el conocimiento es exiguo, todos los actores involucrados la entienden de diferente manera, más allá de que tenga una estrategia o que tenga un plan de implementación, ejecuta acciones y prácticas de distinta índole que están relacionadas con RS.

Se recomienda trabajar con las generaciones jóvenes y enfocar políticas de capacitación además de concientización, porque se visualiza ser un sector más consciente de estos temas, es un terreno grande sobre el cual las empresas pueden tener respuestas socialmente positivas.

En la pyme local, se debe diferenciar entre la actividad empresarial cotidiana y las prácticas de RSE que están desarrollándose, para que tanto los funcionarios como el mercado sepan diferenciar el valor agregado, considerándolo como un elemento diferenciador ante la competencia y tengan una ventaja competitiva.

Se debe dar a conocer al mercado, que se utiliza prácticas de RSE pero con el objetivo de concientizar a la comunidad de las buenas prácticas con el entorno, pero no solamente para generar rentabilidad, por ello la forma de comercialización debe constituirse como una herramienta de comunicación bien enfocada a los objetivos reales de la organización.

Evitar las creencias erróneas de que al implementar RSE en las pymes solo es un generador de gasto o costo corporativo, pues se debe considerar una inversión social que forma parte del área socio – económica de la sustentabilidad, por ello genera resultados positivos como generador de cultura, conocimiento, distinción de la marca en el mercado y también rentabilidad al largo plazo.

Considerar a la RSE como un tema importante de aplicación en las pymes, aunque en la actualidad no es un tema urgente, pues no es exigido por una normativa, pero se lo debe empezar a estudiar y considerar en el sector

porque tienen ventajas y oportunidades inherentes, al momento se constituye como parámetros de aplicación voluntaria.

Se recomienda que la pyme antes de incursionar en el tema realice un estudio de mercado sustancial en el cual se verifique las mejores prácticas de RSE dependiendo de su nicho de mercado, porque el hecho de que no sea estandarizado ni de aplicación obligatoria, se debe adaptar a las condiciones de cada empresa y a su mercado.

Se recomienda que el gobierno central desarrolle la iniciativa de brindar capacitaciones del tema porque debe ser una obligación y no opcional la RSE en el sector empresarial y específicamente de las pymes locales, porque de ello depende que se genere buenas prácticas en contribución con entorno, tanto empresarial como ambiental, hay que ser retributivos con los beneficios recibidos de forma instantánea y gratuita de los recursos naturales, e incentivar además de rescatar buenas prácticas laborales con el recursos humano.

Por último se recomienda que cualquier cambio en la pyme, deba ser bien desarrollado y planificado porque si se comete un error, el riesgo es muy alto, a tal punto que puede desaparecer; pues la parte financiera, no puede estar en juego, así como tampoco su utilidad porque se crea inestabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

BROEDERLINK Denle y ALAI Agencia Latinoamericana de Información ALAI, ***Territorios y recursos naturales: el saqueo versus el buen vivir***, Quito – Ecuador, Edición ALAI, Abril del 2008.

CORTINA Adela, CONILL, Jesús, ***Democracia participativa y sociedad civil Una ética empresarial***, Colombia – Santa Fe de Bogotá, Siglo del Hombre editores, 1998.

ENDERLE, Georges, ***Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones***, Competencia global y responsabilidad corporativa de las pequeñas y medianas empresas, Madrid-España, Editorial Trotta S.A., 2003.

ETKIN, Jorge Ricardo, ***Gestión de la complejidad en las organizaciones***, Buenos Aires, Ediciones Granica S.A., 2009.

Facultad de Mercadeo Nacional e Internacional, ***Revista Iberoamericana de Marketing –RIM- N°2***, Colombia – Manizales, Comité Editorial, Diciembre – 2008.

FRIEDMAN, Milton, ***The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits***, New York Times, Magazine, September 13, 1970.

HUPPERTS, Pierre, ***Responsabilidad Social Empresarial: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE***, Argentina – Buenos Aires, Valleta Ediciones S.R.L., 1ª ed, 2005.

IBAÑEZ, Javier Wenceslao Jiménez, ***Responsabilidad Social de las Empresas y Finanzas Sociales***, España- Madrid, Ediciones Akal, 2004.

MELE Domenech, **Responsabilidad Social de la Empresa: una revisión crítica a las principales teorías**, IECE Business School, Universidad de Navarra, Navarra – España, 2007, p.3

Revista EKOS, Nuevo **Conceptos sobre la RSE**, Sección Cultura corporativa, Diciembre 2012, pg. 154 – 159 <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/554.pdf>

ISO Organización Internacional de Estandarización, **Descubriendo la ISO 26000**, Definición 4.1., Suiza, 2010.

SCHVARSTEIN, Leonardo, **La Inteligencia Social de las Organizaciones**, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social, México D.F., Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, Febrero 2003.

SILVA, Erika Charvet, **Modelos Empresariales de Responsabilidad Social**, Ecuador, Fundación Esquel, Julio 2000.

TORRESANO, Mónica, IDE Business School, **Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador 2012**, Ecuador-Quito, <http://www2.ide.edu.ec/>, p.19

PÁGINAS WEB

ANDAGOÑA, Antonio, IDE Business School, *ISO 26000 Capítulo una Guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones* http://www.iese.edu/es/multimedia/catedralacaixa_vol11_Final_tcm5-72287.pdf, Navarra - España, Junio del 2011 pg. 24-29

ASAMBLEA Nacional, **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI**, Libro III, Del Desarrollo Empresarial, Título I, Del Fomento de

la Micro, Pequeña y..., Capítulo I, Del Fomento y Desarrollo... Art. 53, Registro Oficial 351, 29 de diciembre del 2010.

BID Banco Interamericano de Desarrollo, Autores Varios, *RSE-La Responsabilidad Social en Empresas de América Latina*, Editores VIVES Antonio y PEINADO Estrella, Capítulo 7, RSE, Grandes Compradores y la Cadena de Valor, Mayo 2011, pg. 145 http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_integracion_rse.pdf.

CAPEIPI, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, www.capeipi.org.ec, Octubre – 2013.

CERES, *Informe Anual*, <http://www.redceres.org/wpcontent/uploads/2013/02/Informe-Anual-2012.pdf>.

ECUAPYMES, Febrero 2012, en <http://www.ecuapymes.com/ecuapymes/queesunapyme.htm>

ENGUIXS, Thibaut, *Responsabilidad Social en la Cadena de Valor*, Revista Pyme, Sección Empresa, Responsabilidad Social Empresarial <http://www.responsable.net/compartir/responsabilidad-social-cadena-valor>.

INEC, *Censo Económico 2010*, www.ecuadorencifras.gob.ec.

Negocios en Internet, Canguro Rico, 20-02-2012, en <http://cangurorico.com/2009/02/concepto-de-estrategia.html>.

Organización de Inversión social, UK Social Investmen Forum, *Que significa Inversión Social*, http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=2029&Itemid=90 25/05/2013,

PROHUMANA, Círculo Capital Humano, ***Integración de la RSE en la Cadena de Valor***, http://www.circulocapitalhumano.com/noticia.cfm?noticia_ID=4024, 19/06/2013

Revista EKOS, ***Pymes: Contribución Clave de la Economía***, Sección Especial, *Noviembre* 2012, p. 36, <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/223.pdf>

Servicio de Rentas Internas, 13/09/2013, en <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

Universidad Andina Simón Bolívar, Observatorio de la Pyme, ARAQUE Wilson, Cuaderno de Trabajo N°1, ***Tema: Las Pymes y su situación actual***, http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Observatorio de la Pyme, ***Preguntas frecuentes pyme***, Preguntas Pyme N° 1, <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/SS.pdf>.

VARGAS, Adriana, Revista digital Estratégica, Entrevista con García Catalina, tema: *Inversión social en empresas y fundaciones empresariales: líneas de acción y oportunidades*, Bogotá- Colombia, 11 de abril del 2012, http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=729

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Fundación Foruambiental, ***Guía para la Ecoeficiencia***; pg. 8, <http://www.forumambiental.org/pdf/guiacast.pdf>, Octubre- 2013

ANEXOS

ANEXO 1: Materias Fundamentales de la Norma ISO 26000

Figura 1: Materias Fundamentales de la Norma ISO 26000



Fuente: ISO Organización Internacional de Estandarización, Descubriendo la ISO 26000, Suiza, 2010

Sí se analiza el gráfico, se empieza por la primera temática de la gobernanza de la organización que representa un sistema donde la toma de decisiones se basa en la organización para poder lograr los objetivos propuestos, por otro lado se revisa los derechos humanos que es una temática innata del ser humano.

Las prácticas laborales representan la forma y práctica del trabajo desempeñado por los miembros de la organización, incluido la subcontratación. Conocer por otro lado que cada decisión organizacional tiene un impacto en el

medio ambiente, específicamente a la forma correcta de utilizar los recursos y reducir el impacto de la contaminación sobre los diferentes entornos naturales que pueden ser afectados.

Las prácticas justas de operación, en relación a la forma de manejar el negocio de las organizaciones con respecto a la ética empresarial¹¹⁹, se refiere a la relación con los stakeholders, que representan las partes relacionadas ya sean personas naturales o jurídicas.

Respecto a los asuntos con los consumidores, las empresas emiten sus productos y servicios se crea cierta responsabilidad con la calidad y precio justo de acuerdo al bien entregado. Por último la participación activa y desarrollo de la comunidad representa el fortalecimiento de la sociedad civil, que en sí, recalca que las organizaciones al tener una actividad empresarial fomentan el progreso de la comunidad.

¹¹⁹ Se entiende por ética empresarial al estudio de la moral y del accionar humano para promover los comportamientos deseables. Una sentencia ética supone la elaboración de un juicio moral y una norma que señala cómo deberían actuar los integrantes de una empresa. Según <http://definicion.de/?s=%C3%A9tica+empresarial#ixzz2idpZqVse>, Diccionario Definición Septiembre 2013

**ANEXO 2: Revista Ekos, Nuevo Conceptos Sobre la RSE, Sección
Cultura Corporativa, Diciembre 2012**

**NUEVA NORMA ISO 26000:2010
RESPONSABILIDAD SOCIAL**



“Modelo que proporciona las guías para el desarrollo de la Responsabilidad Social en cualquier Organización”.

El tema de Responsabilidad Social a nivel internacional y nacional cada día cobra mayor interés entre las Organizaciones debido a la conciencia y necesidad de mantener un comportamiento socialmente responsable que permita contribuir al Desarrollo Sostenible.

La Norma ISO 26000:2010 hace énfasis en que el desempeño de una organización con la sociedad y con su impacto con el medio ambiente será una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz.

ISO 26000:2010 proporciona orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo.

Los asuntos y/o capítulos que presenta la Norma ISO 26000:2010 a través de su índice son los siguientes:

- 1.- Objetivo y Campo de aplicación
 - 2.- Términos y definiciones
 - 3.- Comprender la Responsabilidad Social
 - 4.- Principios de la Responsabilidad Social
 - 5.- Reconocer la Responsabilidad Social e Involucrarse con las partes interesadas
 - 6.- Orientación sobre Materias Fundamentales de Responsabilidad Social
 - 7.- Orientación sobre la Integración de la Responsabilidad Social en toda la Organización
- ANEXO A Ejemplos de iniciativas voluntarias y herramientas para la responsabilidad Social**
ANEXO B Abreviaturas
Bibliografía.

*Referencia: Norma Internacional ISO 26000:2010
Guía de Responsabilidad Social: Primera Edición Noviembre 01 de 2010*

Para efectos prácticos de este artículo nos vamos a enfocar solamente en los **Principios de la Responsabilidad Social** los cuales se establecen en el capítulo 4 de la norma ISO 26000:2010 y el capítulo 6 que establece las **Materias Fundamentales de Responsabilidad Social**.

Antes de entrar en materia rescatamos algunas definiciones que nos presenta esta norma y que creemos que es importante entender el significado de las mismas:

- ❖ **Responsabilidad Social:** Responsabilidad de una **Organización** ante los **impactos** que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el **medio ambiente**, mediante un **comportamiento ético** y transparente que:
 - contribuya al **desarrollo sostenible**, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
 - tome en consideración las expectativas de sus **partes interesadas**,
 - cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la **normativa internacional de comportamiento**, y
 - está integrada en toda la **Organización** y se lleve a la práctica en sus relaciones.

- ❖ **Organización:** Entidad o grupo de personas e instalaciones con responsabilidades, autoridades y relaciones establecidas y objetivos identificables.
- ❖ **Impacto de una organización:** Cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, la economía o el medio ambiente, producido en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las decisiones y actividades pasadas y presentes de una Organización.
- ❖ **Medio ambiente:** Entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones.
- ❖ **Comportamiento ético:** Comportamiento acorde con los principios de correcta o buena conducta aceptados en el contexto de una situación determinada y que es coherente con la normativa internacional de comportamiento.
- ❖ **Desarrollo sostenible:** Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
- ❖ **Partes interesadas:** Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la Organización.
- ❖ **Normativa internacional de comportamiento:** Expectativas de comportamiento organizacional socialmente responsable derivadas del acuerdo internacional consuetudinario, principios de derecho internacional generalmente aceptados o acuerdos intergubernamentales, reconocidos de manera universal o casi universal.
- ❖ **Igualdad de Género:** Trato equitativo para mujeres y hombres.
- ❖ **Gobernanza de la Organización:** Sistema por el cual una Organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos.
- ❖ **Transparencia:** Apertura respecto a las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía y el medio ambiente, y voluntad de comunicarlas de manera clara, exacta, oportuna, honesta y completa.
- ❖ **Trabajador:** Persona que desempeña un trabajo, ya sea un empleado o alguien que trabaja por cuenta propia.

Principios de la Responsabilidad Social:

Los involucrados que participaron con el desarrollo de esta norma entienden que existen varios principios para la responsabilidad social, sin embargo acordaron que las organizaciones deberían respetar como mínimo los siguientes siete principios que se describen a continuación:

PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



➤ PRINCIPIO 1.-

Rendición de cuentas: Consiste en que una Organización debería rendir cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos.

➤ PRINCIPIO 2.-

Transparencia: Consiste en que una Organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente.

Las organizaciones deberían revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información debería estar fácilmente disponible y accesible para los interesados.

➤ PRINCIPIO 3.-

Comportamiento ético: Consiste en que el comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad, estos valores implica el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas.

+

◆ **PRINCIPIO 4.-**

Respeto a los intereses de las partes interesadas: Consiste en que una Organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.

Aún y cuando los objetivos de la Organización podrían limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización.

Nota.- Las partes interesadas podrían tener intereses que no sean coherentes con las expectativas de la sociedad.

◆ **PRINCIPIO 5.-**

Respeto al principio de legalidad: Consiste en que una Organización debería aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio.

El principio de legalidad se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u Organización está por encima de la ley y de que los Gobiernos están también sujetos a la ley. Este principio se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder. El respeto a este principio implica que una Organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.

◆ **PRINCIPIO 6.-**

Respeto a la norma internacional de comportamiento: Consiste en que la Organización debería respetar la normatividad internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto de legalidad.

La organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una organización deberá evitar ser cómplice en las actividades de otra Organización que no sean coherentes con la normatividad internacional de comportamiento.

◆ **PRINCIPIO 7.-**

Respeto a los derechos humanos: Consiste en que una Organización debería respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad.

Una Organización debería promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

Materias fundamentales de la Responsabilidad Social:

Como parte de la definición del alcance de la responsabilidad social de una Organización, se deberán identificar los asuntos pertinentes y establecer sus prioridades, considerando las siguientes **Materias Fundamentales de Responsabilidad Social**.



♦ Materia fundamental I.- Gobernanza de la Organización:

La gobernanza de la Organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr los objetivos.

Los sistemas de gobernanza varían, dependiendo del tamaño y el tipo de organización y del contexto ambiental, económico, político, cultural y social en el que opera. Estos están dirigidos por una persona o grupo de personas (propietarios, miembros, integrantes u otros) que tienen la autoridad y responsabilidad de perseguir los objetivos de la organización.

La gobernanza de la Organización es el factor más importante para integrar la responsabilidad social y para hacer posible que una Organización se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades. Una Organización que se plantea ser socialmente responsable debería contar con un sistema de gobernanza que permita supervisar y poner en práctica los siete principios de la responsabilidad social mencionados anteriormente.

◆ **Materia fundamental II.- Derechos Humanos:**

Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho serlo. Existen dos categorías de derechos humanos:

- a) Lo categoría de los derechos civiles y políticos; incluye derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.
- b) La categoría de los derechos económicos, sociales y culturales; incluye derechos como el derecho al trabajo, el derecho a la alimentación, el derecho a la salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social.

Los Estados tienen el deber y responsabilidad de respetar, proteger, cumplir y hacer realidad los derechos humanos. Una Organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso dentro de su esfera de influencia.

◆ **Materia fundamental III.- Prácticas laborales:**

Las prácticas laborales de una Organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo en nombre de la Organización, incluido el trabajo subcontratado.

Las prácticas laborales incluyen reclutamiento y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios, transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; formación y desarrollo de habilidades; salud; seguridad e higiene industrial, y cualquier política o práctica que afecte a las condiciones de trabajo, en particular la jornada laboral y la remuneración.

Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz.

Un principio fundamental de la Declaración de Filadelfia de la OIT de 1994 es que el trabajo no es una mercancía; lo que quiere decir que los trabajadores no deberían ser tratados como un factor de producción ni estar sujetos a las mismas fuerzas del mercado que se aplican a las mercancías. La vulnerabilidad de los trabajadores y la necesidad de proteger sus derechos básicos se refleja en la "Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales".

◆ **Materia fundamental IV.- El medio ambiente:**

Las decisiones y actividades de las organizaciones invariablemente generan un impacto en el medio ambiente independientemente donde se ubiquen. Esos impactos están asociados al uso que la Organización realiza de los recursos, la localización de sus actividades, la generación de contaminación y residuos y los impactos de las actividades de la Organización sobre los hábitats naturales. Para reducir sus impactos ambientales, la Organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere las implicaciones directas e indirectas de carácter económico, social de salud y ambiental de sus decisiones y actividades.

La sociedad se enfrenta a muchos desafíos ambientales, incluyendo el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies, el colapso de ecosistemas y la degradación de asentamientos humanos urbanos y rurales. A medida que la población mundial crece y el consumo aumenta, estos cambios son amenazas crecientes para la seguridad humana y la salud y el bienestar de la sociedad.

La responsabilidad ambiental es una condición previa para la supervivencia y prosperidad de los seres humanos; por ello, es un aspecto muy importante de la Responsabilidad Social. Los temas ambientales están estrechamente relacionados con otras materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social. La educación ambiental es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.

Los temas ambientales en el ámbito local, regional y global están interconectados. Se requiere un enfoque integral, sistemático y colectivo para abordarlos.

✦ **Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación**

Las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una Organización en sus transacciones con otras Organizaciones. Incluyen relaciones entre Organizaciones y agencias gubernamentales, así como relaciones entre Organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores, entre otras.

Los asuntos relacionados con las prácticas justas de operación se presentan en los ámbitos de anticorrupción, participación responsable en la esfera pública, competencia justa, comportamiento socialmente responsable y respeto a los derechos de la propiedad.

La competencia justa y el respeto a los derechos de propiedad no se pueden lograr, si las Organizaciones no operan entre ellas de manera honesta, equitativa e íntegra.

✦ **Materia fundamental VI.- Asuntos de consumidores:**

Las Organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores, así como a otros clientes, tienen responsabilidad hacia ellos.

Las responsabilidades incluyen proporcionar educación e información precisa, utilizando información justa, transparente y útil de marketing y de procesos de contratación, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que proporcionen acceso a todos y satisfagan las necesidades de los demás vulnerables y desfavorecidos, cuando sea necesario.

El término consumidor hace referencia a aquellos individuos o grupos que hacen uso del resultado de las decisiones y actividades de las Organizaciones, sin que implique necesariamente que tengan que pagar dinero por los productos o servicios.

Las Organizaciones tienen oportunidades importantes para contribuir al consumo y al desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen y la información que proporcionan,

➤ **Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad:**

Actualmente está ampliamente aceptado que las Organizaciones tengan relación con las comunidades en las que operan. La participación activa, ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público, ayuda a fortalecer la sociedad civil.

Las Organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos.

Algunas acciones podrían entenderse como filantropía, sin embargo las actividades filantrópicas por sí mismas no consiguen el objetivo de integrar la responsabilidad social en la Organización.

Conclusión:

En el momento que una Organización considere los PRINCIPIOS y las MATERIAS FUNDAMENTALES para la Responsabilidad Social, mencionados en la norma ISO 26000:2010 e indicados de manera general en este artículo, se podría decir que cuenta con una orientación sobre cómo poner en práctica su responsabilidad social.

Las Organizaciones se pueden basar en SISTEMAS, POLÍTICAS, ESTRUCTURAS y REDES EXISTENTES para poner en práctica la responsabilidad social, aún y cuando algunas actividades tengan que ser enfocadas de manera diferente, o teniendo en cuenta un rango más amplio de factores conforme a cada Organización.

Puede ser que su Organización ya haya establecido su sistema de responsabilidad social, sin embargo vale la pena compararlo contra los PRINCIPIOS y LAS MATERIAS FUNDAMENTALES que establece esta norma mundialmente aprobada ISO 26000:2010 y de esta forma INTEGRAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL conforme a la manera de operar de su Organización.

Atentamente.-

Miguel A. Romero

Director

Global Standards Certification.

Noviembre, 2010.



NUEVO CONCEPTOS PARA LA RSE

Nuestros colaboradores analizan el nuevo rumbo de la RSE y los beneficios de fomentar el Voluntariado Corporativo en las organizaciones.



Con la participación de:



La naturaleza de esta sección es visualizar y compartir nuevos conceptos, herramientas, y tendencias en torno a la Responsabilidad Social Empresarial.

En esa línea, en esta Edición Especial de Revista Ekos Negocios, dedicada a la eficiencia empresarial, nuestros colaboradores analizan el nuevo rumbo de la RSE y el Voluntariado Corporativo.

Roque Morán Latorre, Presidente del IRSE, se pregunta cómo en-

derezar el rumbo erróneo que ha tomado la Responsabilidad Social Empresarial, muchas veces enfocada en acción social y publicidad. Por ello, Morán propone que las empresas cumplan a cabalidad con los procesos que miden la RSE (guías y normativas).

Por su lado, Diana C. Bolaños de CERES analiza el Voluntariado Corporativo. "En el contexto de la RSC, el Voluntariado Corporativo se configura como una forma de diálogo moderna e innovadora de la empresa con sus

colaboradores, pero que tiene otros actores como la comunidad, las Pymes y las organizaciones sin fines de lucro".

"El Voluntariado Corporativo propone oportunidades de crecimiento personal, profesional y organizacional que aún se encuentran en construcción y desarrollo pero que generan un diálogo entre diferentes *stakeholders* en beneficio de la sociedad, con el desarrollo de una actitud de aprendizaje constante y un proceso de actualización dinámico".

Gacetillas

Normativas ambientales



Acería del Ecuador CA, ADELCA firme a su compromiso con el medio ambiente y la sociedad, ha sometido sus procesos de producción y comercialización a una serie de rigurosos análisis para obtener la

certificación "Reduciendo Nuestra Huella de Carbono", misma que es emitida por la empresa inglesa Carbon Masters a nivel nacional e internacional.

La medición de la Huella de Carbono garantiza el cumplimiento de normas ambientales internacionales presentes en todos los productos que llevan la marca de ADELCA.



Gacetillas

Programa de reciclaje



CLARO realiza campañas permanentes de recolección de teléfonos y accesorios, contando con la participación activa de colaboradores, clientes, proveedores e instituciones educativas.

CLARO fue la primera operadora en emprender un programa de reciclaje de celulares, baterías y accesorios a nivel nacional desde el año 2006.

Las donforas ubicadas en los Centros de Atención a Clientes de CLARO a nivel nacional son los principales centros de recolección de celulares en desuso.





¿Cómo enderezar el rumbo erróneo de la Responsabilidad Social Empresarial?



Por: **Roque Morán Latorre**
Presidenta Ejecutiva IRSE - ECUADOR
www.irse-ec.org



Prédica, opiniones y publicidad

De manera insistente se han venido difundiendo resultados de encuestas, locales e internacionales, acerca de la Responsabilidad Social, tratadas con empresarios y gente de cúpula organizacional; allí vemos afirmaciones que entusiasman, como el conocimiento que dicen tener acerca del tema y de la importancia que le conceden para lograr la excelencia en sus organizaciones.

Otro asunto tranquilizador es la convicción que expresan de que la RS imprime ventajas competitivas para sus negocios; están claros acerca de muchos aspectos, como la indispensable relación armónica con sus grupos de interés, el cuidado ambiental, la rendición de cuentas, la transparencia, el trato justo en sus gestiones comerciales y otros tantos que denotan sus positivos puntos de vista hacia la RS.

Por otro lado vemos, con cierta

Ojalá las normas y guías serias de Responsabilidad Social tomen preponderancia empresarial.

frecuencia, pomposas publicidades que difunden algunas instituciones -privadas y públicas- donde se auto califican como "eficientes" y "empresas socialmente responsables", exhibiendo, lamentablemente, nada más que su acción social, las ayudas comunitarias que brindan, ensalzando su vocación humanitaria, sus buenas prácticas ambientales y otras acciones que les parece importante compartir con la sociedad.

Todo eso está bien, es plausible y encomiable, pero eso no es Responsabilidad Social, son sustanciales aportes a la RS, pero

no significan que están "haciendo" RS. Esto desenfoca, ocasiona desconcierto, además de causar impactos negativos en la desafiante tarea de difundir el verdadero concepto y alcance de la RS.

Esto es volver al pasado, tomar un rumbo erróneo -quizás muy cómodo- que nos ilusionábamos en que ya se había resuelto, de que la RS no es filantropía, maquillaje de imagen, caridad, limosna mal entendida y otros confundidores utensilios.

Los últimos tiempos en RS

Los pasados 12 años, en contraste con lo dicho, han sido marcados por logros, a través de acertadas iniciativas mundiales, en el encauzamiento certero de la Responsabilidad Social, en especial, durante los últimos cinco.

Pensamos que hoy y en el futuro inmediato ya no habrá mucho que "inventar" en RS, porque ya todo está prácticamente formali-

zado. Quizás, como en toda actividad humana, se irán procurando perfeccionamientos y ajustes, frente a cada tiempo, en respuesta a las dinámicas económicas, sociales y ambientales.

No cabe duda que el advenimiento de guías, normas y otro tipo de esfuerzos, por parte de organismos respetados a nivel mundial, han ido tomando preponderancia, sin entretenerse más, como nos hablan acostumbrado, en sólo la prédica y las buenas acciones.

La tan mencionada ISO, con su Norma Internacional 26000 RS, el GRI, con su guía para reportar, FORÉTICA, con su certificable Norma de Ética y Responsabilidad Social SGE 21, creemos que -acertadamente- "han marcado la cancha" y los lineamientos claros del qué, cómo hacer y cómo informar sobre la RS de manera objetiva, clara y metodológica.

Un diálogo que comparto

Nos convidaron a una reunión en una exitosa empresa local, para que les orientemos acerca de cómo implementar de manera técnica la RS pues, sin embargo de que hablan asistido a varias conferencias y participado en seminarios, se sientan aún inseguros y un tanto desconcertados de qué mismo hacer en esta temática.

Los anfitriones eran gerentes de cúpula, bien preparados y experimentados, responsables de las áreas de Talento Humano (antes RRHH) y del Sistema de Gestión Integral (Calidad, Ambiente,

Hoy, por suerte, los clientes internos y externos exigen acciones reales de RS a las empresas.

Salud y Seguridad en el Trabajo). Ellos han venido trabajando eficazmente en sus áreas respectivas, cumpliendo bien los requisitos demandados, en su mayor parte, por sus más exigentes clientes en el exterior, a lo que han respondido con sendas certificaciones, que las exhiben con sano orgullo.

Ahora tienen un importante cliente que les exige claros cumplimientos en RS para que puedan ser calificados como proveedores idóneos. Esta es una noticia que entusiasma: saber que hay empresas que diseminan la RS hacia sus grupos de interés.

A la vez que esos gerentes mos-

traron su real interés de implementar un sistema de gestión ética y de Responsabilidad Social, expresaron su preocupación de que la autoridad máxima de la organización les "encargó" sacar el tema adelante, sin comprometer su involucramiento; asunto que, por un lado, les motiva porque van a lograr, al fin, la RS en su empresa pero, por otro, expresaron su desazón porque saben que será un tema de mero cumplimiento y no de un afianzamiento cultural.

Del dicho al hecho

No es desconocimiento ni tampoco falta de interés en la RS, como lo denotan los resultados de las encuestas de las que hablamos antes; es ausencia de profundización y convencimiento, es, quizás, darse cuenta de que practicar la RS trasciende hacia un compromiso público y abierto, es empeñarse en enderezar el rumbo que ahora exige la competitividad y, por qué no, la sobrevivencia de las organizaciones; es pasar, ya era hora, del dicho al hecho y dejarse de vestir solo con apariencias.





El Voluntariado Corporativo incorpora valor estratégico a las organizaciones y fomenta la participación interna.



Por: Diana C. Bolaños
Coordinadora Comunicación de CERES

www.ceres.com.ec



El voluntariado corporativo (VC) es uno de los elementos clave en una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa e incide de forma importante en la sociedad. El VC es definido como el conjunto de actividades que realizan los colaboradores promovidos por su organización en favor de la sociedad, generalmente en su localidad, a través de una organización social, y en el marco de un acuerdo de colaboración.

En el contexto de la RSC, el Voluntariado Corporativo se configura como una forma de diálogo moderna e innovadora de la empresa con sus colaboradores, pero que tiene otros actores como la comunidad, las Pymes y las organizaciones sin fines de lucro.

El VC también constituye un ejercicio práctico para establecer alianzas interorganizacionales que involucren un compromiso ético y humano, más que un alto costo económico.

El VC es una forma de diálogo innovadora de la empresas con sus colaboradores.

Tradicionalmente se piensa que el VC es un programa que beneficia a los colaboradores voluntarios, sin embargo, los beneficios van más allá. Hoy en día la tendencia es aprovechar las capacidades profesionales y personales del voluntario para contribuir al desarrollo de las organizaciones, al fortalecimiento de su relación con la sociedad y al mejoramiento del clima laboral.

Las empresas que incorporan programas de voluntariado corporativo de impacto adquieren condiciones que transpasan las fronteras y las posicionan mundialmente, suelen mejorar el

compromiso, fortalecen el liderazgo organizacional, implementan herramientas de innovación y fomentan el emprendimiento interno.

La condición clave para implementar un programa de VC es la innovación. En muchas organizaciones los programas de voluntariado nacen de las ideas de los propios colaboradores que logran un auténtico liderazgo.

Existe desde luego diferentes tipos de VC que se diferencian por el grado de compromiso y actividad que implica su desarrollo.

Un trabajo sostenido dentro de una organización abarca una evolución en el modelo: inicialmente un voluntariado en eventos (construir un nido, implementar una biblioteca, construir un parque, navidad, situaciones de emergencia y donaciones), luego un voluntariado en proyectos (capacitación Pymes, proyectos corporativos, proyectos en

ONG aliadas, semillero de proyectos) y un voluntariado emprendedor (concurso de proyectos, concurso de ganadores, escuela de líderes sociales).

Las nuevas corrientes de la RSC incluyen un nuevo nivel: el voluntariado transformador.

5 elementos clave para un Programa de Voluntariado Corporativo

1. Políticas internas claras que definan el marco de acción; deben ser participativas, contar con el apoyo de las autoridades, flexibilidad y la construcción conjunta de los objetivos del programa.

2. Realizar un FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) durante el diseño del programa, es decir, definir hacia dónde quieren ir, con qué implementos se cuenta y cuáles son las necesidades de la organización y/o comunidad aliada.

3. Crear un acuerdo de colaboración mutua. Es fundamental que este convenio o acuerdo incorpore: objetivos macro del proyecto, alcance, estudios sobre impactos profesionales, emocionales, económicos y personales, aspectos legales y normativas.

4. Diseñar un plan de trabajo, que contenga: información sobre posibles voluntarios, diagnóstico de necesidades así como actividades generales y específicas.

5. Contar con mecanismos de monitoreo y evaluación, este punto es clave porque permite medir el impacto del programa y

El VC tiene retos como la resistencia interna y externa al cambio organizacional.

extraer las lecciones que capitalicen los aprendizajes de la experiencia.

Retos y oportunidades de implementación de un Programa de Voluntariado Corporativo

Pese a todas las oportunidades y ventajas que tiene la implementación del Voluntariado Corporativo es necesario reconocer que como cualquier experiencia nueva tiene retos importantes, entre ellos, la resistencia interna y externa al cambio organizacional, la lentitud en el proceso de cons-

trucción, dificultades en la gestión conjunta y la falta de información disponible aún.

Pese a todas estas dificultades que se pueden presentar, el programa de Voluntariado Corporativo propone oportunidades de crecimiento personal, profesional y organizacional que aún se encuentran en construcción y desarrollo pero que generan un diálogo entre diferentes *stakeholders* en beneficio de la sociedad, con el desarrollo de una actitud de aprendizaje constante y un proceso de actualización dinámico y abierto.

Fuentes de Investigación:

- Jané Ramón. Voluntariado Corporativo, Elementos para su impulso. CIES, Universidad de Barcelona.

- Canal Solidario. Voluntariado Corporativo, un nuevo reto para las empresas responsables, www.canalsolidario.org

- Fundación COOESP, Guía para la puesta en marcha de un programa de voluntariado corporativo, 2011.



ANEXO 3: Número de Establecimientos Pyme en Ecuador

Tabla 13: Número de establecimientos PYME en el Ecuador

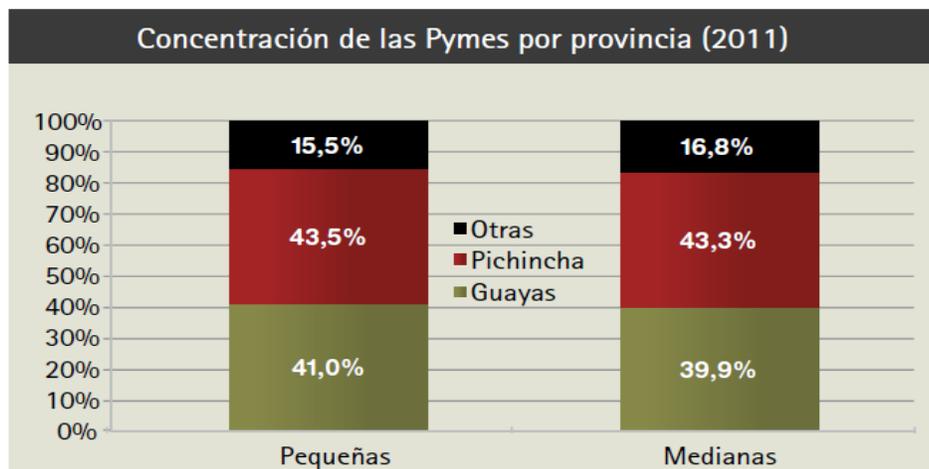
Empresas	%	N° de Establecimientos
Micro	95.60%	474844
Pequeña	3.76%	18684
Mediana	0.64%	3180
Total	100.00%	496708
Fuente: INEC, Censo Nacional Económico 2010		

Fuente: Observatorio de la Pyme, Preguntas frecuentes pyme, Preguntas Pyme N° 1,
<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/SS.pdf>

Elaboración: Observatorio de la PyMe

ANEXO 4: Concentración de Pymes en la Provincia de Pichincha

Figura 2: Concentración de PYMES por Provincia al 2011



Fuente: Revista Ekos Contribución Clave de la Economía, Sección Especial, Noviembre 2012, p. 36, <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/223.pdf>

ANEXO 5: Datos del INEC, Ecuador en Cifras

EXISTENCIAS AL 31 DE DICIEMBRE MERCADERÍA SIN TRANSFORMACIÓN

CEPAL/CELADE Reclatam+SP 10/30/2013

Base de datos
CENSO ECONOMICO
Área Geográfica
INLINE SELECTION

Título

EXISTENCIAS AL 31 DE DICIEMBRE MERCADERÍA SIN TRANSFORMACIÓN

Promedio

de EXISTENCIAS AL 31 DE DICIEMBRE MERCADERÍA SIN TRANSFORMACIÓN
por SECTORES
por ESTRATOS DE PERSONAL OCUPADO

AREA # 1701

SECTORES

	1 - 9	10 - 49	50 - 99	100 - 199	200 - 499	500 y mas	Total
Manufactura	130.79	2286.99	7668.61	73974.96	117496.78	937302.11	1138860
Comercio	134.37	3729.08	20479.49	66958.98	67228.99	734123.11	891654
Servicios	73.42	1187.09	3606.83	8203.06	27716.28	74390.85	115178
Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	6062.89	1568.94	10369.26	13610.17	173251.37	21716.83	226579
Total	6401.47	8772.10	42124.19	161747.17	385693.42	1767532.90	2372271

Procesado con Reclatam+SP en miles de dólares
CENEC 2010

CEPAL/CELADE Redatam+SP 10/24/2013

Base de datos

CENSO ECONOMICO 2010

Área Geográfica

INLINE SELECTION

Crosstab

de NOMBRE DE CANTON

por DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A CUATRO DIGITOS

por ESTRATOS DE PERSONAL OCUPADO

DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A CUATRO DIGITOS	ESTRATOS DE PERSONAL OCUPADO EN QUITO							Total
	Sistema	1 - 9	10 - 49	50 - 99	100 - 199	200 - 499	500 y mas	
Cultivo de hortalizas y melones, raíces y tubérculos.	-	2	3	-	-	-	1	6
Cultivo de otras plantas no perennes.	-	4	6	2	4	3	3	22
Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos.	-	-	2	-	-	-	-	2
Cultivo de frutos oleaginosos.	-	3	-	-	-	-	1	4
Cultivo de especias y de plantas aromáticas, medicinales y farn-	-	-	-	1	-	-	-	1
Cultivo de otras plantas perennes.	-	-	1	-	-	-	-	1
Propagación de plantas.	-	23	1	-	-	-	-	24
Cría de ganado bovino y búfalos.	-	4	-	-	-	-	-	4
Cría de ovejas y cabras.	-	1	-	-	-	-	-	1
Cría de aves de corral.	-	8	6	1	2	1	1	19
Cría de otros animales.	-	3	-	-	-	-	-	3
Actividades de apoyo a la agricultura.	-	2	-	-	-	-	-	2
Actividades de apoyo a la ganadería.	-	3	-	-	-	-	-	3
Actividades poscosecha.	-	-	1	-	-	-	-	1
Servicios de apoyo a la silvicultura.	-	1	-	-	-	-	-	1
Pesca de agua dulce.	-	1	-	-	-	-	-	1
Acuicultura marina.	-	1	-	-	-	-	-	1
Acuicultura de agua dulce.	-	1	-	-	-	-	-	1
Extracción de carbón de piedra.	-	-	1	-	-	-	-	1
Extracción de petróleo crudo.	-	10	2	3	1	4	-	20
Extracción de gas natural.	-	1	-	-	-	-	-	1
Extracción de otros minerales metalíferos no ferrosos.	-	2	-	-	-	-	-	2
Extracción de piedra, arena y arcilla.	-	1	-	1	-	-	-	2
Explotación de otras minas y canteras n.c.p.	-	-	1	-	-	-	-	1
Actividades de apoyo para la extracción de petróleo y gas natur-	-	8	7	4	3	5	5	32
Actividades de apoyo para la explotación de otras minas y cant-	-	1	1	-	-	-	-	2
Elaboración y conservación de carne.	-	12	5	3	2	-	-	22
Elaboración y conservación de pescados, crustáceos y molusc-	-	1	-	-	1	-	-	2
Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.	-	1	27	11	2	-	1	42
Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal.	-	5	-	1	-	2	-	8
Elaboración de productos lácteos.	-	62	5	3	2	1	-	73
Elaboración de productos de molinería.	-	1	30	5	4	1	-	41
Elaboración de almidones y productos derivados del almidón.	-	-	2	-	-	-	-	2
Elaboración de productos de panadería.	-	3	1603	35	5	2	1	1649
Elaboración de azúcar.	-	1	-	-	-	-	-	1
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.	-	24	6	-	2	1	2	35
Elaboración de macarrones, fideos, alcuzczuz y productos farina-	-	3	-	-	1	-	-	4
Elaboración de comidas y platos preparados.	-	7	3	-	-	-	-	10
Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	-	1	12	8	2	1	1	25
Elaboración de alimentos preparados para animales.	-	2	3	2	-	1	-	8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas.	-	2	4	1	-	-	-	7
Elaboración de bebidas malteadas y de malta.	-	1	-	-	-	-	-	1
Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas mi-	-	18	1	2	1	-	1	23
Elaboración de productos de tabaco.	-	-	-	-	-	1	-	1
Preparación e hilatura de fibras textiles.	-	3	-	2	3	1	-	9
Tejedura de productos textiles.	-	1	14	9	3	4	1	32
Servicio de acabado de productos textiles.	-	38	1	-	-	-	-	39
Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.	-	2	1	-	-	-	-	3
Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles,	-	2	288	18	5	2	4	319
Fabricación de tapices y alfombras.	-	19	1	-	-	-	-	20
Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes.	-	2	-	-	-	-	-	2
Fabricación de otros productos textiles n.c.p.	-	55	6	1	-	-	-	62
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	-	1512	89	17	3	6	1	1628
Fabricación de artículos de piel.	-	4	-	-	-	-	-	4
Fabricación de artículos de punto y ganchillo.	-	26	4	1	-	2	-	33
Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, a-	-	72	4	1	-	-	-	77
Fabricación de calzado.	-	100	10	2	1	-	-	113
Aserrado y acepilladura de madera.	-	29	3	-	-	-	-	32
Fabricación de hojas de madera para enchapado y tableros a ba-	-	13	2	-	-	3	-	18

Fabricación de partes y piezas de carpintería para edificios y cd	-	406	13	-	-	-	-	419
Fabricación de recipientes de madera.	-	12	1	-	-	-	-	13
Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artícu	1	136	4	1	-	-	-	142
Fabricación de pasta de madera, papel y cartón.	-	5	7	1	-	-	-	13
Fabricación de papel y cartón ondulado y de envases de papel y	-	12	8	2	1	1	-	24
Fabricación de otros artículos del papel y cartón.	1	92	5	4	1	1	-	104
Actividades de impresión.	-	550	38	2	2	-	1	593
Actividades de servicios relacionados con la impresión.	-	170	7	1	-	-	-	178
Reproducción de grabaciones.	-	4	-	-	-	-	-	4
Fabricación de productos de la refinación del petróleo.	-	1	-	-	-	-	1	2
Fabricación de sustancias químicas básicas.	-	6	5	1	-	-	-	12
Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno.	-	7	5	-	-	-	-	12
Fabricación de plásticos y de cauchos sintético en formas prim	-	6	10	1	-	-	-	17
Fabricación de plaguicidas y otros productos químicos de uso a	-	4	5	-	-	-	-	9
Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento	-	9	7	1	-	1	-	18
Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y	-	26	9	1	1	1	-	38
Fabricación de otros productos químicos n.c.p.	1	11	3	1	1	-	-	17
Fabricación de fibras artificiales.	-	1	-	1	-	-	-	2
Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas r	-	15	8	3	4	-	-	30
Fabricación de cubiertas y cámaras de caucho; recauchutado y	-	2	6	-	-	-	-	8
Fabricación de otros productos de caucho.	-	16	6	2	-	1	-	25
Fabricación de productos de plástico.	1	60	31	6	3	2	-	103
Fabricación de vidrio y productos de vidrio.	-	66	8	1	-	-	-	75
Fabricación de productos refractarios.	-	29	3	-	-	2	-	34
Fabricación de materiales de construcción de arcilla.	-	59	1	-	-	-	1	61
Fabricación de otros productos de porcelana y de cerámica.	-	36	2	-	-	-	-	38
Fabricación de artículos de hormigón, de cemento y yeso.	1	165	13	1	2	-	-	182
Corte, tallado y acabado de la piedra.	-	44	1	-	-	-	-	45
Fabricación de otros productos minerales no metálicos n.c.p.	-	3	-	-	-	-	-	3
Industrias básicas de hierro y acero.	1	33	8	1	1	-	-	44
Fabricación de productos primarios de metales preciosos y met	-	17	1	-	-	-	-	18
Fundición de hierro y acero.	-	9	1	1	1	-	-	12
Fabricación de productos metálicos para uso estructural.	1	1352	21	4	3	-	-	1381
Fabricación de tanques, depósitos y recipientes de metal.	-	15	5	-	-	-	-	20
Fabricación de armas y municiones.	-	1	-	-	-	-	-	1
Forja, prensado, estampado y laminado de metales; pulvimetalu	-	1	1	-	-	-	-	2
Tratamiento y revestimiento de metales; maquinado.	-	68	-	-	-	-	-	68
Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano y	-	169	9	-	-	-	-	178
Fabricación de otros productos elaborados de metal n.c.p.	-	58	6	2	1	1	-	68
Fabricación de componentes y tableros electrónicos.	1	1	3	-	-	-	-	5
Fabricación de ordenadores y equipo periférico.	-	-	1	-	-	-	-	1
Fabricación de equipo de comunicaciones.	-	1	-	1	-	-	-	2
Fabricación de aparatos electrónicos de consumo.	-	1	-	-	-	-	-	1
Fabricación de equipos de medición, prueba, navegación, contr	-	1	-	-	-	-	-	1
Fabricación de relojes.	-	3	-	-	-	-	-	3
Fabricación de equipo de irradiación, y equipo electrónico de us	-	2	-	-	-	-	-	2
Fabricación de instrumentos ópticos y equipo fotográficos.	-	2	-	1	-	-	-	3
Fabricación de motores, generadores, transformadores eléctric	-	4	2	-	-	-	-	6
Fabricación de otros hilos y cables eléctricos.	-	-	1	-	-	-	-	1
Fabricación de dispositivos de cableado.	-	3	1	-	-	-	-	4
Fabricación de equipo eléctrico de iluminación.	-	9	-	1	-	-	-	10
Fabricación de aparatos de uso doméstico.	-	22	2	-	-	1	-	25
Fabricación de otros tipos de equipo eléctrico.	-	5	-	-	-	-	-	5
Fabricación de motores y turbinas, excepto motores para aeron	-	2	-	-	-	-	-	2
Fabricación de equipo de propulsión de fluidos.	-	1	2	-	-	-	-	3
Fabricación de otras bombas, compresores, grifos y válvulas.	-	6	4	1	-	-	-	11
Fabricación de cojinetes, engranajes, trenes de engranajes y pi	-	6	-	-	-	-	-	6
Fabricación de hornos y quemadores.	-	7	3	-	-	-	-	10
Fabricación de equipo de elevación y manipulación.	-	2	-	-	-	-	-	2
Fabricación de maquinaria y equipo de oficina (excepto ordenad	-	4	-	-	-	-	-	4
Fabricación de herramientas de mano motorizadas.	-	2	1	-	-	-	-	3
Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general.	-	12	9	-	-	-	-	21
Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal.	-	3	1	-	-	-	-	4
Fabricación de maquinaria para la conformación de metales y d	-	7	1	-	-	-	-	8
Fabricación de maquinaria metalúrgica.	-	2	1	-	-	-	-	3
Fabricación de maquinaria para la explotación de minas y cante	-	2	1	-	-	-	-	3
Fabricación de maquinaria para la elaboración de alimentos, be	-	11	4	-	-	-	-	15
Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos tex	-	4	-	-	1	-	-	5
Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial.	-	1	1	-	-	-	-	2
Fabricación de vehículos automotores.	-	2	1	-	-	2	1	6
Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricac	-	11	7	-	-	1	-	19
Fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos auto	-	45	5	1	1	-	-	52
Fabricación de aeronaves y naves especiales y maquinaria con	-	1	-	-	-	-	-	1
Fabricación de motocicletas.	-	1	-	-	1	-	-	2

Fabricación de bicicletas y de sillas de ruedas para inválidos.	-	4	-	-	-	-	-	4
Fabricación de muebles.	3	1134	57	5	6	-	1	1206
Fabricación de joyas y artículos conexos.	-	90	2	-	-	-	-	92
Fabricación de bisutería y artículos conexos.	-	36	-	-	-	-	-	36
Fabricación de instrumentos musicales.	1	19	-	-	-	-	-	20
Fabricación de artículos de deporte.	-	3	-	-	-	1	-	4
Fabricación de juegos y juguetes.	-	26	1	-	-	-	-	27
Fabricación de instrumentos y materiales médicos y odontológicos.	1	62	1	-	-	-	-	64
Otras industrias manufactureras n.c.p.	-	66	9	2	-	-	-	77
Reparación de productos elaborados de metal.	-	58	-	-	-	1	-	59
Reparación de maquinaria.	1	146	9	3	-	-	-	159
Reparación de equipo electrónico y óptico.	-	18	2	-	-	-	-	20
Reparación de equipo eléctrico.	-	48	6	-	-	-	-	54
Reparación de equipo de transporte, excepto vehículos automotores.	-	1	-	-	-	-	-	1
Reparación de otros tipos de equipo.	-	1	-	-	-	-	-	1
Instalación de maquinaria y equipo industriales.	-	13	3	-	-	1	-	17
Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica.	2	18	6	1	1	-	-	28
Fabricación de gas; distribución de combustibles gaseosos por tuberías.	-	1	-	-	-	-	-	1
Suministro de vapor y de aire acondicionado.	-	1	-	-	-	-	-	1
Captación, tratamiento y distribución de agua.	-	15	3	1	-	-	-	19
Evacuación de aguas residuales.	-	5	-	-	-	-	-	5
Recolección de desechos no peligrosos.	-	32	3	-	-	-	1	36
Tratamiento y eliminación de desechos no peligrosos.	-	1	-	-	-	-	-	1
Recuperación de materiales.	-	18	1	-	-	-	-	19
Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de residuos.	-	2	-	-	-	-	-	2
Construcción de edificios.	-	121	36	6	2	3	2	170
Construcción de carreteras y líneas de ferrocarril.	1	18	8	3	4	4	2	40
Construcción de proyectos de servicios públicos.	-	20	10	1	1	-	-	32
Construcción de otras obras de ingeniería civil.	-	3	1	-	-	2	1	7
Preparación del terreno.	-	5	2	2	1	-	-	10
Instalaciones eléctricas.	1	29	13	2	-	-	-	45
Fontanería (plomaría, gasfitería) e instalación de calefacción y agua caliente sanitaria.	-	28	5	-	-	-	-	33
Otras instalaciones para obras de construcción.	-	5	2	-	-	1	-	8
Terminación y acabado de edificios.	1	179	8	-	-	-	-	188
Otras actividades especializadas de construcción.	-	30	5	-	-	-	-	35
Venta de vehículos automotores.	6	175	47	14	2	2	-	246
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	3	3775	104	4	-	-	1	3887
Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.	4	1063	65	3	1	-	-	1136
Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes y accesorios.	-	150	4	-	-	-	-	154
Venta al por mayor a cambio de una comisión o por contrato.	2	172	61	7	5	2	-	249
Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos.	1	48	7	-	3	1	-	60
Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	5	136	36	5	2	3	-	187
Venta al por mayor de textiles, prendas de vestir y calzado.	1	127	21	-	-	-	-	149
Venta al por mayor de otros enseres domésticos.	8	245	71	9	9	4	-	346
Venta al por mayor de computadoras, equipo y programas informáticos.	1	51	26	4	2	-	-	84
Venta al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones.	1	32	15	3	1	-	1	53
Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales agropecuarios.	1	18	7	1	-	-	-	27
Venta al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo.	2	116	41	1	2	2	-	164
Venta al por mayor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos.	1	24	16	4	-	-	1	46
Venta al por mayor de metales y minerales metalíferos.	-	19	6	-	-	-	-	25
Venta al por mayor de materiales para la construcción, artículos de ferretería, pinturas y productos químicos.	1	167	49	4	-	-	1	222
Venta al por mayor de desperdicios, desechos, chatarra y otros.	-	106	23	1	-	-	1	131
Venta al por mayor de otros productos no especializados.	-	28	1	-	-	-	-	29
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de venta al por mayor.	10	14369	56	16	10	2	-	14463
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados.	3	1631	33	1	-	-	-	1668
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	10	2575	16	1	-	1	-	2603
Venta al por menor de bebidas en comercios especializados.	1	953	15	1	-	-	-	970
Venta al por menor de tabaco en comercios especializados.	-	13	-	-	-	-	-	13
Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores.	3	292	37	2	1	-	-	335
Venta al por menor de computadores, equipo periférico, programas y servicios de informática.	4	714	59	3	-	-	1	781
Venta al por menor de equipo de sonido y vídeo en comercios especializados.	-	111	13	-	-	-	-	124
Venta al por menor de productos textiles en comercios especializados.	2	434	15	3	-	-	-	454
Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos químicos.	7	2129	88	5	3	-	1	2233
Venta al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y suelos.	-	82	6	-	-	-	-	88
Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles eléctricos y aparatos electrónicos.	12	1356	76	4	1	-	1	1450
Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	3	2736	38	1	2	1	-	2781
Venta al por menor de grabaciones de música y de vídeo en comercios especializados.	-	1124	1	-	-	-	-	1125
Venta al por menor de equipo de deporte en comercios especializados.	1	84	5	-	1	-	-	91
Venta al por menor de juegos y juguetes en comercios especializados.	1	133	8	-	-	-	1	143
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	32	6803	59	8	1	1	1	6905
Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales.	15	1705	62	3	8	2	1	1796
Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.	9	1894	51	1	-	-	2	1957
Venta al por menor de artículos de segunda mano en comercios especializados.	-	114	1	-	-	-	-	115
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos.	1	1232	-	1	-	-	-	1234

Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y cá-		302	-	1	-	-	-	303
Venta al por menor de otros productos en puestos de venta y m	2	307	7	-	-	-	-	316
Venta al por menor por correo y por internet.	-	60	7	-	1	-	-	68
Otras actividades de venta al por menor no realizadas en comer-	-	72	8	-	-	-	-	80
Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril.	-	2	-	-	-	-	-	2
Transporte de carga por ferrocarril.	-	4	1	-	-	-	-	5
Transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre.	1	48	14	2	1	-	1	67
Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre.	12	157	45	5	2	-	-	221
Transporte de carga por carretera.	2	125	46	4	4	6	-	187
Transporte por tuberías.	-	2	1	1	1	-	-	5
Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje.	-	4	-	-	-	-	-	4
Transporte de carga marítimo y de cabotaje.	-	6	1	-	-	-	-	7
Transporte de pasajeros por vías de navegación interiores.	-	1	-	-	-	-	-	1
Transporte de pasajeros por vía aérea.	-	17	8	4	1	2	-	32
Transporte de carga por vía aérea.	-	18	10	1	-	-	-	29
Almacenamiento y depósito.	-	8	-	2	1	-	-	11
Actividades de servicios vinculadas al transporte terrestre.	3	153	10	-	-	-	1	167
Actividades de servicios vinculadas al transporte acuático.	-	3	-	-	-	-	-	3
Actividades de servicios vinculadas al transporte aéreo.	1	31	3	1	3	1	1	41
Manipulación de carga.	-	18	3	1	1	-	-	23
Otras actividades de apoyo al transporte.	-	34	13	4	1	1	-	53
Actividades postales.	2	34	5	-	-	-	1	42
Actividades de mensajería.	4	98	11	-	1	-	1	115
Actividades de alojamiento para estancias cortas.	2	425	45	10	2	5	1	490
Actividades de campamentos, parques de vehículos de recreo y -	-	4	-	-	-	-	-	4
Otras actividades de alojamiento.	-	5	1	-	-	-	-	6
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	20	9421	358	15	4	2	5	9825
Suministro de comidas por encargo.	-	42	11	3	1	1	1	59
Otras actividades de servicio de comidas.	-	47	1	-	1	-	1	50
Actividades de servicio de bebidas.	-	294	5	2	1	-	-	302
Publicación de libros, periódicos y otras actividades de publicac	1	21	2	2	-	-	-	26
Publicación de directorios y de listas de correo.	-	1	1	1	-	-	-	3
Publicación de periódicos, diarios y revistas.	-	14	5	-	1	1	-	21
Otras publicaciones.	-	113	15	3	-	-	1	132
Publicación de programas informáticos.	-	19	9	1	-	-	-	29
Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos	-	12	2	-	-	-	-	14
Actividades de postproducción de películas cinematográficas, vi-	-	9	1	-	-	-	-	10
Actividades de distribución de películas cinematográficas, vídeo-	-	2	-	1	-	-	-	3
Actividades de exhibición de películas cinematográficas y cintas	1	1	1	2	-	-	-	5
Actividades de grabación de sonido y edición de música.	-	23	1	-	-	-	-	24
Transmisiones de radio.	-	16	17	1	-	-	-	34
Programación y transmisiones de televisión.	2	33	6	-	2	3	-	46
Actividades de telecomunicaciones alámbricas.	1	106	15	1	2	2	-	127
Actividades de telecomunicaciones inalámbricas.	-	78	12	3	-	-	-	93
Actividades de telecomunicaciones por satélite.	-	11	3	-	1	-	-	15
Otras actividades de telecomunicaciones.	3	3834	8	2	2	-	-	3849
Actividades de programación informática.	-	49	7	-	-	-	-	56
Actividades de consultoría de informática y de gestión de instala-	-	38	8	2	1	-	-	49
Otras actividades de tecnología de la información y de servicios-	-	12	4	-	-	-	-	16
Procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas.	-	4	3	-	1	-	1	9
Portales web.	-	4	1	-	-	-	-	5
Actividades de agencias de noticias.	-	2	1	1	-	-	-	4
Banca central.	-	8	2	2	-	2	1	15
Otros tipos de intermediación monetaria.	15	253	109	1	6	7	2	393
Actividades de sociedades de cartera.	-	3	2	-	-	-	-	5
Fondos y sociedades de inversión y entidades financieras simila-	-	4	3	-	-	-	-	7
Otras actividades de concesión de crédito.	2	54	25	1	1	-	-	83
Otras actividades de servicios financieros, excepto las de segur-	-	8	2	-	-	-	-	10
Seguros de vida.	-	19	19	9	-	-	1	48
Seguros generales.	1	78	39	5	3	1	-	127
Reaseguros.	-	3	3	-	1	-	-	7
Fondos de pensión.	-	3	1	-	-	-	-	4
Administración de mercados financieros.	-	13	1	-	-	-	-	14
Corretaje de valores y de contratos de productos básicos.	-	12	3	-	-	-	-	15
Otras actividades auxiliares a las actividades de servicios financ	1	28	11	1	-	-	-	41
Evaluación de riesgos y daños.	-	12	1	-	-	-	-	13
Actividades de los agentes y corredores de seguro.	1	18	2	-	1	1	-	23
Otras actividades auxiliares de seguros y fondos de pensiones.	-	6	1	-	-	-	-	7
Actividades de gestión de fondos.	-	3	1	2	-	-	-	6
Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrend	-	210	23	5	-	-	1	239
Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribució-	-	245	14	6	-	1	-	266
Actividades jurídicas.	5	1587	44	2	3	1	-	1642
Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditorías; con-	-	239	37	5	1	1	-	283
Actividades de oficinas principales.	-	27	1	-	-	-	-	28

Actividades de consultoría de gestión.	-	130	23	5	1	1	-	160
Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas c	1	317	54	10	3	3	5	393
Ensayos y análisis técnicos.	-	12	7	-	-	-	-	19
Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ci	-	22	15	2	1	1	1	42
Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ci	-	11	5	-	-	-	1	17
Publicidad.	2	199	37	5	1	1	-	245
Estudios de mercado y encuestas de opinión pública.	1	22	13	2	-	-	-	38
Actividades especializadas de diseño.	-	115	6	-	-	-	-	121
Actividades de fotografía.	-	254	1	-	-	-	-	255
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.	1	80	21	4	-	2	-	108
Actividades veterinarias.	-	149	4	-	-	-	-	153
Alquiler de vehículos automotores.	-	29	3	-	-	-	-	32
Alquiler de equipo recreativo y deportivo.	-	16	-	-	-	-	-	16
Alquiler de cintas de video y discos.	-	8	-	-	-	-	-	8
Alquiler otros efectos personales y artículos de uso domésticos	1	189	3	-	-	-	-	193
Alquiler de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles	-	101	6	1	-	1	-	109
Arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares, e	-	2	1	1	-	-	-	4
Actividades de agencias de empleo.	-	19	8	-	1	-	1	29
Actividades de agencias de empleo temporal.	-	9	2	-	1	1	-	13
Otras actividades de dotación de recursos humanos.	-	3	-	-	-	-	-	3
Actividades de agencias de viajes.	-	164	21	1	-	-	-	186
Actividades de operadores turísticos.	1	93	15	3	-	-	-	112
Otros servicios de reservas y actividades conexas.	1	34	6	1	-	-	-	42
Actividades de seguridad privada.	5	55	54	19	13	10	6	162
Actividades de servicios de sistemas de seguridad.	-	15	9	1	1	1	1	28
Limpieza general de edificios.	1	23	8	5	2	3	-	42
Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones indust	-	13	2	1	1	1	-	18
Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexo	-	5	1	-	-	1	-	7
Actividades combinadas de servicios administrativos de oficina.	1	44	13	1	1	-	-	60
Fotocopiado, preparación de documentos y otras actividades es	-	433	6	-	-	-	-	439
Actividades de centros de llamadas.	1	5	8	-	-	1	-	15
Organización de convenciones y exposiciones comerciales.	-	20	1	-	1	-	-	22
Actividades de agencias de cobro y agencias de calificación cre	2	35	11	1	1	2	-	52
Actividades de envasado y empaquetado.	-	19	5	-	-	-	-	24
Otras actividades de servicios de apoyo a empresas n.c.p.	-	18	3	-	-	-	-	21
Actividades de la administración pública en general.	3	34	17	5	6	6	5	76
Regulación de las actividades de organismos que prestan servic	2	39	17	4	6	6	1	75
Regulación y facilitación de la actividad económica.	4	20	21	1	2	2	3	53
Relaciones exteriores.	1	15	7	-	-	-	-	23
Actividades de defensa.	1	3	5	1	1	5	-	16
Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad.	10	153	37	6	11	4	6	227
Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligator	1	5	4	1	-	1	-	12
Enseñanza preprimaria y primaria.	9	876	529	34	5	4	-	1457
Enseñanza secundaria de formación general.	4	51	171	61	32	8	-	327
Enseñanza de formación técnica y profesional.	1	94	20	3	-	-	-	118
Enseñanza superior.	4	56	52	6	7	6	4	135
Enseñanza deportiva y recreativa.	-	79	3	1	-	-	-	83
Enseñanza cultural.	-	113	16	1	3	-	-	133
Otros tipos de enseñanza n.c.p.	4	251	44	4	-	-	2	305
Actividades de apoyo a la enseñanza.	-	58	6	1	1	-	-	66
Actividades de hospitales y clínicas.	4	149	33	10	5	3	4	208
Actividades de médicos y odontólogos.	5	2326	107	10	11	2	5	2466
Otras actividades de atención de la salud humana.	2	452	26	3	1	-	-	484
Actividades de atención de enfermería en instituciones.	-	5	2	1	-	-	-	8
Actividades de atención en instituciones para personas con retr	-	17	2	-	-	-	-	19
Actividades de atención en instituciones para personas de edad	-	14	9	-	-	-	-	23
Otras actividades de atención en instituciones.	-	38	16	1	1	-	-	56
Actividades de asistencia social sin alojamiento para personas	-	18	14	-	-	-	-	32
Otras actividades de asistencia social sin alojamiento.	-	179	41	8	-	2	-	230
Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.	-	57	7	1	1	-	-	66
Actividades de bibliotecas y archivos.	1	19	2	-	1	1	-	24
Actividades de museos y gestión de lugares y edificios históric	-	15	3	2	-	1	-	21
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y reservas natur	-	4	3	-	-	-	-	7
Actividades de juegos de azar y apuestas.	2	276	9	-	2	1	-	290
Explotación de instalaciones deportivas.	-	132	14	3	-	-	-	149
Actividades de clubes deportivos.	1	24	4	-	1	-	-	30
Otras actividades deportivas.	-	14	5	-	-	-	-	19
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos.	-	10	-	-	-	-	-	10
Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.	1	236	29	1	-	-	-	267
Actividades de asociaciones empresariales y de empleadores.	-	57	39	1	-	1	-	98
Actividades de asociaciones profesionales.	-	42	8	1	-	1	-	52
Actividades de sindicatos.	1	24	5	-	1	-	-	31
Actividades de organizaciones religiosas.	5	358	57	4	2	1	-	427
Actividades de organizaciones políticas.	-	3	1	-	-	-	-	4

Actividades de otras asociaciones n.c.p.	3	104	20	2	5	1	-	135
Reparación de computadoras y equipo periférico.	-	254	7	-	1	-	-	262
Reparación de equipo de comunicaciones.	1	289	5	-	-	1	-	296
Reparación de aparatos electrónicos de consumo.	-	419	4	2	-	-	-	425
Reparación de aparatos de uso doméstico y equipo doméstico.	-	473	3	-	-	-	-	476
Reparación de calzado y artículos de cuero.	-	784	1	-	-	-	-	785
Reparación de muebles y accesorios domésticos.	-	312	2	-	-	-	-	314
Reparación de otros bienes personales y enseres domésticos.	-	1466	3	-	-	-	-	1469
Lavado y limpieza, incluida la limpieza en seco, de productos textiles.	4	561	11	2	-	-	-	578
Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.	3	3369	23	-	-	-	-	3395
Pompas fúnebres y actividades conexas.	3	56	5	1	3	-	-	68
Otras actividades de servicios personales n.c.p.	1	232	11	-	-	-	-	244
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	-	10	4	-	-	-	-	14
Total	363	93406	4943	607	319	219	95	99952

NSA : 1985

Procesado con Redatam+SP
CENEC 2010

CEPAL/CELADE Redatam+SP 10/27/2013

Base de datos
 CENSO ECONOMICO
 Área Geográfica
 INLINE SELECTION
 Crosstab
 de NOMBRE DE CANTON
 por SECTORES
 por ESTRATOS DE PERSONAL OCUPADO

NOMBRE SECTORES	1 - 9	10 - 49	50 - 99	100 - 199	200 - 499	500 y más	Total
QUITO	9575	634	108	57	41	10	10450
Manufactura	47677	1260	112	55	28	6	49291
Comercio	36065	3013	375	197	137	68	40039
Servicios	89	36	12	10	13	11	172
Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	93406	4943	607	319	219	95	99952
Total							

NSA : 1985

Procesado con Redatam+SP
 CENEC 2010

ANEXO 6: Tabla y Gráficos Representativos de Número de Establecimientos Pymes en Quito de Acuerdo al Número de Empleados

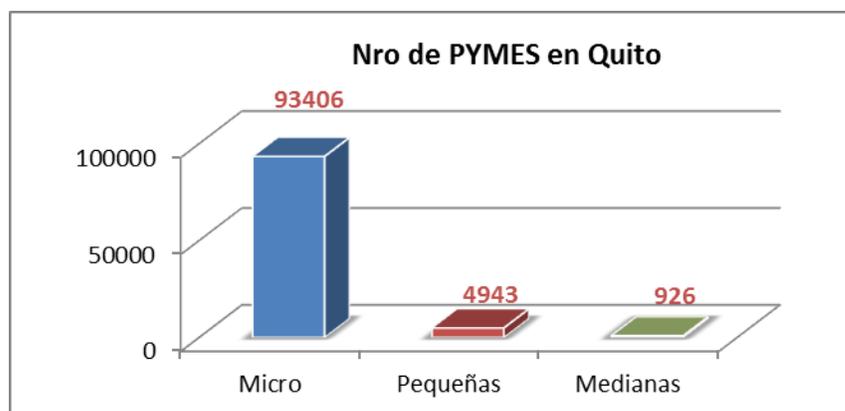
Tabla 14: Número de establecimientos PYMES en Quito

PYMES en Quito por Número de Empleados			
Empresas	Empleados	Total de Establecimientos	%
Micro	1 a 9	93406	94.09%
Pequeñas	10 a 49	4943	4.98%
Medianas	50 a 199	926	0.93%
Total		99275	100.00%

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

Elaborado por: Natalia Camacho

Gráfico 1: Número de establecimientos PYMES en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

ANEXO 7: Tabla y Gráficos Representativos de Número de Establecimientos Pyme por Sector Productivo en Quito

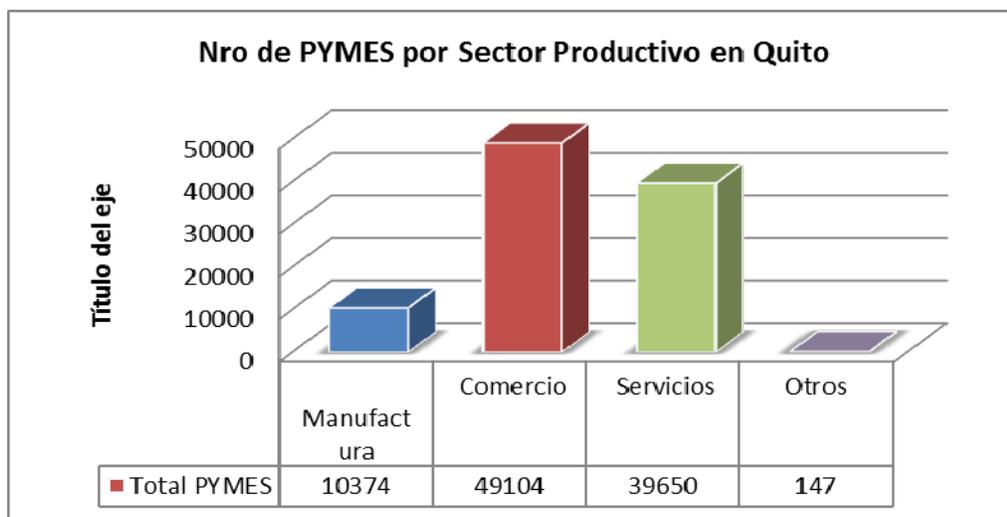
Tabla 15: Número de establecimientos PYMES por sector productivo en Quito

Número de establecimientos en Quito por Sectores					
Sector	Micro 1 a 9 empleados	Pequeñas 10 a 49 empleado	Medianas 50 a 199 empleados	Total PYMES	%
Manufactura	9575	634	165	10374	10.45%
Comercio	47677	1260	167	49104	49.46%
Servicios	36065	3013	572	39650	39.94%
Otros	89	36	22	147	0.15%
Total	93406	4943	926	99275	100.00%

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

Elaborado por: Natalia Camacho

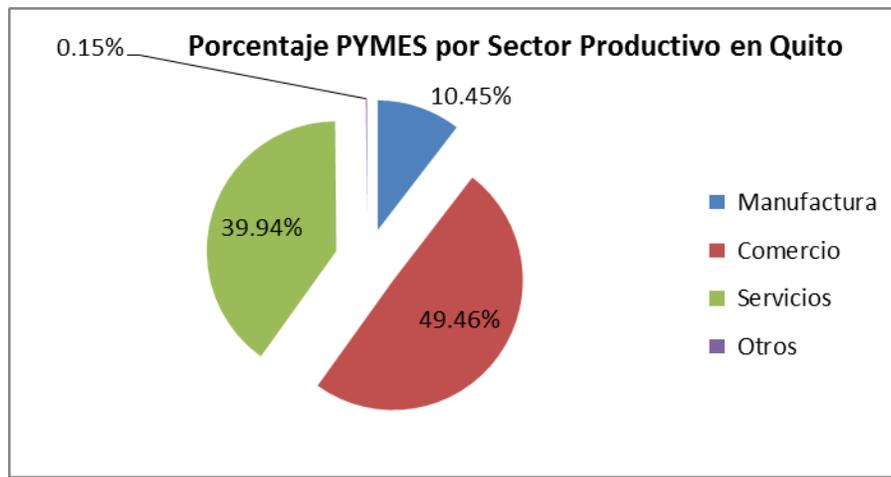
Gráfico 2: Número de establecimientos PYMES - sector productivo en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

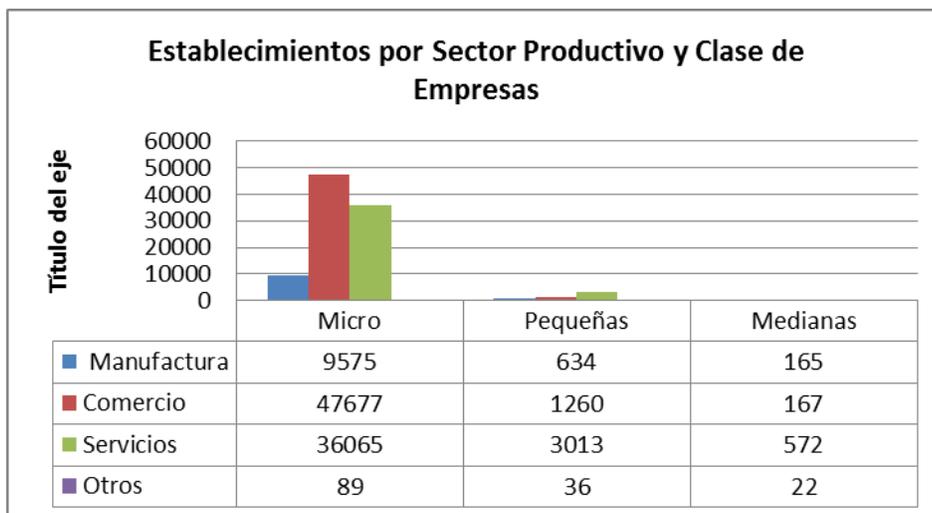
Gráfico 3: Porcentaje número de establecimientos PYMES por sector productivo en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

Gráfico 4: Número de establecimientos PYMES por sector productivo y clase de empresas en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

ANEXO 8: Tabla de Establecimientos Pyme Afiliados a la CAPEIPI

Tabla 16: Número de establecimientos PYME afiliados a la CAPEIPI por sector productivo

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS AFILIADAS
Alimenticio	209
Construcción	120
Maderero	118
Metalmecánico	282
Químico	260
Textil	187
Grafico	100
Tic's	42
Eventos	9
TOTAL	1327

Fuente: CAPEIPI, www.capeipi.org.ec

Elaborado por: CAPEIPI

ANEXO 9: Mail de Respaldo CAPEIPI

ASISTENCIA TÉCNICA CAPEIPI (avaca@capeipi.org.ec)

[Agregar a contactos](#)

29/10/2013

[Fotos](#)

Para: natycamacho@hotmail.es

CC: natalia.camacho@escaneq.com.ec

Estimada Natalia Camacho:

Reciba un cordial saludo,

Con respecto a la solicitud enviada por usted me permito poner a su conocimiento el número de socios que posee la CAPEIPI por sector.

Los ingresos no poseemos y el listado de empresas es información confidencial de la CAPEIPI de tal manera no podemos ayudarle con mayor información que la que adjunto.

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS AFILIADAS
ALIMENTICIO	209
CONSTRUCCION	120
MADERERO	118
METALMECÁNICO	282
QUIMICO	260
TEXTIL	187
GRAFICO	100
TIC'S	42
EVENTOS	9

Saludos Cordiales,



Adriana Vaca | Asistente Técnica

[Contacto | pbx - \(593\) 2443388 ext. 307 | avaca@capeipi.org.ec](#)

Dirección | Amazonas N34-332 y Atahualpa, 2do Piso

CAPEIPI | Todos Contribuyendo el Futuro | Quito - Ecuador

ANEXO 10: Tabla y Gráficos Representativos de Ingresos Pyme por Clase de Empresa y Sector Productivo en Quito.

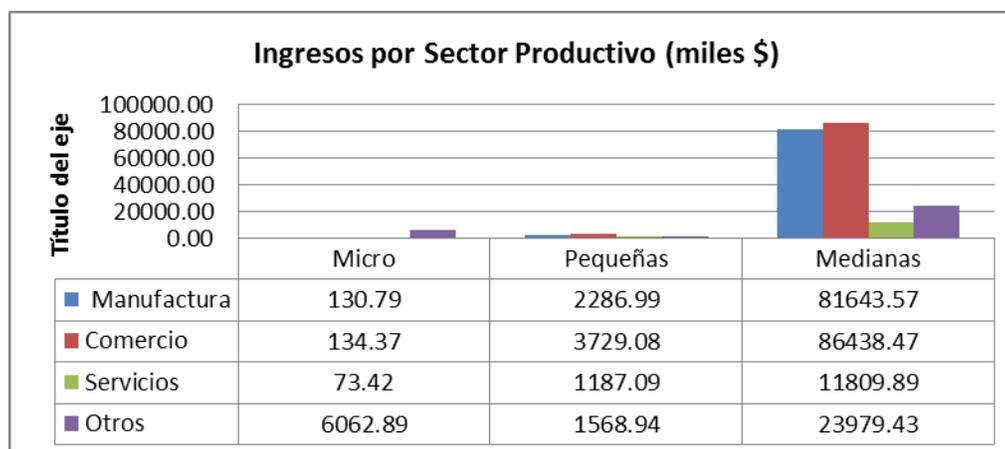
Tabla 17: Ingresos PYME por clase de empresa y sector productivo en Quito

Ingresos PYME por Sector Productivo en Quito						
Empresas	Empleados	Manufactura	Comercio	Servicios	Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	Ingresos por Tipo de Empresas
Micro	1 a 9	130.79	134.37	73.42	6062.89	6401.47
Pequeñas	10 a 49	2286.99	3729.08	1187.09	1568.94	8772.10
Medianas	50 a 199	81643.57	86438.47	11809.89	23979.43	203871.36
Total		84061.35	90301.92	13070.40	31611.26	219044.93

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

Elaborado por: Natalia Camacho

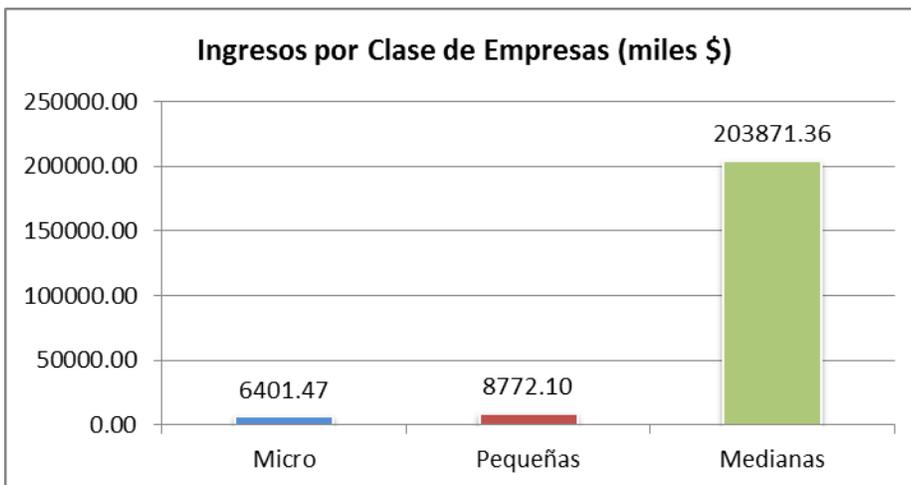
Gráfico 5: Ingresos PYME por sector productivo en y clase de empresas en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

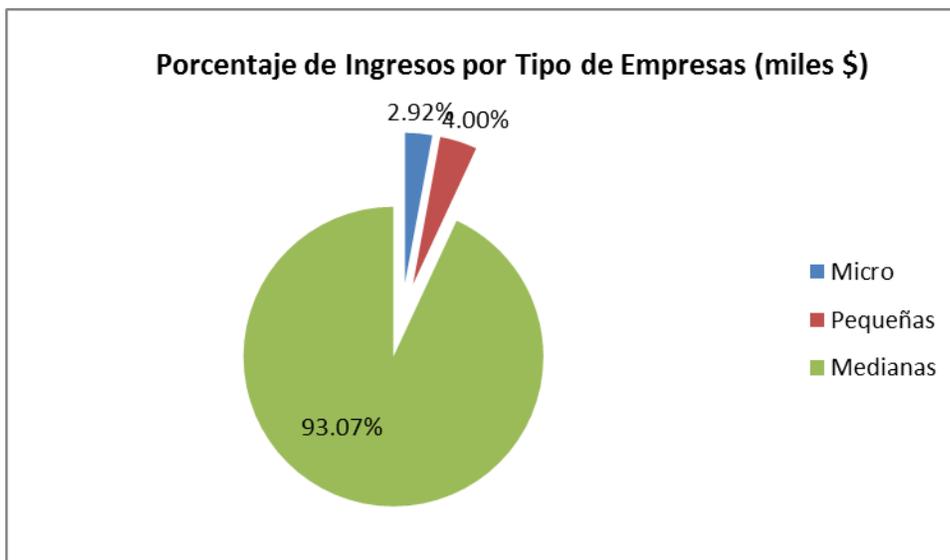
Gráfico 6: Ingresos PYME por clase de empresas en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

Gráfico 7: Porcentajes de Ingresos PYME por clase de empresas en Quito



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

Elaborado por: Natalia Camacho

ANEXO 11: Revista Ekos, Pymes: Contribución Clave de la Economía



ESPECIAL

PYMES: CONTRIBUCIÓN CLAVE EN LA ECONOMÍA

[por: Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios] [fotografía: Ekos Negocios e Internet]

Recuerde visitarnos en nuestro portal www.ekosnegocios.com / [f](#) REVISTA EKOS NEGOCIOS [t](#) @revistankos

2011 fue un año favorable para este sector, que aun tiene grandes retos: generar nuevos productos, servicios y apostarle a la exportación.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

Al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, sobre todo, si se trabaja con grandes empresas e igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes.

Sin embargo, también existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso al crédito, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros.

Esto hace necesario reconocer a aquellos emprendimientos que han demostrado una mayor eficiencia en su desempeño y rendimiento, de ahí que Corporación Ekos realice anualmente la premiación Ekos Pymes.

Con el fin de comprender mejor el impacto y la composición que tienen las Pymes en Ecuador, se presenta un análisis que describe la metodología utilizada para el estudio y la elaboración de

los indicadores. Así como datos generales y los resultados que se destacaron en este proceso.

Las características de las Pymes

De acuerdo a la información proporcionada por el Servicio de

**Versatilidad
y estructuras
sencillas son
algunas
ventajas de
las Pymes
en Ecuador.**

Rentas Internas (SRI), en 2011 existieron 27 646 Pymes, de las cuales 13 332 pertenecen a los sectores que se han tomado en cuenta en el presente análisis: 4 661 medianas (34,96%) y 8 671 pequeñas (65,04%).

A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agrupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%, esto, debido a la concentración de la población en estas localidades así como de las empresas más grandes, a las que las Pymes proveen de bienes y servicios, en gran medida especializados.

En comparación con los resultados presentados el año anterior, se observa un leve incremento de de las Pymes en estas dos provincias, ya que este porcentaje pasó de

81% a 84,5% para las pequeñas y de 80% a 82% en las medianas.

Hay que tomar en cuenta la importancia que tuvo el año 2011 en el desempeño de las diversas actividades en las que participan las Pymes. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) se registró un crecimiento cercano al 8% en la economía nacional debido al aumento en la producción de diversas actividades. En base a estas cifras, se destaca el crecimiento del 21,6% en la construcción, 13,4% en alojamiento y servicios de comida, correo y comunicaciones 12,5%, entre otros.

A nivel nacional, dentro del Producto Interno Bruto, la actividad comercial es una de las más importantes junto con la manufactura y construcción, lo que mantiene una relación con los resultados que refleja la composición de los ingresos operacionales de las actividades en 2011.

Uno de los principales inconvenientes que tuvo la economía el año pasado fue el déficit de balanza comercial de USD 687,19 millones (pequeñas) y de USD 8 545,5 millones (medianas). No obstante, la posibilidad de desarrollar las exportaciones de estas empresas es una alternativa que generaría un equilibrio en este campo.

Estas cifras refuerzan el impacto que tiene en el país el comercio, y cómo se va posicionando en las pequeñas y medianas empresas, en la primeras con una participación del 32,4% y, en las segundas, con el 44,3%.

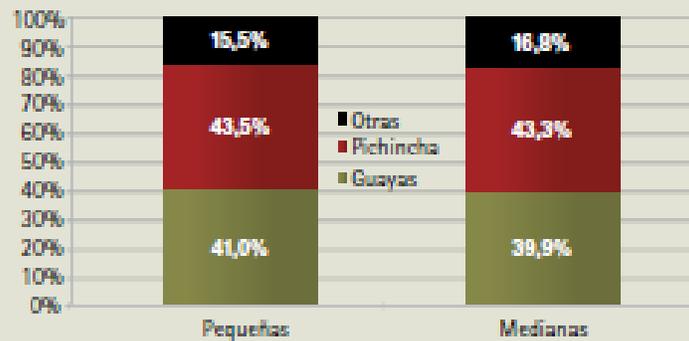
En promedio, las empresas medianas a nivel nacional tienen un ingreso anual de USD 2,5 millones, en tanto que las pequeñas de USD 451 341. Los sectores con mayor ingreso operacional entre las empresas medianas fueron la cría de animales, las agrícolas y las de alimentos y bebidas con USD 3 millones, USD 2,96 millones y USD 2,79 millones, respectivamente.

En el caso de las pequeñas, los tres con mayores ingresos fueron pesca y acuicultura, banana y construcción, cada una con USD 631 084; USD 578 858 y USD 560 423. Estos resultados evidencian el peso de los sectores primarios dentro de las Pymes y en los ingresos que generan.

En ciertos casos, estos resultados se alcanzan también por el acceso conseguido a mercados del exterior, reflejando así la necesidad de fortalecer los vínculos del país con otras naciones. Esto se da principalmente en los sectores de pesca y acuicultura que son demandados, tanto en el mercado estadounidense como en el europeo. La producción de banana sigue esta tendencia, favoreciendo el desempeño de estas compañías, sin embargo, los precios de venta no permiten que se alcancen niveles de utilidad tan elevados como los de otros emprendimientos.

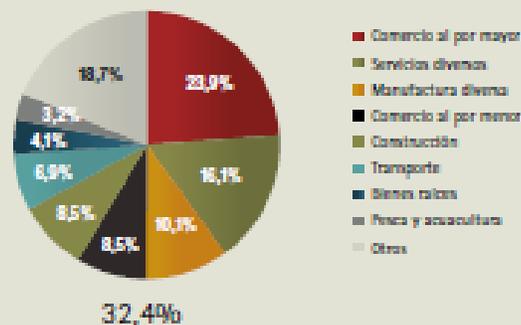
Hay que aclarar que estos proyectos manejan niveles menores de inversión que los de otros sectores, lo que además incide en sus rendimientos; otras actividades de mayor valor agregado como los servicios no tienen ingresos elevados, pero tienen me-

Concentración de las Pymes por provincia (2011)



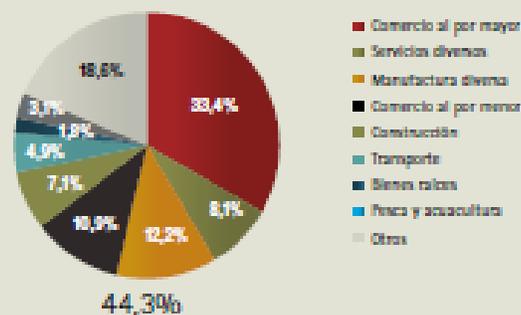
Fuente: SRI

Composición de los ingresos de las empresas pequeñas por sector



Fuente: SRI

Composición de los ingresos de las empresas medianas por sector



Fuente: SRI

nores costos al igual que las empresas de bienes raíces.

Dentro del análisis se tomó en cuenta la utilidad/ventas (rentabilidad). En el caso de las Pymes, la rentabilidad promedio de 2011 fue del 6% (los datos de las empresas medianas presentan menores desviaciones que los de las pequeñas).

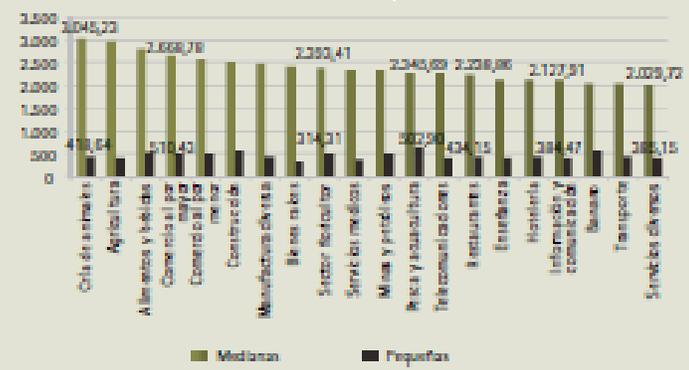
Los sectores de mayor rentabilidad son aquellos que están en los negocios de bienes raíces (17,2%), pesca y acuicultura (10%) y telecomunicaciones (9,4%).

Por su parte, los sectores con menor rentabilidad son la cría de animales, el floricultor y comercio al por menor con indicadores de 1,98%; 2,59% y 3,44%, respectivamente. En el caso de las producciones primarias se destacan los elevados costos que deben cubrir, lo que incide directamente en la rentabilidad de estos emprendimientos.

Adicionalmente, se evaluó el peso de los impuestos sobre las ventas (carga fiscal). Las empresas medianas tienen en promedio un indicador de 1,33%. Las Pymes con mayor carga fiscal, son de los sectores de bienes raíces (3,93%), telecomunicaciones (2,12%) y servicios diversos (2,09%). Estos resultados se alcanzan gracias al valor agregado que generan estas actividades.

La cría de animales (0,54%), el sector floricultor (0,6%) y el comercio al por menor (0,7%) son los de menor aporte al fisco. Si bien algunos emprendimientos agrícolas y comerciales requieren

Ingresos operacionales promedio anual de las Pymes por sector (en USD millones)



Fuente: SRI

Rentabilidad promedio de las empresas medianas por sector



Fuente: SRI

Pago de impuestos frente a las ventas de las empresas medianas por sector



Fuente: SRI

menores inversiones para su implementación, las utilidades que se generen y, por ende, el pago de impuestos, son menores que los de otros sectores.

A pesar de que en el país no se presentan señales que identifiquen el riesgo de una burbuja especulativa en el sector hipotecario, el incremento del negocio inmobiliario y de la construcción han llevado a que estas Pymes manejen niveles de utilidad elevados en función de sus ingresos.

Además, se observa la importancia de las inversiones en los rendimientos que pueden tener las compañías. De esta manera se reflejan las inversiones que se requieren en las actividades primarias así como los procesos de tecnificación a implementarse.

Metodología utilizada

Para el análisis de resultados para la tercera Premiación Ekos Pymes 2012 se trabajó a partir de la información entregada por el SRI, con base en declaraciones 2011 (incluye razón social de cada entidad, niveles de ingresos operacionales, utilidades e impuestos).

Con estos datos, comparados con los del año anterior y proporcionados por la Superintendencia de Compañías (SC), se planteó una metodología que calcula la eficiencia y desempeño.

Entre los indicadores está el crecimiento en ventas junto con la

Grupo 1	Más de 3 desviaciones estándar
Grupo 2	entre -2 y -3 desviaciones estándar
Grupo 3	entre -2 y -1 desviaciones estándar
Grupo 4	entre -1 desviaciones estándar y la media
Grupo 5	entre la media y 1 desviación estándar
Grupo 6	entre 1 y 2 desviaciones estándar
Grupo 7	entre 2 y 3 desviaciones estándar
Grupo 8	más de 3 desviaciones estándar

Tabla 1: Grupos homogéneos

utilidad/ventas, que evalúa la rentabilidad del negocio y el peso de los impuestos sobre ingresos, que valora el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Finalmente, se incluye la calificación del año pasado, ya que dentro del desempeño hay que considerar la actividad histórica de la empresa. Esto hace a su vez que dentro de la base solamente sea posible trabajar con compañías que formaron parte de la base de la SC de 2010.

De esta manera, se calcularon los valores promedio y la desviación estándar de cada indicador. Pero para que esto sea válido, era necesario excluir valores extremos de 5% que distorsionaban los resultados. Cabe recalcar que no se excluyen los registros del ranking, solo del cálculo del promedio y de la desviación estándar.

Criterios de calificación

Se generó una calificación para cada indicador por la dispersión del resultado de cada rubro. Así se establecieron ocho categorías o grupos (Ver tabla 1).

Por concepto de distribución es de esperar que la mayoría de índices de las empresas esté cerca de la media, por lo que tendrían una puntuación dentro de los grupos intermedios. Por ejemplo, si los índices se ajustan a una normal, entre -1 y 1 desviación estándar estarían el 68% de los datos. Esta metodología es correcta ya que lo que se pretende es premiar a las Pymes que sobresalieron sobre la media y que están en los extremos positivos.

Los indicadores propuestos se calificaron por sus resultados y dispersión; cada calificación se multiplicó por su ponderación para determinar los puntajes de cada categoría establecidos por Ekos Negocios (Ver tabla 2).

En caso de que se registre un empate, se calificaron las empresas en función del valor de cada indicador, basados en los ocho rangos que se manejan. De esta manera, el mejor indicador obtiene la calificación más alta. Si se registra nuevamente un empate, se premió a la empresa que tenía la mayor rentabilidad (utilidad/ingresos).

A modo de conclusión

2011 fue favorable para las Pymes. Se destacan los resultados de las actividades inmobiliarias, así como de los servicios, telecomunicaciones, pesca y acuicultura. Se reflejan los importantes desafíos por emprenderse desde las actividades primarias que enfrentan los mayores costos, incluyendo en la rentabilidad de los negocios. Es fundamental elaborar políticas orientadas al desarrollo de las actividades de las Pymes para consolidar su presencia.

Rubro	Crecimiento en ventas	Rentabilidad (Utilidad / Ventas)	Carga fiscal (Impuestos / Ventas)	Resultado 2010	Total
Ponderación	20%	20%	15%	20%	100%

Tabla 2: Indicadores y ponderadores utilizados



CIFRAS DE IMPACTO

USD 2,5

millones es el ingreso promedio anual de las medianas empresas en Ecuador

Las pequeñas empresas son las que priman en el sector de las Pymes con una participación de 20 571, en todo el país, lo que representa el:

74,4%

A nivel de agrupación, Pichincha y Guayas son las provincias que más las agrupan. En la primera está el:

43,3%

84,5%

es la participación en número las pequeñas empresas en 2011 en Guayas y Pichincha.

Pesca y acuicultura es el sector del segmento pequeñas que registró los mayores ingresos promedio en 2011 con USD (miles):

631

Según datos del Servicio de Rentas Internas durante 2011, la rentabilidad de las Pymes fue del:

6%

3,93%

Es la carga fiscal para el sector de bienes raíces. De acuerdo con investigaciones económicas la más alta dentro del sector. Le siguen telecomunicaciones y servicios.

USD 2,96

millones registra de ingresos el sector agrícola, uno de los mayores dentro de las medianas empresas.

0,5%

es la carga fiscal (impuestos/ventas) de las compañías medianas de cría de animales.

2011

fue un año favorable para las Pymes en comparación con 2010. Esto refuerza su impacto y aporte que tiene al desarrollo económico, social y cultural en Ecuador.

ANEXO 12: Fórmulas, Tasa de Crecimiento Anual e Ingresos Futuros

Fórmula 1: Estimación Tasa de Crecimiento Anual

$$\tau = \left(\frac{\text{Ingreso anual actual}}{\text{Ingreso anual anterior}} - 1 \right) * 100$$

Se reemplaza la fórmula obteniendo¹²⁰:

$$\tau = \left(\frac{\text{Ingreso 2011}}{\text{Ingreso 2010}} - 1 \right) * 100$$

$$\tau = \left(\frac{451341,00}{429530,98} - 1 \right) * 100$$

$$\tau = 5,08\%$$

Fórmula 2: Estimación de Ingresos Futuros al 2014¹²¹

$$\text{IngresosFuturos}_{2014} = I_0(1 + \lambda)^n$$

I_0 : Ingreso Inicial (año 2010)

λ : Tasa de crecimiento anual (TCA)

.n: Número de años de estimación

¹²⁰ Matemático Andrade, Cátedra de Ingeniería Financiera, Escuela Politécnica Nacional, 2006

¹²¹ Matemático Andrade, Cátedra de Ingeniería Financiera, Escuela Politécnica Nacional, 2006

Tabla 18: Proyección de ingresos PYME en Ecuador y Quito año 2014

Sector	Ingresos PYMES Proyectados (miles \$)					
	TCA %	2010	2011	2012	2013	2014
Ecuador	5.08%	429530.98	451341.00	474258.45	498339.57	523643.44
Quito		219044.93	230172.41	241865.17	254151.92	267056.83
Ingresos PYMES Proyectados en Quito (miles \$)						
Micro	5.08%	6401.47	6726.66	7068.38	7427.45	7804.77
Pequeña		8772.10	9217.72	9685.98	10178.03	10695.07
Mediana		203871.36	214228.03	225110.81	236546.44	248563.00
Total Ingresos Anuales Proyectados		219044.93	230172.41	241865.17	254151.92	267062.84

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

Pymes Contribución Clave de la Economía, Noviembre 2012

Elaborado por: Natalia Camacho

ANEXO 13: Lista de Miembros de CERES

Tabla 19: Lista de miembros afiliados al CERES

Nro	Lista de Miembros	Nro	Lista de Miembros
1	Ace Seguros	19	Pinturas Cóndor
2	Fundación Repsol Ypf	20	Corporación Nacional De
3	Linde	21	Telecomunicaciones (CNT EP)
4	General Motors OBB del Ecuador	22	Plasticaucho Industrial
5	Arca Ecuador	23	Diners Club Del Ecuador
6	Hotel Jw Marriott Quito	24	Plan International
7	Banco Pichincha	25	Elecaastro S.A.
8	Kimberly Clark	26	Pronaca
9	Assistglobal	27	Etapa EP
10	Kinross Ecuador	28	Pfizer
11	Centro Ecuatoriano De Derecho	29	Floralp
12	Ambiental (CEDA)	30	Telefónica-Movistar
13	Kubiec – Conduit	31	Fundación Coca Cola
14	Cerveceria Nacional- Sabmiller	32	TC Televisión
15	Moderna Alimentos	33	Fundación Esquel
16	Corporación la Favorita	34	Universidad Casa Grande
17	OCP Ecuador S.A.	35	Fundación Futuro
18	Cooperativa Oscus	36	Yanbal
	CERES	37	Fundación Holcim

Fuente: CERES, http://www.emaseo.gob.ec/documentos/lotaip_2012/s/plan_de_desarrollo_2012_2014.pdf

Elaborado por: Natalia Camacho

ANEXO 14: Estructura de la Entrevista a Expertos

Estructura de la Entrevista

La entrevista está desarrollada en base a conocer la situación que enfrentan las pymes locales referente a la RSE (Ver anexo 10), para ello se estructura en:

- A. Introdutoria - Saludo Inicial
- B. Solicitud de autorización para grabar la entrevista
- C. La Entrevista
 - Preguntas Filtro
 - Preguntas de Desarrollo Temática – Hipótesis
 - Explicación Conceptualización Triple P
 - Preguntas de Desarrollo: Conocimiento Local
 - Preguntas de Desarrollo: Entorno
- D. Agradecimiento y Despedida

Detalle del contenido

A) Saludo Inicial

Le agradezco por concederme esta entrevista Sr/a/ita (Mención del cargo y de la organización a la que representa), la información proporcionada con las preguntas a continuación tienen como objetivos conocer la situación que enfrentan las pymes específicamente en el tema de Responsabilidad Social Empresarial.

B) Solicitud de autorización para grabar la entrevista

C) Inicio de la Entrevista

Preguntas Filtro

1. ¿En una pyme, considera que las estrategias juegan un papel significativo? ¿Por qué?
2. ¿Cómo cree que la Responsabilidad Social Empresarial influya en el plan estratégico de las pymes?

Preguntas de Desarrollo Temática - Hipótesis

3. ¿De acuerdo a su experiencia, las pymes locales cómo aplican la RSE en sus actividades empresariales?
4. ¿Considera usted que la RSE aplicada en las pymes genera ventajas competitivas? ¿Podría mencionarme algunas?
5. ¿Las pymes al utilizar RSE generan elementos de diferenciación respecto a su competencia directa, podría mencionarnos cuales?
6. ¿Conoce sobre la ISO 26000?
SI
NO
Si la respuesta es SI se realiza la pregunta 7 y 8
Si la respuesta es NO pasar directo a la explicación Triple P - pregunta 9
7. ¿Qué tan importante resultaría la aplicación de la ISO 26000 en las pymes locales?
8. ¿Según su perspectiva es viable la aplicación de RSE en las pymes locales?

SI

NO

Porque:- _____

Explicación Conceptualización Triple P

Se refiere al concepto de Triple Bottom Line según lo formulado por John Elkington en su libro *Cannibals With Forks*. Según este punto de vista, se debe dar importancia en las actividades corporativas en tres aspectos siguientes:

People: las consecuencias sociales de sus acciones;

Planet: las consecuencias ecológicas;

Profit: el aspecto del beneficio económico¹²².

9. ¿Al hablar sobre triple P (People, Planet y Profit) en RSE, se considera a PEOPLE o sociedad a la más importante en el medio empresarial de las pymes, usted considera que esta premisa se cumple, o cual es el enfoque actual entre estos elementos? y ¿porqué?

Preguntas de Desarrollo: Conocimiento Local

10. ¿Conoce usted pequeñas y medianas empresas, en el D.M. de Quito que estén aplicando estrategias de RSE?

SI

NO

Si la respuesta es SI se realiza la pregunta 11

Si la respuesta es NO se realiza la pregunta 12

11. ¿Podría mencionar que empresas son o en que rama productiva se encuentran?
12. ¿Qué obstáculos pueden enfrentar las pymes locales para implantar en sus estrategias empresariales RSE?

Preguntas de Desarrollo: Entorno

13. ¿Cuál puede ser la tendencia de consumo, que muestren los clientes frente a una Pyme que emplea medidas sustentables en sus procesos?
14. ¿Cómo visualiza el medio competitivo de las pymes si se aplicaría estrategias de RSE?
15. ¿Con costos incrementados para implementar estrategias de RSE en las Pymes, podría existir incremento de precio en los productos finales? ¿Cómo afectaría esto la perspectiva del cliente?

D) Agradecimiento y Despedida

Muchas Gracias por compartir sus conocimientos y opiniones, la información brindada se considera como un gran aporte para el medio académico.

¹²² HUPPERTS, Pierre, *Responsabilidad Social Empresaria: Comunicación y cooperación en las áreas de la RSE*, Argentina – Buenos Aires, Valleta Ediciones S.R.L., 1ª ed, 2005, p. 20

ANEXO 15: Entrevista Grabada, CD Compilado

ANEXO 16: Recopilación de Información

Tabla 20: Recopilación de Información transcrita del audio

Pregunta 1: ¿En una pyme, considera que las estrategias juegan un papel significativo? ¿Por qué?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Muy pocas pymes se preocupan por diseñar de una manera formal la estrategia, no la tienen discutida ni documentada pero a pesar de que no existe la formalización la pyme tiene una estrategia, quizá está en la mente del propietario.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Las pymes no necesariamente manejan términos de estrategia empresarial ni de mercados, más bien están enfocados en gestión de operaciones, eficiencia, más que pensar a nivel estratégico, no hay un enfoque a la estrategia empresarial, es una falencia de la pyme.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	100% para las pymes más que para las empresas grandes crear una estrategia es sobrevivir en el tiempo, a pesar de que no somos muy regulares no tenemos una proyección trazada no tenemos una política muy bien establecida, pienso que todos los días estamos preparando estrategias para sobrevivir con grandes montos sobretodo aquí en el Ecuador, por ejemplo, el Grupo El Juri, la parte automotriz de los Durini. Todos los días tratamos una estrategia comercial, y en el caso de esta empresa cuentan con una estrategia financiera que se enfoca a ventas, a ir creciendo despacio.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	En un nivel de planificación es muy importante para garantizar el éxito y consecución de los objetivos en todo tipo de empresa, el sistema de planificación garantiza tener estrategias, indicadores y metas que se puedan monitorear, ver desviaciones o temas de mejora, tanto operativos como empresariales.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Las estrategias son importantes en las pymes, porque mediante este parámetro se establecen lineamientos principales de una empresa para el cumplimiento de metas y objetivos.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Yo creo, como toda empresa, el plan estratégico tiene un papel muy importante porque indica hacia dónde va la empresa, hacia dónde se direcciona y las estrategias que deben tomar para que el mercado crezca el negocio surja, sin embargo en las pymes no se lleva a cabo, pienso que no es un asunto prioritario de las pymes, muchas veces vemos que las pymes son familiares o una persona tiene una idea y se dedica a desarrollarla y quedan constituidas. Tienen esa visión de empresa; esto dificulta un poco, también la gente que se pone una pyme muchas veces no es preparada sino que le surge una idea y no tienen conocimiento, no tienen acceso a la información y no puede desarrollar un plan estratégico, pero me parece también como en toda empresa muy importante que desarrollen un plan estratégico.

Pregunta 2: ¿Cómo cree que la Responsabilidad Social Empresarial influya en el plan estratégico de las pymes?

Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	El tema de RS cruza de manera transversal a un plan estratégico, donde las empresas concienticen que la RS está inmersa como un deber de todos los seres humanos, el concepto es muy amplio uno es por el lado de la empresa y otro como docentes, ciudadanos, hijos, etc.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Es muy marginal, en el estudio de RS del 2012 realizado a empresas se identifica que el 42% de empresas consideran que tienen algo de estrategias con RS pero de esas menos de la mitad alineadas al plan estratégico y eso en cifras generales, al hablar de las pymes es mucho más restringido, queremos decir que 2 de cada 10 empresas apenas tendrían un plan estratégico donde introduzcan elementos de RS y en la pyme es menor.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Creo que la RS es con todo, con el ambiente, con las personas, con los recursos, con todo porque si se malgastan los recursos hay un impacto ambiental y a la vez un impacto en los funcionarios que es un impacto financiero, es muy importante conoce la RS pero es muy difícil manejarla en nuestro medio, porque la gente primero en la parte ambiental nunca quiere reciclar, en su empresa existen mecánicos a los cuales se les solicita que los cartones los emitan en un solo lugar, pero ellos muchas veces los utilizan para limpiarse las manos para acostarse en el piso o hacer varias cosas, desde ahí no hay una estrategia para proteger el impacto ambiental, en la parte financiera la gente no maneja bien los recursos porque no sabe el impacto que tiene en su utilidad en la parte personal en mi industria, la parte que manejo, todo el mundo cree q es especialista en algo pero no es cierto porque cada día se aprende cosas nuevas y puede haber personas mucho mejores, pero lo que si quieren es remuneraciones muy altas entonces no sabemos cómo mejorar la eficiencia con la productividad de la gente lo que percibe es ganar bien independientemente de cuanto trabajen, si existe un siniestro que la empresa cubra con pólizas de seguro privado, estar puntuales con el IESS no les interesa, considero que en el caso de las pymes no podemos aprovechar bien el recurso humano por esta condición.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	El tema de RS se lo puede ver como una ventaja dependiendo del mercado, puede haber empresas que tienen rentabilidad significativo donde pueden aplicar estos sistemas, culturalmente las pymes siempre ven un tema de Beneficio /costo, no lo ven a estos temas de gestión como una estrategia, como país se debe incentivar, el Estado debe da beneficios para que la mipymes incorporen estos sistemas y sean garantizados para generar éxitos futuros.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Muchas pymes no tienen implementado lo que es RSE pero si tienen lineamientos como estrategia que ayuda al cumplimiento de los objetivos y uno de los objetivos puede ser el tener RS dentro de la empresa esto ayuda a la imagen de la empresa, rentabilidad y apoyo del sector tanto interno como externo.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	La RS debería estar inmersa en el plan estratégico puesto que debe ser parte de la dirección que toma la empresa, es muy importante y se lo debería incluir, aunque sabemos que no es así pero sería la mejor manera de incluirlo.

Pregunta 3: ¿De acuerdo a su experiencia, las pymes locales cómo aplican la RSE en sus actividades empresariales?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Desconoce que haya un estudio específico de cuantas pymes aplican la RS, Existe un trabajo grande que hacer, que las empresas entiendan que la RS no es marketing, que confunden a la RS con cumplimiento de obligaciones legales, no es dar caridad, la RS va más allá de la parte normativa. Evitar la confusión en conceptualización, es un tema más estructurado, que la empresa se preocupe por ejemplo que una asociación de pymes se reúna para incluir a los chicos que salgan de colegios Técnicos, es algo extra que se da.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Más allá de la estrategia empresarial, más allá de conocer la RS, porque hay q partir desde el conocimiento de la RS y ese conocimiento es exiguo, no todo el mundo conoce lo que implica la RS, es un tema que está parcializado al rol institucional, una cosa entiende el Estado, otra cosa entiende la sociedad civil y otra cosa entiende la empresa, más allá de que tenga una estrategia o que tenga un plan de implementación, ejecuta acciones y prácticas de distinta índole que están relacionadas con RS, En el estudio también se identifica que uno de los elementos importantes y no solo para la pyme, estoy hablando de cifras generales de las empresas es el tema de derechos humanos, de desarrollo de colaboradores, de relacionamiento de grupos de interés, prácticas laborales, etc. Entonces más allá de que tenga una estrategia de RS definida hace acciones relacionadas y en ocasiones uno por experiencia va a la empresa a tratar de asesorar en temas de RS se encuentra con que muchas empresas tienen buenas prácticas de temas puntuales como temas laborales van más allá de la ley, en temas ambientales o en temas de relacionamiento con la comunidad pero no están conceptualizados como RS, ahora en el lado de las pymes no me atrevería a decir que es tan enorme, que quiero decir con esto, que hay un número sustancial de pymes que hacen buenas prácticas en todas las áreas, en el lado de las pymes hay un enfoque de sus trabajadores, un enfoque casa adentro, más que a la comunidad, menos un enfoque ambiental, desde el lado de las pymes este sería el enfoque, pero no alineado a la estrategia sino como una forma de actividad. En el estudio hay ciertas cifras que dice que muchas de las pymes están conformadas por mujeres, más de la mitad de su planta está formada por mujeres, entonces ese espíritu de la mujer de hacer cosas diferentes, con diferente forma de gestionarse, se mueven en una lógica distinta, en el lado de las pymes no se podría decir que son pura y netamente RS sino que son prácticas como parte de su gestión.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	No tengo experticia en este tema pero como empresa puedo decir que la empresa está ubicada en el sur de Quito, y porque está acá porque tenemos una RS con el sur de Quito, empleamos a gente del sur, otra cosa es que intentamos que la zona prospere, antes de poner donde es nuestra casa matriz se hizo un estudio de 2 años y cuando se dijo si aquí es el lugar adecuado al principio la gente no lo creía y parte de nuestra RS fue esa, creímos y lo hicimos, hoy por hoy tenemos al frente al GRUPO EL JURÍ, junto a nosotros va a estar MERCEDES y atrás NESTLE además VOLVO. Responsablemente los dueños de la empresa van creando fuentes de trabajo para la gente mejorando el ambiente, también tenemos proyectos de urbanización para nuestros funcionarios entonces creo que estamos generando RS la política es cambiar y crear procesos para que esto ocurra ambientales, parte financiera parte de los recursos, que la gente crea en su propia capacidad, yo decía en una reunión, yo no puedo creer que en un país tan pequeño como Holanda llegó a ser una potencia, y la respuesta fue lo que pasa es que es la ACTITUD DE LA GENTE, en América Latina tienen mucho territorio pero muy poco pensamiento, la diferencia es la actitud.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	En este sentido es marginal el número de Mipymes que utilice RS, como estado, el COPCI define ciertos incentivos tributarios para temas de producción eco eficiente, cuidados del medio ambiente, en los procesos productivos.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Se tiene como conocimiento que es un tema nuevo, si hablamos de empresas grandes lo tienen implementado, si hablamos de empresas extranjeras también lo tienen implementado pero dentro de las pymes es un tema que recién está saliendo de moda, recién se está buscando implementar para cumplir con los objetivos planteados dentro de las empresas que ayuden a la imagen corporativa de la empresa, a incrementar la rentabilidad como recursos financieros, y a mejorar su impacto en el consumidor.

Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Bueno la verdad no creo que lo apliquen, yo conozco algunas pymes porque nosotros dentro de la subsecretaría de calidad brindamos asistencia técnica a las empresas, yo me dedico más al campo alimenticio por mi profesión, y he conocido algunas pymes y ninguna, ninguna ni siquiera lo mencionan ni tienen la idea de hacerlo a futuro no pienso que se lo aplica y menos a nivel pequeño, pienso que las pymes tienen cosas más urgentes como sacar permisos de funcionamiento, certificados de salubridad, registro sanitario y son cosas más urgentes, como adecuar las instalaciones y empezar a llevar contabilidad y todo, entonces son cosas que si son urgentes y son necesarias y la ley obliga, y la RS no es algo que la ley obligue entonces no lo implementan y no lo practican.
-----------------	---	---

Pregunta 4: ¿Considera usted que la RSE aplicada en las pymes genera ventajas competitivas? ¿Podría mencionarme algunas?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco. Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Hay muchos entendidos que dicen que al hablar de RS es más que generar una ventaja competitiva, obviamente le diferencia de los demás, genera buena imagen y cambia las perspectivas del cliente, porque si una empresa lo hace y otras no lo hacen se genera cierta ventaja.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Por supuesto que sí, falta un estudio de lineamiento en temas de competitividad empresarial, no hay un estudio que te determine ciento por ciento cual es el nivel de correlación que existe con los diferentes factores de competitividad, pero es evidente que genera mejor relacionamiento con los grupos de interés, esto es básico y garantiza sostenibilidad en el mediano plazo, el empresario en el estudio identifica por ejemplo que te da una ventaja sustancial, que mejora la productividad de los colaboradores y el grado de relacionamiento con la empresa el lado del colaborador y luego de eso mejorar la relación con proveedores con la comunidad en fin. Estos son elementos asociados, pero en el IDE consideramos que hay dos factores de la competitividad que se afectan sustancialmente con la RS el uno es la Innovación empresarial y el segundo el Emprendimiento tanto social como empresarial, despiertas una arista distinta, identificas formas distintas de relacionarte con los grupos de interés los conoces mejor y puedes identificar oportunidades de innovación.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Las empresas cuando uno tiene RS sobre todos los recursos que manejan siempre tienen una ventaja hacia el resto, hacia la Competencia.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Depende el mercado al que se dirija la pyme. El mercado si ve que existe una aplicación del tema de responsabilidad hacia el ambiente, las personas prefieren adquirir estos productos, esto representa una ventaja competitiva
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCEPEC	Definitivamente si, dentro del área de planificación hemos tenido experiencia con empresas pequeñas y medianas, adicionalmente las artesanales, consideradas como pequeñas empresas, va a generar competitividad por la imagen ante los usuarios, consumidores externos y además la ventaja para que puedan ser objeto de mira ante el gobierno y consumidores externos, refiriéndome en este tema a los extranjeros, van a querer usar los productos y servicios para también llegar a exportarse.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Pues yo pienso que sí generaría una ventaja frente a los demás, como que la marca puede tener más reconocimiento, le veo más en este campo porque hay gente que si paga por esto de que sean responsables socialmente, ambientalmente, se ve una tendencia hacia eso en ciertos mercados, todavía pienso que el Ecuador es un país limitado a que el mercado valore estas cosas, pero si está creciendo, a nivel internacional yo pienso que es más fácil pero si da un mayor reconocimiento y realce a la marca y la gente por eso lo consume, los mercados pueden consumir más.

Pregunta 5: ¿Las pymes al utilizar RSE generan elementos de diferenciación respecto a su competencia directa, podría mencionarnos cuales?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	La diferencia de los demás, en precio, en capacitación, debe ser parte del plan comunicacional de la empresa que se difunda uno no solamente debe ser sino también debe parecer, no con fines de marketing sino como de manera de comunicación.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Desde el lado de la pyme no me atrevo a decir que son pymes socialmente responsable, que hay ejemplos de empresas que son muy buenas como por ejemplo empresa de imprenta que es GRAFICAS PAOLA, que tiene una excelente relación con sus colaboradores, en temas ambientales y eso obviamente le da una ventaja frente a su competencia, voy a hablar de este caso puntual porque no se puede generalizar, en el caso de esta empresa es identificada como una empresa diferente, cuando inclusive va a ofrecer un servicio puedes pensar que siendo una empresa diferente puedes pagarle algo más por los servicios que presta, entonces esta ventaja viene desde el lado interno por el lado de fidelización de los colaboradores que eso es sustancial, pero también el mercado empieza a percibir ciertas alertas que te hace pensar que puede ser diferente.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Si, antes de trabajar en SCANEQ hacía la parte logística de una transportadora, cuando usted pone la parte ambiental y la parte de bienestar laboral en una carta de presentación o licitación las empresas siempre tomas eso muy en cuenta y le sirvió mucho como herramienta para conseguir nuevos clientes, tanto así que cambiamos el procesos de seguridad del producto, porque antes se transportaba el producto y si sobraba se vendía de forma ilegal o se regaba en los ríos cuando se cambio el proceso, fue en tres empresas donde les encantó la manera de trabajar hasta el conductor reportaba a tiempo real donde estaba el producto y no existió ningún problema de accidentes ni complicaciones internas.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	No se me ocurre un ejemplo a nivel de pymes, pero en grandes empresas si existen nombres como Coca Cola, o grandes industrias donde utilizan la RS para promocionar sus productos y tener una ventaja ante sus competidores.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	La imagen corporativa es el primer impacto de RS, a su vez también con sus consumidores, por ejemplo el mejoramiento del trato con sus trabajadores, cambiando no solo la apreciación interna sino también la externa, en el caso de que así sea va a mejorar la productividad por ejemplo empresas manufactureras igual de servicios si atienden mejor a sus clientes van a tener mejor rentabilidad la eficacia eficiencia y productividad de la empresa como una sinergia.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	De lo que he visto sí una empresa manejaría RS, considero que la competencia siempre anda fijándose en todo y anda investigando como está el vecino, sobre todo en las pymes, donde el otro pequeño también se puso y se conocen a este nivel, vemos que entre competencia, se tiende mucho a la imitación, si uno implementa el otro también lo hace, en este sentido se da en las pymes.

Pregunta 6 y 7: ¿Conoce sobre la ISO 26000? ¿Qué tan importante resultaría la aplicación de la ISO 26000 en las pymes locales?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Realmente no la conozco a profundidad, sabe de su existencia.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Si, la ISO 26000 es la ISO de RS todavía no certificable, es una norma guía para implementar, yo diría que va a ser certificable en un par de años a medida que se vaya probando y adoptando por las empresas. Tal como está conceptualizada la ISO 26000 es una guía, es un documento que te va más o menos orientando como que debes hacer en tema laborales, que debes hacer en temas ambientales conforme con las diferentes materias, gobernanza de la organización en fin, diría que es importante implantar la RS tomando como base esta arista de la ISO 26000, algo que no se ha dicho es que la RS tiene un aspecto importante que es la Creatividad, no se puede decir que una empresa A va a aplicar lo mismo en RS que la empresa B porque las realidades son distintas, los mecanismos de articulación son distintos, las demandas de los grupos de interés son distintos, entonces no es una receta, la ISO 26000 es una guía de ahí va a depender mucho de la creatividad de cada empresa. Yo diría que todavía no, y no porque primero no se conoce sobre la RS en sí, y va ha ser más difícil todavía introducir la ISO 26000, de hecho hay una parte en el estudio donde encuentra que hay muy poco de adopción de las ISO en el sector empresarial, menos del 30% adoptan la más generalizada ISO 9001, menos de la mitad del 30% adoptan la 14001 como un 14%, y las otras..., de ahí pensar que van a adoptar la ISO 26000 es un camino complejo en el que hay que perseverar pero no va a ser de adopción inmediata, si las otras ISO que son de gestión ha sido difícil adopción sobre las empresas, eso quiere decir que la ISO 26000 va a tomar su tiempo.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	No conoce, pero maneja una Certificación Internacional denominada el Estándar de Operación Internacional para las Diller, es una certificación para tener la reconsideración del contrato, en la versión DOS.3 maneja 14 puntos dentro de los cuales 7 eran referentes al medio ambiente, 4 con recursos del personal y los otros 3 eran de varios puntos de SCANIA, yo creo que mediante esta certificación hay un direccionamiento a la RS, a la Capacitación y a la Calidad, esto del DOS.3 exige que la gente se capacite en diferentes centros a nivel mundial para que la gente esté capacitada y no pierda la esencia, hay tres valores que tiene Scania que son: las personas, la calidad y el producto dentro de esos está el DOS proteger a las personas la otra al producto que debe ser de calidad, también calidad en el servicio, en la capacidad de la gente, y la calidad va en la post venta. No sé qué tan bueno sea los ISO, pero nosotros manejamos calidad internacional, en empresas carroceras se necesita una homologación mediante la Asociación de Carroceros del Centro del País CANFAC, ellos aplicaron a la ISO, cuando pude conversar con el gerente me comentó "la ISO solo hizo pedazos el medio ambiente" mejor vi un cambio cuando SCANIA aplicó a la homologación que cuando ellos participaron en la ISO, yo creo que los empresarios si tenemos que ver con normas internacionales con reglamentación, pero nosotros vamos a aplicar eso siempre y cuando exista una ventaja comercial, a mi me gustaría aplicar la ISO pero en la transportadora que le dije que tienen un impacto ambiental muy alto, pero acá en Scaneq no porque tenemos la norma internacional
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	No conozco
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Si, dentro de mi experiencia laboral he tenido capacitaciones sobre la ISO 26000 tuvimos algunos cursos y acercamientos con algunas empresas, por supuesto que sí, tomando en cuenta a que se alinea la empresa, si quieren mejorar su imagen e implementar y capacitar a las personas, implementar en pro del medio ambiente puede ser benéfico, es bueno específicamente en un aspecto documental porque la norma es así son lineamientos que le va a ayudar a la empresa a tener ordenado sus documentos y el mejoramiento continuo que es el objetivo de la ISO 26000 en RS.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaria de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Si la conoce, no la ha estudiado a fondo pero tiene conocimiento de que existe. Para el dueño de una pyme no resulta de importancia pues como lo decía al momento tienen cosas más importantes que hacer no es algo que implementar las ISO es un proceso que lo llevarán a cabo más adelante, a mí me parece que desde el punto de vista de los gerentes no hay esta importancia.

Pregunta 8: ¿Según su perspectiva es viable la aplicación de RSE en las pymes locales? ¿Por qué?

Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco. Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Si es viable, porque muchas veces las empresas no toman en cuenta este tipo de principios vinculados a la RS porque desconocen, se debe hacer un proceso previo, primero que conozca el ¿qué? luego el ¿por qué es importante?, para producir un cambio de actitud, y la última pregunta es ¿cómo llevar a la práctica? Los principios de RS
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Si 100% necesario y es viable, todo o que uno quiera hacer por mejorar la calidad, el ambiente laboral o los recursos es posible hacerlo.
	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Si, mediante una regulación el Estado incorpora esto mediante una obligatoriedad con algún incentivo o subsidio, puede ser viable al mediano plazo, por un tema de regularización es necesario que las mipymes vayan incorporando en este sentido, pero debe ser un proceso ordenado con tiempo y financiamiento para poder incorporar estos sistemas.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Si, es viable y si más nos guiamos en la norma resulta viable dentro de la norma hay requisitos de cumplimiento, específicamente de la recopilación de información y formularios, ayuda a tener en claro lineamientos y bases en la organización interna y externa.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Pues pienso que es viable, que hay maneras de implementar RS en las pymes sin incurrir en muchos gastos, se puede tomar una opción ambientalmente más responsable, talvés de reciclaje o con la misma gente los mismos trabajadores se pueden implementar políticas de contratación son estrategias, políticas o lineamientos que no hacen que el empresario caiga en tantos gastos, porque básicamente el problema de la aplicación es básicamente este costo que representa para las pequeñas empresas y sabemos que es una situación difícil porque lo que menos se tiene o lo que más difícil resulta es conseguir los recursos, pero pienso que estas opciones si se deben analizar porque le da realce a la marca y como empresa ser responsable socialmente.

Pregunta 9: ¿Al hablar sobre triple P (People, Planet y Profit) en RSE, se considera a PEOPLE o sociedad a la más importante en el medio empresarial de las pymes, usted considera que esta premisa se cumple, o cual es el enfoque actual entre estos elementos? y ¿porqué?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	El tema de RS está bien la preocupación por las personas, pero hay que trabajar, hacia dentro de la propia empresa, ante el ser humano, las personas que trabajan en la empresa, segundo debe haber una orientación medioambiental por los cambios climáticos y afecciones al medio ambiente y tercero orientarse al consumidor y cuatro al resto de la sociedad, logrando una sociedad más justa, equitativa.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Yo sugiero que cuando se hable la RS, que se adopte el concepto de la ISO 26000 es un concepto más elaborado, porque llega a confundirse con sustentabilidad, hay que diferenciar, yo diría que RS contribuye a la sustentabilidad, el enfoque del ser humano dado desde el lado empresarial es el elemento sustancial y no solo dado por la empresa sino dado desde una visión de país, cuando hablamos de una constitución que es de derecho, cuando hablamos de un Plan Nacional del Buen Vivir donde solamente la parte de las palabras BUEN VIVIR se asocia con bien común y eso va directamente relacionado con el ser humano, cuando hablamos de una sociedad donde la idea es generar riqueza pero también distribuirla de forma equitativa y justa estamos hablando de una sociedad distinta, me parece que en el Ecuador se ha puesto en discusión y eso es un aporte fundamental, desde la visión del Estado, porque hay que reconocer las cosas que se han hecho bien es cambiar el chip de saber identificar que hoy el ser humano es importante, me parece que desde la pyme si se aplica cuando hablamos de cuáles son las prácticas dentro de la ISO 26000 a las que más atención prestan, está el tema de derechos humanos y está el tema de prácticas laborales y se refuerza en cómo está conformada la pyme pues tiene un fuerte motor que es la mujer, inclusive que los puestos gerenciales lo ocupan las mujeres, el rol femenino es un rol importante y además que una pyme es familiar porque eso hay que identificar, porque lo que se pretende como pyme, pequeña, conformada por un buen número de mujeres pretenden dar bienestar a sus colaboradores, de hecho uno de los primeros enfoques es hacia la persona, no quiero decir que es el único porque la pyme tiene una característica importante que es tratar de sobrevivir en el tiempo.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Creo que en Ecuador si se cumple, pero yo creería que sí, pero no es el foco de todo, es como un engranaje, si la calidad el trabajo la responsabilidad con las personas funcionan bien pero la parte de ambiente laboral no funciona pues no funciona nada, todo es una cadena y toda la cadena debe funcionar bien, es aplicable en todo.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	De la experiencia que tenemos la mayoría de pymes no trabajan con sistemas de planificación, sino su objetivo es tener ganancia o rentabilidad, entonces la respuesta sería eso Rentabilidad, ahora si se trabaja en un sistema de gestión, Responsabilidad es trabajar en el ser humano para tener rentabilidad, trabajar en el capital humano para lograr la rentabilidad.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Yo pienso que si hablamos de RS las empresas lo están enfocando hacia las personas en parte estoy de acuerdo y en parte no estoy de acuerdo con este planteamiento, las personas son el recurso más cotizado de la empresa, si se trata bien a los empleos van a ser más eficiente y sube la productividad, pero en la actualidad el cuidado ambiental es lo que mejor se ve internacionalmente, entonces se debe guiar, explotar y mejorar las condiciones medioambientales, en la parte pública que es donde laboro, se va a volver más estricto el cumplimiento de normas del medio ambiente y rentabilidad es lo que todas las empresas quieren tener más lucro de lo que producen no solo el mejoramiento en las personas además del medio ambiente, sino también en la rentabilidad.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Pienso que no se cumple la RS bueno primero dentro de las pymes es escasa pero si da va enfocada a la rentabilidad para encontrar al final del camino más recursos, sin pensar cuanto contamina el planeta, cuanto impacto tengo sobre el recurso humano, pienso que no se están cumpliendo y el principalmente el eje no son las personas.

Pregunta 10 y 11: ¿Conoce usted pequeñas y medianas empresas, en el D.M. de Quito que estén aplicando estrategias de RSE?, ¿Podría mencionar que empresas son o en que rama productiva se encuentran?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Realmente no Conoce
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Graficas Paola, creo que es un buen ejemplo, sector comercial y servicios
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Si sobretodo las empresas que manejan la producción comestible, en Ecuador no está explorado lo que tiene que ver con comida y exportación de este tipo de productos, todas esas empresas deben trabajar bien en RS para ingresar a mercados Europeos, por ende existe la tendencia de esta marca Starbucks compra el grano ecuatoriano, pero no ha podido ingresar al Ecuador porque no cumplen esta premisa de RS. Naturisima es una pyme que vende yogurt y panes de yuca, tratan de exportar sus productos.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	OFSETEC trabaja en temas de reciclaje en producción de papel y control de emisión de gases, cambiaron su tecnología para el cuidado de medioambiente, tienen sistemas que manejan los desechos, y el carbono que sale se lo maneja y se lo trata para contaminar menos. Rama de productividad en Papel, cartón, imprenta, etc.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Específicamente por el trabajo nos involucramos con el Camal Metropolitano del Sur y ha mejorado bastante en mantenimiento de desechos no está bien todavía porque la gente se queja y la comunidad no está satisfecha por la cultura que no hay y buen manejo de desechos, pudimos identificar que con respecto al medio ambiente ellos como RS hacían, es poner guarderías no para las personas que trabajan ahí porque eso resultaría obligatorio pero si disponible a la comunidad, mejoraron el ambiente externo mejorando parques, cultivo de arboles, recoger basura, para la comunidad entonces es parte de RS, Está en la rama productiva comercial.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	No la verdad no las conozco, de acuerdo a las que he visitado por asistencia técnica, ninguna cumple con esto, hacen lo que mínimamente tienen que hacer lo que hay que hacer para cumplir la ley, si por ellos fuera no sacaran permisos ambientales, ni permisos de salud ni nada, muchos no tienen ni permisos de funcionamiento entonces esto es una limitante muy grande, ellos hacen en cuanto a lo que la ley pide más allá de eso hay una dificultad muy grande.

Pregunta 12: ¿Qué obstáculos pueden enfrentar las pymes locales para implantar en sus estrategias empresariales RSE?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	El principal obstáculo es desconocimiento de lo que es, para qué sirve y como implementarlo, más que recursos se requiere un cambio actitudinal del empresario, donde ponga el tema social en mayor importancia que la rentabilidad financiera, es importante.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Hay que considerar que implica costos y conocimiento al desarrollar experticia, y una de las falencias del país es que tenemos gente muy poco capacitada en este tema, es un tema en el que hay que trabajar
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Esencialmente es el Estado quien debe capacitar, a través de sus organismos encargados como subsecretarías de capacitación como la SETEC, SECAP pero el Estado no está aportando, para conocer nuevos procedimientos, por ejemplo la ronda que hubo con los Tailandeses, ellos vienen y se nos ríen porque el asunto es que 16 a 21 pueden aplicar a su mercado porque los estándares de calidad son muy altos, tuve una reunión con una empresa venta de atún, esta empresa estaba en negociación con africanos y asiáticos y logró entrar al negocio con Argelia pero no pueden entrar porque los estándares fitosanitarios son más altos inclusive que USA yo le preguntaba en cómo iba a hacer con su gente para capacitarlos y él no lo sabía. Cuál es la otra cara de Perú ellos tienen una institución pública que los capacita en todo, entonces las pequeñas empresas forman un gran grupo con esta capacitación y pueden exportar y han ganado un gran mercado asiático, mientras Ecuador está retenido. El gobierno dice que quiere cambiar la Matriz Productiva, hacemos lo mismo pero lo hacemos bien pero no hacemos cosas diferentes, para hacer cosas diferentes necesitas capacitación, sin esto no puedes enfrentarte ante monstruos del mercado y producción sin capacitación, es absurdo.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	El principal obstáculo es el tema cultural, no tiene conocimiento, y además el financiamiento, el costo de implementación y certificación las pymes lo ven como un costo no como una inversión a largo plazo.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	El gran obstáculo es la parte económica, si hablamos de pequeñas y medianas empresas, artesanales, que producen a diario para cubrir sus gastos a diario, realmente no tienen recursos económicos para invertir, el hecho de tener estrategias requiere invertir para tener otra visión en el caso de importaciones o exportaciones, ó incrementar el tamaño de la empresa, recurrir a inversiones, es por ello que debe buscar el apoyo del gobierno, en parte como gobierno damos inversión, pero hay que tomar en cuenta las capacitaciones que deben tener no solo para la parte administrativa sino también para la parte operativa si estamos hablando de empresas manufactureras o también de servicios para que puedan contar con RSE pero orientada a la capacitación.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	La principal problema que encuentro es el incurrir en mayores gastos si se incrementan los gastos el producto se encarece y el mercado se pierde un poco, porque si no se orienta a un nicho de mercado diferenciado, el mercado puede ser para toda la competencia y uno tiende a buscar el precio más que la calidad o como se vea corporativamente la empresa, entonces la principal dificultad es incurrir en los gastos.

Pregunta 13: ¿Cuál puede ser la tendencia de consumo, que muestren los clientes frente a una Pyme que emplea medidas sustentables en sus procesos?

Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Va a tener una respuesta positiva, sobre todo las generaciones jóvenes desde 15 a 30 años, observa que es una población más consciente de estos temas, es un terreno grande sobre el cual las empresas pueden tener respuestas positivas del lado del mercado.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	En el estudio también hay datos de consumidores, los consumidores ecuatorianos y este es un estudio que hizo el AMCHAM junto con el MINISTERIO CORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN y el IDE participó, se uso una muestra de más de 1000 consumidores, el 86% de los consumidores consideran que una empresa que es socialmente responsable es mejor que otra que no lo es, y 9 de cada 10 consumidores están dispuestos a comprar y a cambiar la marca de un producto por el de una empresa socialmente responsable y a pagar un precio extra, obvio que la metodología de investigación debe afinarse, para verificar si esto es real, pero en todo caso y es clarísimo que esto es un elemento de diferenciación clarísimo. Que también el consumidor asocia la RS con cuidado ambiental, con apoyo a la comunidad, nuevamente es clave la conceptualización y qué es para los diferentes actores RS, ahora como empresa quiero desarrollar estrategia de comunicación y marketing basada en la RS que además sea responsable basada en lo que efectivamente se hace, tiene que ver lo que el consumidor asocia como responsabilidad social, así como el tema ambiental es un tema importante para el consumidor, una empresa que tiene una buena estrategia de marketing enfocada a temas ambientales, puede ser percibida como socialmente responsable, entonces viene un compromiso, el primer actor es la empresa que en realidad sea socialmente responsable, el segundo el consumidor que conozca un poco más y el tercer actor el estado, para desarrollar la cultura de conocimiento.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Hay pymes exitosas, Naturísima es mi ejemplo, es una empresa pequeña que nació vendiendo yogures en su casa con la abuela de los muchachos actuales entonces vendían yogures, panes de yuca y a sus clientes les gusto entonces, empezaron a abrir nuevos locales, va creciendo de acuerdo al impacto. Si al inicio es buena calidad hay buen impacto y seguirás creciente Pero en las pymes si cometes un error puedes desaparecer, y también lo importante es la parte financiera, no debes comerte la utilidad porque vienen problemas financieros.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Depende del producto y del mercado, Si la pyme se orienta a un estrato bajo básicamente el precio es el elemento diferenciador, no la diferenciación con la competencia, más bien estas estrategias de RS deben estar orientadas a mipymes que atiendan mercados de estrato medio, medio alto, en el que segmento considera como un beneficio y algo importante el tema de RS en las empresas.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCEPC	Tenemos algunas ejemplos de empresas que se ha visto incrementadas sus ventas por la imagen corporativa que dan o en base a estrategias que han implementado, podemos darnos cuenta del incremento de la rentabilidad de la empresa bajo la imagen que da, los usuarios van a preferir consumir un producto que este hecho no solo de calidad sino también que este hecho con estándares y lineamientos bases que deban cumplir los requisitos mínimos que deben cumplir los productos, hablamos de calidad, del trato humano a las personas, adicionalmente de la imagen del marketing de cómo se vende, esto es lo que más impacta a un usuario. Si la empresa está cumpliendo con requisitos legales realmente al usuario no le afecta y muchas veces no se entera, pero si hablamos de la parte humana y de la parte del medio ambiente impacta al usuario y va a seguir consumiendo los productos.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaria de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Depende del mercado, si nos fijamos en el mercado del Ecuador donde se piensa más en comprar comida o los víveres necesarios que comprar cosas suntuarias como un cuadro, etc. Cosas que no son para nuestras necesidades entonces vemos que el Ecuador tiene un mercado muy básico entonces las tendencias de consumo pueden no verse afectadas si una empresa cumple o no con la RS porque los consumidores están enfocados a buscar el precio y la cantidad, entonces claro vemos mucha gene en supermercados viendo y comparando cuanto tiene este producto versus cuanto tiene el otro y viendo cuánto cuesta el uno versus cuanto me cuesta el otro, nadie se fija en la marca o si tiene un sellito que diga ISO 26000 ni nada por el estilo, entonces pienso que la gente tiene más el concepto precio, pero si así es la cultura sin embargo se ha visto mucho desarrollo de mercado donde la gente prefiere comprar aunque me cueste más algo diferente, si es orgánico es mejor así me cueste más, esos mercados se están desarrollando para

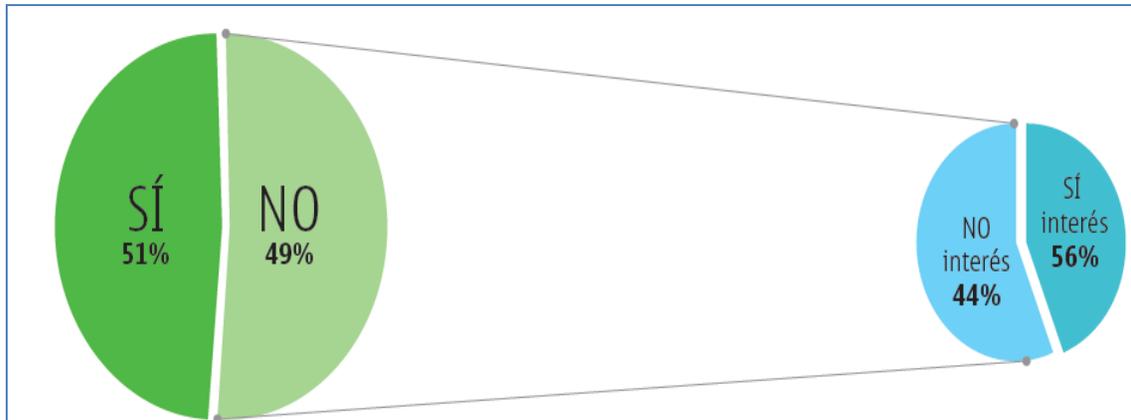
		las pymes resultaría una oportunidad.
--	--	---------------------------------------

Pregunta 14: ¿Cómo visualiza el medio competitivo de las pymes si se aplicaría estrategias de RSE?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco.Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	Se puede generar un efecto positivo o llamado también efecto derrame, donde si alguna empresa hace algo bien las otras empresas la imitan.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Sería una pyme que da un cambio sustancial, una pyme que sepa sostenerse bien en temas ambientales, en temas sociales, económicos, es una pyme distinta, pero hay un parámetro que debe cambiar, el considerar que esto va direccionado solo para empresas grandes o que todo significa costo, porque el tener una política de preocupación por mis colaboradores en ocasiones no significa altos costos, significa el tener una visión empresarial más humana que no necesariamente es costo, le hace diferente es un tema de generar oportunidades y valores para todos y eso no es solo costo, es algo que hay que quitar de la mente de que RS significa inversión cuando simboliza el gestionarse de una manera diferente, soy reiterativa en el tema de innovación creatividad, porque si quiero hacer algo diferente no tengo necesariamente en ver cuánto va a costar, sino ver las respuestas creativas para satisfacer los requerimientos del grupo de interés, por eso está la administración para gestionar los recursos limitados con los que se cuenta.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Siempre, en el medio automotriz si cambian algo en su estándar todo el mundo lo quiere cambiar, si alguien comienza aplicar la ISO 14000 todos lo van a empezar a hacer, por competencia y por entrar a nuevos negocios si alguien aplica la ISO 26000 ahora que está de moda lo de la ley minera. Entrar a trabajar con tus productos los cuales tienen un reglamento o lo que sea, todos van a quererlo tener para poder entrar al mercado
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	En el mercado actual, no están preparadas las pymes para generar estas estrategias, por un tema cultural y sobre todo por costos porque no llegan a tener grandes utilidades, en este momento no, sería como lo dije en un tema de Estado trabajar en una regulación para obligar a las mipymes en un proceso ordenado para ir mejorando las estrategias.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCEC	Dentro de nuestro Ministerio hablamos de la producción, empleo y competitividad, al hablar de Competitividad es lo que queremos formar y crear en cada empresa, como creamos la competitividad, implementando algo que la empresa no tenga, dando algo al usuario, un valor agregado al producto, y no me refiero solo a la marca, por ejemplo poniendo vitamina C al producto, hablamos de un producto agregando con la implementación de RS, sería la imagen que de al producto, esto es un producto hecho bajo los estándares de calidad y bajo los estándares y cumplimiento del medio ambiente es algo que va a impactar el medio ambiente y obviamente va a aumentar la creatividad en las empresas, ¿Eso quiere decir que dentro de los lineamientos de su trabajo está implementado RS o están recién implementando. Nosotros tenemos dentro de las empresas para el incremento de la rentabilidad, tenemos también los lineamientos del COPCI (Código de la Producción del Ecuador) que expone el mejoramiento de la producción, también de las industrias, y aquí también está que tienen que cumplir con lineamientos de RS no enmarcado específicamente como RS sino como comentábamos es un tema que recién está saliendo entonces sería como cumplimiento de estándares de calidad, cumplimiento de normas ambientales, cumplimiento del mejor trato al trabajador pero si hablamos ya de estas tres cosas estamos hablando de RS.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Yo francamente lo veo limitado, porque las pymes son empresas con muchas necesidades, y conseguir créditos le resulta difícil, competitivamente lo que más les preocupa que no logren mercado por los precios de los productos, la estrategia que manejen de marketing sobretodo, debe ser muy buena, la empresa es responsable socialmente le voy a sacar un beneficio para la rentabilidad pero eso ya depende del marketing, si no se le maneja así es de hecho que competitivamente van a ser menos que los demás.

Pregunta 15: ¿Con costos incrementados para implementar estrategias de RSE en las Pymes, podría existir incremento de precio en los productos finales? ¿Cómo afectaría esto la perspectiva del cliente?		
Entrevistado	Cargo Actual	Respuesta
Eco. Wilson Araque	Coordinador del Área de Gestión y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar	No necesariamente, existió el CASO PELILEO: Donde se realizó un proyecto, posterior a un estudio realizado por un grupo de jóvenes alemanes que encontraron serios problemas de contaminación por lo productos químicos utilizados para el lavado de prendas de vestir, mediante la institución Colombiana PROPEL, dio asesoramiento de cómo generar una producción limpia, con cuatro empresas q se gestó, al final las empresas estaban agradecidas, porque obtuvieron resultados de disminución de contaminación y disminución de costos por mejor administración de recursos, generando productividad.
MBA. Mónica Torresano	Consultora en Responsabilidad Social en UNICEF, Cooperación Holandesa –SNV- y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Docente del IDE Business School	Del estudio de consumidores lo que llama la atención es que están dispuestos a pagara hasta un 10% más, entonces una pyme distinta porque existe mejor gestión en términos ambientales con un ejemplo: De las distintas materias de la ISO 26000 el tema ambiental que puede ser uno de los que si genera costos porque a más de cambios de cultura se requiere asumir ciertas tecnologías, gestionarse mejor, si eso me eleva el precio del producto, que cuando tenga u mercado educado seguramente podría cobrar el precio apropiado, porque al igual del lado del consumidor está esperando una empresa que produzcan de manera distinta mediante estas premisas, entonces resulta un ganar ganar. Pero ese es el ideal porque no hay una cultura fuerte que esto sea realidad.
Ing. Gabriel Gordillo	Gerente General de la pyme Buses y Camiones del Ecuador SCANEQ, empresa representante de la marca SCANIA	Creo que cuando el cliente ve un producto de calidad así le cueste el cliente lo compra. Es lo que pasa con SCANIA es un producto caro, en Brasil es el camión más caro es, como decir un AUDI, y la gente lo compra es el líder porque, por su cadena de confianza y distribución alta. Al cliente a veces no le interesa el precio pero si la calidad del producto.
Ing. Pablo Almeida	Coordinador de Planificación del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Depende del segmento de mercado al que atienda la mipyme, si el elemento de diferenciación es el precio, básicamente no es una estrategia bien definida por parte del empresario que tenga a su cargo la administración sin embargo sería de analizar los estratos y mercados para ver si efectivamente un incremento en el precio podría determinar el tema de elasticidad de oferta y demanda, para definir.
Ing. Andrea Naranjo	Área de Planificación del Ministerio Coordinador de Producción y Competitividad MCPEC	Realmente es algo que tiene que ser, que si implemento algo en mi empresa eso genera costos y ese costo tengo que cubrirlo incrementando el precio de los productos, como cualquiera, si a mí me suben un precio de un producto yo dejaría de consumir ese producto a menos que sea de primera necesidad que requiera, yo creo que dentro de la estrategia de implementación en cada empresa van a tener que vender la idea para que entiendan que si hago esto tengo que subir el precio del producto, pero ahí está el marketing como apoyo a las estrategias y a las decisiones para que el usuario diga, si compro este producto, que es un poco más caro es porque beneficia a mi comunidad, a mi país, a mi medio ambiente, que beneficie a mis hijos, yo creo que estas estrategias también guiadas por un buen marketing, visión para que el usuario no se vea afectado por el precio. El Estado lo que quiere es incrementar la rentabilidad de las pequeñas empresas para que puedan llegar a ser medianas y porque no grandes empresas para que e un futuro se exporte los productos y mejoren su rentabilidad.
Ing. Gina López	Área Técnica de la Subsecretaría de Calidad Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO	Bueno como lo mencione antes, le afecta el precio y el cliente lo deja de comprar sobre todo si no es una marca que está pegando o que no está siendo reconocida o que no tiene publicidad, por ejemplo sobre proyectos o pymes sociales que están hechos por una comunidad, que tiene una ayuda gubernamental, ahí dicen bueno les voy ayudar a esta empresa y lo compra, bueno al incrementarse los costos de sus productos definitivamente estas ventas bajan.

ANEXO 17: Práctica o Acciones de RS en Empresas y su Interés de Implementarlas a Futuro - Ecuador

Figura N° 3: PRÁCTICA O ACCIONES DE RS EN EMPRESAS Y SU INTERES DE IMPLEMENTARLAS A FUTURO - ECUADOR



Fuente: IDE Business School; TORRESANO Mónica, Estudio de Responsabilidad Social de empresas del Ecuador, 2012, Quito – Ecuador, pg. 25