

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Dirección de Empresas

**Análisis y propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social
empresarial**

Caso: pymes del sector de las tecnologías de información y comunicación en Quito

Paulina Marianela Flores Guagrilla

Tutor: Rubén Antonio Troya Jaramillo

Quito, 2023

Trabajo almacenado en el Repositorio Institucional UASB-DIGITAL con licencia Creative Commons 4.0 Internacional

	Reconocimiento de créditos de la obra No comercial Sin obras derivadas	
---	---	---

Para usar esta obra, deben respetarse los términos de esta licencia

Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Paulina Marianela Flores Guagrilla, autora de la tesis titulada “Análisis y propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial. Caso: pymes del sector de las tecnologías de información y comunicación en Quito”, mediante el presente documento de 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 Dirección de Empresas 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.

31 de enero de 2023

Firma: _____

Resumen

La globalización de la economía, la apertura de nuevos mercados, el cambio climático y la competitividad han obligado a las empresas a considerar dentro de sus políticas y enfoque a la responsabilidad social (RSE) como una iniciativa que mejora los procesos y contribuye al bienestar de la sociedad y del entorno. En esta investigación se propone y diseña un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector de las tecnologías de información y comunicación (TIC) de Quito. Se realiza una revisión de las guías y elementos metodológicos disponibles al respecto y una encuesta dirigida a 91 de estas pymes con el fin de conocer y diagnosticar su estado actual en cuanto al cumplimiento de las políticas y acciones encaminadas a la RSE. Se concluye que, hay deficiencias en la implementación del modelo de RSE en estas empresas y que las estrategias de modelo propuesto deben apuntar al desarrollo de aspectos como la calidad ambiental, la participación social, apoyo a los proveedores e impulso de mecanismos para el ahorro de agua, energía, residuos y de basura.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, pymes, tecnologías de la información y comunicación, medio ambiente, gestión empresarial

Dedico esta tesis al Padre celestial por siempre estar conmigo en todo momento, por protegerme a mí y a toda mi familia y porque en mis momentos de flaqueza siempre me generó la motivación para no desfallecer y culminar el presente documento.

Dedico esta tesis a mi amado esposo Mauricio quien en todo momento ha sido mi apoyo y mi compañero de vida incondicional.

Dedico también este instrumento de tesis a mis hermosos hijos, Matías y Sebastián, quienes llegaron a mi vida para convertirme en la mujer más feliz de este mundo. Siempre han sido y serán mi motor para alcanzar todas mis metas propuestas. Que este esfuerzo les sirva de referente en sus vidas para que en un futuro se motiven y sepan que cualquier esfuerzo, por más ínfimo que sea, siempre valdrá la pena. ¡Los amo hijos de mi corazón!

Finalmente, quiero dedicar esta tesis de maestría a la persona que siempre me ha apoyado en todo momento, desde su vientre, desde que di mis primeros pasos en la vida. A ti madre mía, Gloria Guagrilla, no olvides que te amo con todas las fuerzas de mi corazón y que todos los esfuerzos que he realizado en mi vida, siempre los he efectuado pensando en ti.

Tú me enseñaste a enfrentar la vida y me transmitiste ese gran ejemplo: que sea una actividad pequeña o grande que la emprenda siempre de la mejor manera y sea la mejor en todo lo que haga.

Dios te bendiga y Dios te pague madre querida.

Agradecimientos

En primera instancia quiero agradecer a la Universidad Andina Simón Bolívar por las valiosas enseñanzas que aprendí durante todos aquellos años en los cuales transité por sus aulas. Un agradecimiento especial a mi director de tesis, Dr. Antonio Troya Jaramillo, por su valiosa dirección y acompañamiento en esta investigación.

Agradezco a mi hermosa familia: Mauricio, Matías y Sebastián por su comprensión y apoyo en todo momento. Agradezco a mi querida madre por siempre estar a mi lado apoyándome en todo momento y por convertirse en un pilar importante para mi desarrollo personal y profesional.

Finalmente, quiero agradecer a mi papito lindo que se encuentra en el cielo, Marcelino Flores, porque días antes de tu partida hacia la eternidad te despediste de mí, diciéndome *adiós mi botoncito*. Aquellas palabras siempre han estado en mi corazón y han representado la fuerza intrínseca para siempre salir adelante. Pese a que no estás que físicamente a mi lado, deseo que siempre estés orgulloso de mí. En algún momento nos volveremos a ver padre querido.

Tabla de contenidos

Figuras y tablas	13
Introducción.....	15
Capítulo primero. Marco teórico: importancia, aspectos normativos y guías relacionadas con la RSE	21
1. Origen y evolución de la RSE	21
2. Definiciones, acercamiento y características de la RSE	31
3. Enfoques internacionales y académicos de la RSE y ética empresarial	37
4. Dimensiones de la RSE	43
5. Teorías de la RSE	47
6. Normas y guías internacionales	49
6.1. Norma ISO 26000 y la RSE.....	49
6.2. Indicadores Ethos-Iarse para negocios sustentables y responsables.....	54
Capítulo segundo. Diagnóstico, evolución y presentación de resultados.....	65
1. Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito	65
1.1. Código de ética	65
1.2. Cultura organizativa y gobierno corporativo	66
1.3. Diálogo e involucramiento con las partes interesadas	67
1.4. Gestión participativa	68
1.5. Balance entre familia y trabajo.....	69
1.6. Mejoramiento de la calidad ambiental	70
1.7. Mecanismos para medir, registrar, informar y reducir el consumo.....	71
1.8. Criterios de selección y evaluación de proveedores.....	72
1.9. Desarrollo de los proveedores	73
1.10. Trato justo y práctico de los costos y beneficios.....	74
1.11. Excelencia en la atención	74
1.12. Participación en la acción social	75
2. Modelo de RSE aplicable para las pymes.....	77
2.1. Análisis previo	78

2.2. Lista de chequeo de RSE	82
2.3. Análisis de las dimensiones de la RSE y sus principales beneficios	87
2.4. Objetivos, metas y destrezas para la RSE.....	89
2.5. Demarcación de políticas de la RSE.....	93
2.6. Propuesta de plan de acción	94
2.7. Éxito y aplicación del modelo	95
8. ¿Cómo practicar RSE en el país?.....	96
Conclusiones y recomendaciones	99
Obras citadas.....	103
Anexos.....	111

Figuras y tablas

Tabla 1. Desagregación de las preguntas realizadas en las encuestas	19
Tabla 2. Diálogo e involucramiento con las partes interesadas.....	67
Tabla 3. Gestión participativa.....	68
Tabla 4. Balance entre familia y trabajo.....	69
Tabla 5. Mejoramiento de la calidad ambiental	71
Tabla 6. Mecanismos para medir, registrar, informar y reducir el consumo o generación de	71
Tabla 7. Criterios para selección de proveedores	72
Tabla 8. Desarrollo de los proveedores	73
Tabla 9. Excelencia en la atención	75
Tabla 10. Participación en la acción social.....	76
Tabla 11. Resultados generales de las encuestas	77
Tabla 12. Formato de identificación de partes interesadas.....	82
Tabla 13. Lista de verificación de RSE	83
Tabla 14. Actividades y operaciones en la empresa A	85
Tabla 15. Actividades y operaciones en la empresa B	86
Tabla 16. Dimensión social de la RSE	87
Tabla 17. Dimensión ambiental de la RSE.....	88
Tabla 18. Dimensión económica de la RSE	88
Tabla 19. Consecuencias de la utilidad de los indicadores.....	89
Tabla 20. Beneficios esperados de la RSE	89
Tabla 21. Objetivos sociales	91
Tabla 22. Objetivos económicos	92
Tabla 23. Objetivos ambientales	93
Tabla 24. Propuesta de acción: modelo 1	94
Tabla 25 Propuesta de acción: modelo 2.....	95
Ilustración 1	96

Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) se refiere al compromiso voluntario que asumen las organizaciones públicas y privadas mediante el diseño, gestión y evaluación de programas que impacten positivamente el bienestar social, el medio ambiente y los recursos naturales. La RSE es un compromiso estratégico que permite, por un lado, el crecimiento económico de las empresas y, por el otro, el logro de los objetivos a partir del impacto en las relaciones sociales que involucran a las partes interesadas como son los empleados, clientes, proveedores, accionistas, ambientalistas, gobierno u otros grupos que contribuyan al crecimiento organizacional. Pese a que cada empresa debe ser sostenible y competitiva frente a sus pares, las políticas de la organización deben también apuntar a satisfacer las necesidades de los colectivos y respetar el entorno en el que se desenvuelve.

A la RSE se le considera parte de la estrategia comercial cuya implementación agrega valor y crea una ventaja competitiva. Una empresa socialmente responsable toma interés de las necesidades de las partes interesadas, busca solucionarlas y genera satisfacción e interés por parte de “los clientes, trabajadores, proveedores y la comunidad alrededor, de modo que la empresa contribuye de manera positiva hacia la sociedad, tanto de manera interna como externa, al mismo tiempo que ésta genera beneficios con relación a la competitividad a largo plazo” (Lara y Sánchez 2021, 98). La adopción de la RSE garantiza el éxito, competitividad y unicidad de una empresa a partir de los valores tangibles que generan.

Dos de los conceptos bajo el cual se desenvuelve la RSE son la ética empresarial y el desarrollo sostenible. Todas las organizaciones suelen llevar a cabo sus actividades bajo el amparo de decisiones argumentadas, técnicas y objetivas que generan la confiabilidad y la credibilidad del entorno interno y externo. Son también, decisiones sostenibles que tienen en cuenta el entorno social, ambiental, laboral, entre otros, en los que se desenvuelve, y aseguran la continuidad en el negocio. El desarrollo sostenible consiste en “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras” (Almeida y Arrechavaleta 2018, 47) mediante el uso, por ejemplo, de tecnologías limpias, economía más equilibrada y equitativa, participación amplia de todos los medios de producción, eficiencia y control en los recursos utilizados, acciones positivas en el entorno,

entre otros. Este tipo de enfoque conduce a una mayor transparencia de la información y la gestión y a la consolidación de los procesos empresariales.

En Ecuador la RSE no es un fenómeno reciente y pese a que existen ciertos avances al respecto, muchas de las empresas aún no cuentan con estrategias y políticas claramente definidas para implementar este compromiso. Hay dos momentos históricos al respecto: el primero, es la creación de la Fundación Esquel en 1998 que, siendo una organización privada, contribuye desde entonces de manera positiva en las personas creando innovación social y generando oportunidades de manera sostenible. El segundo momento ocurrió con la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres) en 2005 que es una red de empresas que promueven la RSE como valor agregado, “buscando involucrar, sensibilizar y apoyar la dirección de los negocios de manera socialmente responsable, como un mecanismo que transforme y movilice hacia una sociedad más justa y sostenible (Ceres s/a, párr. 1).

Pese a estas iniciativas, “las organizaciones aun no aceptan el reto de implementar un sistema de gestión basado en esta normativa” (Ekos 2012, párr. 2). Cerca del 73 % de las grandes empresas del país implementan la RSE como un aliado para desarrollar sus funciones y alcanzar la sostenibilidad (Ekos 2012a, párr. 1). Para septiembre 2021, por ejemplo, 21 empresas ecuatorianas se hicieron acreedoras al distintivo de ESR (Empresa Socialmente Responsable) por parte del Ceres entre ellas la Corporación Favorita C. A., el Aeropuerto Ecológico de Galápagos S. A., Mutualista Pichincha, Diners Club del Ecuador, Produbanco Grupo Promerica, Banco Pichincha, entre otras (Ceres 2021, párr. 3). Como se puede observar, son todas empresas de gran reconocimiento en el país.

Muy por el contrario, son pocas las pymes que implementan un programa de RSE pese a que constituyen el 96 % del sector empresarial y aportan el 60 % del empleo del país (Ekos, 2021). El dinamismo que las pymes le imprimen al mercado nacional no se refleja en la adopción de programas de interés social o ambiental ya que “se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, poca aplicación de la tecnología, baja división del trabajo, reducido capital, baja productividad, mínima capacidad de ahorro y limitado uso de los servicios financieros y no financieros” (Mendoza 2018, 224) lo cual impide la inversión en valores agregados. Bajo estas características una pyme difícilmente podría generar valores agregados pese a que existen excepciones como Naturisima, Camal Metropolitano del Sur y Gráficas Paola (Ibid., 226).

Teniendo en cuenta dicho contexto, esta investigación propone un modelo de gestión de RSE que las pymes del sector de las TIC en Quito puedan aplicar. Cabe mencionar que, se busca generar un plan de RSE, más no se trata de evaluar su implementación a corto o largo plazo. Entre los objetivos específicos de esta investigación se busca: 1) identificar a las pymes del sector de las TIC en Quito que han aplicado algún modelo de RSE; 2) determinar los elementos de RSE que han sido y no han sido aplicados en las pymes del sector de las TIC en Quito, y; 3) proponer un modelo de RSE para las pymes del sector de las TIC en Quito basado en los resultados de las encuestas, las guías y lineamientos internacionales.

Se ha escogido al sector de las TIC por varias razones. La oferta en servicios TIC no puede partir sin que se reconozca que el acceso a las tecnologías e información es un derecho y mandato constitucional que impacta al Estado, la sociedad civil y a las empresas. Además, el desarrollo de esta industria realiza un aporte significativo a la matriz productiva mediante la difusión de nuevas tecnologías, generación de empleos y exportación/importación de servicios (Ministerio de Telecomunicaciones, 2013). El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (2017, 38) también señala que, “la infraestructura productiva, la tecnología y el conocimiento son elementos fundamentales para fortalecer los circuitos comerciales solidarios, los encadenamientos productivos y las economías de escala capaces de dinamizar la competitividad sistémica del territorio nacional”.

En Ecuador las pymes se concentran en el área del comercio y los servicios con el 34,3 y 44,4 %, respectivamente (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] 2021, 8-10) que justamente son los dos sectores económicos en los cuales se sustenta la economía del país. En el sector de servicios, en particular, se encuentran las empresas que ofertan agua, alcantarillado, agua y saneamiento, suministros de electricidad y gas, **información y comunicación**, y salud asistencia social que justamente son las empresas de servicios con mayores ventas generaron en 2020 (Ibid., 22). Y aunque no se tiene el dato preciso a la fecha, de acuerdo a los datos del INEC para 2017 en Quito había 1749 empresas dedicadas a actividades relacionadas con la tecnología, comunicación y la innovación de las cuales el 0,92 % correspondía a la gran empresa, el 12,98% a las pymes y el 85,71% a la microempresa.

En tercer lugar, el mercado de las tecnologías impactó y aceleró la economía a raíz de la pandemia de la covid-19 que obligó a pequeñas y grandes empresas a invertir en el uso

de tecnologías, plataformas y aplicativos digitales para educación, *e-commerce*, salud, entretenimiento, *marketing* digital, entre otras. En un estudio realizado en 2020 se evidencia que la inversión en canales digitales, marketing digital y redes sociales fue necesaria y fue en aumento ante la caída de las ventas en los negocios. “La inversión en medios propios se concentra principalmente en la página Web, lo que permite inferir mayor énfasis en objetivos comerciales, respecto a estrategias de vinculación con los clientes en otros espacios virtuales como redes sociales” (Universidad Espíritu Santo, 2020, diapositiva 14).

En términos de estructura, el presente documento se compone de dos capítulos y un cuerpo de conclusiones. En el primero de ellos se realizó un abordaje histórico del origen y evolución del concepto de RSE, los elementos constitutivos y de las guías y herramientas internacionales como la norma ISO 26000 e indicadores Ethos que ofrecen elementos de la RSE para implementar en Ecuador. El segundo capítulo contiene el diagnóstico de las pymes que fue elaborado con base a los resultados de la encuesta y, en segundo lugar, la propuesta de RSE. Finalmente, se presentan las conclusiones.

Metodología

En esta investigación se revisó información bibliográfica con el fin de realizar un rastreo acerca del origen, evolución, definiciones, dimensiones y teorías acerca del concepto de RSE. Se acudió a la normativa de la Organización de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo y otras, con el fin de conocer las políticas de RSE que deberían aplicar los Estados, así como, la Norma ISO 26000 y los indicadores Ethos que ofrecen las directrices, guías y elementos más sustantivos que le permiten a una organización aplicarlas y ser más eficientes y sostenibles a nivel social y ambiental.

En relación al diseño de la propuesta de RSE es experimental correlacional, es decir, se recolectaron los datos por intermedio de la aplicación de una encuesta aplicada a las pymes del sector de las TIC en Quito y se analizaron las incidencias a partir de las directrices que ofrecen las guías Ethos y la Norma ISO 26000. Este esquema está diseñado para estudiar la frecuencia y los valores en los que aparecen una o más variables (Sarmiento 2011, 75). Cabe mencionar que, en Ecuador la implementación de un modelo de RSE no es obligatorio para las empresas por lo que no existe un marco jurídico y una regulación concreta al respecto.

La encuesta estructurada estuvo dirigida a aquellas pymes que, bajo la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) J6202.10, se dedican a actividades de planificación

y diseño de sistemas informáticos que integran equipos y programas informáticos y tecnología de las comunicaciones. Las encuestas tenían un objetivo: recolectar evidencia que permita ofrecer un diagnóstico del estado actual de las pymes en cuanto al cumplimiento de las políticas, acciones y prácticas encaminadas a la RSE.

La encuesta se estructuró en 5 temas generales que fueron determinados y agrupados luego de examinar los indicadores Ethos y Normas ISO 26000. Cada tema comprende varios subtemas que, a su vez, contiene un determinado número de preguntas, 58 en total. Los temas que mayor número de preguntas tienen son el de “público interno” con 16 y “público externo” con 17 ya que allí radica el énfasis de esta investigación. La tabla que sigue a continuación contiene el detalle técnico de las encuestas:

Tabla 1
Desagregación de las preguntas realizadas en las encuestas

Temas	Subtemas	Número de preguntas
	Colaboradores	1
Valores y gobierno corporativo	Código de ética	3
	Cultura organizativa	3
Público interno	Diálogos y partes interesadas	6
	Gestión participativa	4
	Balance entre familia y trabajo	6
Medio ambiente	Calidad ambiental	5
	Reducción de los consumos	5
Proveedores	Selección y evaluación de proveedores	5
	Desarrollo con los proveedores	4
Público externo	Trato justo	3
	Excelencia en la atención	5
	Acción social	8
	Total, preguntas	57

Fuente y elaboración propia

Respecto a la escogencia de las pymes se siguió el siguiente procedimiento. Se envió al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos una solicitud para que nos remitieran el listado de todas las empresas de las tecnologías de la información con sede en Quito. El listado remitido contenía a 1846 empresas y se ofrecían datos respecto al nombre de la compañía, la fecha de constitución, tipo de compañía, capital, dirección, teléfonos de contacto, último

balance, representante legal, entre otros datos. De este listado se seleccionó aquellas empresas que constaban bajo el código CIIU J6202.10 se dedican a actividades de planificación y diseño de sistemas informáticos que integran equipos y programas informáticos y tecnología de las comunicaciones. Se conformó, así, un banco de datos con 241 pymes (ver anexo) con información de correos electrónicos, número de contacto, direcciones y personas encargadas. Se procedió, entonces, a tomar contacto mediante un *mailing* en el cual se les presentó el proyecto de tesis, la autora, los objetivos, pertinencia e importancia de esta investigación. Se les dejaba saber sobre la posibilidad de participar en este proyecto de manera gratuita y anónima. Las pymes que evidenciaron interés o respondieron positivamente al *mailing* se les envió un segundo correo que contenía la encuesta para que en un tiempo determinado respondieran. En muchos casos tocó hacer seguimiento por llamadas telefónicas y visitas a territorio ya que no todas las pymes contestaron en el tiempo oportuno.

Luego de 4 meses de seguimiento, 91 pymes contestaron a la encuesta enviada por correo electrónico mediante el Google Forms. Por derecho al anonimato y confidencialidad no se indicará las pymes que accedieron a participar de esta investigación. La presentación de los hallazgos fue tabulada e integrada con el referente teórico y conceptual con el fin de generar mayor discusión. Posteriormente, se escogieron y se tomó contacto con 2 de estas pymes con el fin de presentar los procesos existentes y no existentes sobre RSE, conocer más de cerca cómo aplican o no este modelo de gestión empresarial y hacer recomendaciones de mejora futura. Cabe mencionar que estas dos pymes fueron escogidas de manera aleatoria y cuyos representantes demostraron disponibilidad para aplicar el modelo siempre y cuando no se publicaran sus nombres.

Capítulo primero

Marco teórico: importancia, aspectos normativos y guías relacionadas con la RSE

1. Origen y evolución de la RSE

El concepto de RSE está estrechamente vinculado a la contribución social y ambiental que realiza el sector público y privado. No obstante, es un concepto que se implementa más en la cultura empresarial privada pese a que en Ecuador hay algunos casos de empresas públicas con manejo social y del medio ambiente responsable como son Petroecuador EP, Petroamazonas EP, Ferrocarriles del Ecuador o la Corporación Eléctrica del Ecuador (Arias, 2016). La RSE se caracteriza, principalmente, por el diseño, implementación y evaluación de compromisos y obligaciones que asumen las partes interesadas a nivel social, ambiental y económico con el fin de impactar positivamente la vida de las personas. Para comprender esta aproximación conceptual es necesario retomar ciertos antecedentes sobre el bienestar social que se encuentran en la prehistoria, la historia y que se instalan en el siglo XXI.

En la Prehistoria, que dista entre la aparición del hombre y el descubrimiento de la agricultura en el año 3500 a. C., se encuentran los vestigios de una comunidad igualitaria, sin divisiones sociales ni relaciones de poder y con responsabilidades compartidas en la caza, pesca y recolección de alimentos. Estas sociedades eran matrilineales, es decir, las mujeres tenían un rol protagónico en el liderazgo político, moral y control de los medios de sustento, pero, en especial, eran sociedades “que no estaban sometidas a la autoridad masculina, [las mujeres] desempeñaban actividades y trabajos que se consideraban propios de los hombres [...]” (Pastor y Corredor 1995, 42).

La Antigüedad, que abarca desde el descubrimiento de la agricultura y hasta finales del siglo V d. C., modifica el anterior escenario pues se va a caracterizar por el surgimiento de las primeras civilizaciones (egipcia, griega y romana), las guerras de expansión territorial y una organización social formada por un rígido sistema de clases que emerge por la misma división social y sexual del trabajo y la propiedad privada (Starr 1974, 32). En el Imperio romano, por ejemplo, los ciudadanos (solo hombres) tenían una posición y status social y político privilegiado, eran los dueños de los medios de producción y de la propiedad. Tenían

la posibilidad de ayudar a las personas más pobres y desprotegidas que no eran poseedores de los mismos privilegios que los patricios y nobles. Por tanto, *hacer el bien* (redistribución de la riqueza) fue visto como un deber cívico, aunque las dádivas y contribuciones siempre se realizaron con un trasfondo político o económico, es decir, esperando reciprocidad.

Puede afirmarse que las primeras acciones “altruistas” de la historia se llevaron a cabo durante la república romana con el objetivo de obtener reconocimiento y garantizar réditos políticos por parte de los patricios: así, se garantizaban los votos para los cargos públicos de cónsul, pretor y censor. Debe destacarse que la preocupación hacia los plebeyos (campesinos, artesanos), que no generaban ingresos de forma regular y permanente, fueron paleadas por medio del llamado *pan y circo* que consistió en la estrategia del emperador para proveer alimentos (de mala calidad) y entretenimiento a cambio de mantener a las masas contestas y tranquilas, despojarlas de su sentido crítico hacia la política y ganarse su voto. Esto conllevó a la dependencia de las masas en la satisfacción de sus necesidades a la política del emperador de turno (Alvarado 2012, 27).

Con la caída del Imperio romano, el surgimiento del cristianismo y las invasiones bárbaras a Occidente inició una nueva etapa en el desarrollo de la historia de la humanidad conocida como la Edad Media o Medioevo. Este período, que transcurre entre los siglos V y XV, se caracteriza por el surgimiento y desarrollo de la sociedad feudal que tiene por modo de producción el feudo o porción de tierra para el cultivo agrícola que el Rey entregaba a sus vasallos a cambio de lealtad y una parte de la producción. Si bien, el Rey mantuvo el control político y civil a su cargo, la Iglesia mantendría el control religioso y la fe cristiana. Valores como el honor, la fe, el respeto, la nobleza y la lealtad fueron claves para mantener el sistema religioso, político y patriarcal.

La Edad Media se caracterizó por el estancamiento de los derechos políticos, civiles y económicos, y del absolutismo del Rey y la Iglesia quienes asumieron el control del sur y este de Europa, oeste de Asia y norte de África. En este período surgieron las primeras universidades (Bolonia, Montpellier, Oxford) a las que pudieron asistir los jóvenes de 14 y 15 años en adelante, los hospitales que atendieron a enfermos, ancianos y daban posada a los viajeros y las primeras ciudades como Florencia, París, Brujas (Rodríguez y Rigueiro 2015). No obstante, este período se caracterizó porque marcó el inicio de la pobreza (que se agudiza

en el siglo XVIII), la indigencia, el hambre y las desigualdades sociales entre los siervos, las personas libres, burgueses y ejército, el clero y la nobleza, el rey y sus súbditos.

La satisfacción de toda necesidad va a depender de que tan organizada y articulado estén algunos sectores sociales. Los burgueses y artesanos, por ejemplo, al escapar del control imperial, van a conformar los primeros mercados regionales y manufactureros que generaría las primeras estructuras comerciales y áreas industriales especializadas por fuera del control del rey y del orden cristiano impuesto (Milian 2015, 47).

La Edad Moderna, que transcurrió entre los siglos XVI y XVIII, significó un renacer de la vida pues retomó ciertos principios de la Antigüedad clásica, tales como, el humanismo y el cambio de mentalidad de lo teocéntrico a lo antropocéntrico. Esto implica que la causa de las cosas, la vida y la naturaleza no radica solo en la voluntad divina sino, también, en la ciencia y la razón siendo el hombre el centro de tales explicaciones. En este período al Rey y a la Iglesia se les cuestiona el uso del poder y emerge, así, la Reforma protestante que, pese a que fue un movimiento religioso va a tener por principios la apertura mental, la justicia, la libertad de conciencia y el pensamiento crítico (Várnagy 1999),

En esta etapa la agricultura y el comercio urbano y trasatlántico se convirtieron en las principales actividades económicas y una de las bases para el surgimiento del capitalismo y la consolidación de la burguesía y los artesanos como gremios. Este fenómeno dio origen a la migración de la población rural a áreas urbanas quienes buscaron mejorar sus condiciones de vida a partir de las ventajas que ofrecían las ciudades y los puertos. La investigadora María Ochoa (2015) indica, para el caso de Navarra, que también había población estacionaria que llegaba a los puertos y que grupos de mercaderes establecían redes de negocio y redes sociales tanto en el Atlántico como en el Mediterráneo que ayudaron a fortalecer sus negocios y oficios.

En este período se da la conquista y colonización sobre las Américas y el mestizaje entre grupos de europeos, indígenas y población negra. En términos sociales, la colonización implicó la llegada de millones de negros africanos a América con el fin de esclavizarlos y utilizarlos para mano de obra en las ciudades y haciendas, descenso de la población indígena ante los abusos, tratos inhumanos y enfermedades infecciosas traídas por los españoles como la gripe, la viruela, el sarampión y la fiebre amarilla. “aparte de la superioridad técnica de los españoles, los agentes infecciosos que, inadvertidamente, introdujeron en América, tuvieron

los efectos de una guerra biológica que favoreció la victoria sobre los indígenas” (Cordero 20001, 16).

En los siglos XVII y XVIII surgieron los primeros gremios de obreros que estaban en desacuerdo frente a las jornadas laborales extensas, los tratos inhumanos y los bajos salarios. “La clase obrera surge por tanto de las entrañas de la industrialización, así pues, su proceso de construcción social y cultural vendrá marcado por las relaciones de explotación y dominación que les unen y a la vez les someten a los intereses económicos de la burguesía” (Medina 2014, 152). También surgieron las primeras instituciones benéficas dirigidas por la burguesía quien le arrebató el monopolio de la caridad y las cofradías asistenciales a la Iglesia. “La fundación de hospitales por parte de la elite urbana adquiere una motivación de orden ético-religiosa, fruto de la predicación de la pobreza evangélica y de las aspiraciones de reconocimiento social de un linaje, cuya memoria se perpetúa con el establecimiento benéfico” (León 2013, 296-7). Este tipo de medidas de protección social tiene por contexto la secularización (paso de la vida religiosa a lo civil) de la vida, el individualismo y la organización.

La Edad Contemporánea, por su parte, se extiende desde finales del siglo XVIII y hasta la actualidad. Comprende las revoluciones económicas, sociales, científicas y culturales más importantes por las que ha transitado la humanidad: en 1760 la Revolución industrial, en 1766 la independencia de Estados Unidos, en 1789 la Revolución francesa, Revolución haitiana en 1808, las guerras de independencia en América Latina durante la primera mitad del siglo XIX. Estas revoluciones condujeron a cambios importantes en los modelos estatales, políticos, sociales y económicos, se instauran los sistemas parlamentarios (sin privilegios) y surgen las ideas de libertad, justicia y fraternidad como lema ante la tiranía, el absolutismo monárquico y el retorno del pueblo al Estado (Velasco 2015, 76).

Con la llegada de la Revolución industrial se produjeron transformaciones como el surgimiento de la máquina de vapor, los ferrocarriles, los primeros vehículos, la medicina moderna (vacuna contra la viruela), la electricidad, la vida urbana (teatros, los parques). Así, Gran Bretaña se convirtió en la capital mundial de la economía durante los siglos XVIII y XIX pues logró consolidar y controlar parte del tráfico marítimo y comercial del Atlántico en los puertos de Felixtowe, Liverpool y Londres.

La Revolución Industrial es la cuna del derecho laboral, de la cual se derivan ciertos cambios que persisten en la actualidad: surge la clase media, el sector obrero y las primeras organizaciones sindicales en todo su esplendor que pugnaron por la protección del trabajo infantil, la reducción de la jornada laboral, mejores condiciones en los puestos de trabajo como higiene y salubridad. Pero estas conquistas son el resultado de una lucha histórica que parte de la confrontación de clases entre la burguesía y el proletariado, es decir, entre los dueños de los medios de producción (capitalismo explotador) y la mano de obra asalariada. Marx y Engels (1948) ya habían señalado que la clase obrera era la más oprimida y a la vez, la única realmente revolucionaria capaz de defender sus intereses y lograr un cambio en el modo de producción.

Por otro lado, de los tres principios de la Revolución francesa – libertad, igualdad y fraternidad – el que mayor relación guarda con la protección social es la fraternidad ya que aborda el afecto y el trato igualitario entre hermanos y pueblos. De hecho, este ideal político se refiere, según Cabanellas (1993, 152), a la armonía y unión entre naciones y hermanos, el fortalecimiento de las relaciones pacíficas, cordialidad en las relaciones humanas y prácticas altruistas. Así, la protección o asistencia social ya no estaría en manos de la iglesia (como en la Edad Media) o de la burguesía (como en la Edad Moderna), sino, en manos de un Estado benefactor que asume dicha responsabilidad.

Solo unos pocos sistemas están inspirados en la fraternidad ya que es un concepto que se refiere a los derechos de los pueblos, de la naturaleza, de la paz y la solidaridad (Collins 2013, 69). Para llegar a la fraternidad es necesario, en primer lugar, crear las condiciones que sustenten la formación del compromiso social (Epstein 2012, 74). Pacheco (2014, 114), por su parte, considera que la fraternidad debe tener un sentido más natural, es decir, debe haber voluntad y ser compatible con la idea de no tener grandes ventajas económicas a menos que estas ventajas sean para beneficio de quienes no las tienen.

La modernidad capitalista y el crecimiento de las ciudades (que trajo consigo oleadas migratorias y crecimiento demográfico) también generaron pobreza y discriminación frente a un Estado que, pese a que entregó derechos y libertades a los ciudadanos de primera clase no supo canalizar los intereses de la población pobre y étnicamente diversa. Esto sucedió en los países de América Latina donde las guerras de independencia solo buscaron un cambio en el sistema político a partir de la idea de libertad, y no la igualdad entre todas y todas. Por

tanto, era una ciudadanía excluyente donde la población negra siguió siendo esclavizada y la población indígena siguió tributado y pagando impuestos.

El Estado del siglo XIX se vio impedido para proteger a las clases pobres, de hecho, “la asistencia pública en la práctica fue muy limitada, beneficiaba a pocas personas y se caracterizaba por marcadas desigualdades y exclusiones” (Arrom 2016, 208). No obstante, es un período de contrastes ya que, mientras la Iglesia pierde terreno en este plano, el Estado lo gana, pero excluye a las personas, se va a consolidar un sector no oficial, asociaciones de voluntarios y de individuos filantrópicos que van a brindar ayuda a los sectores necesitados (Ibid.). La clase obrera y artesana decidió organizarse en asociaciones y sindicatos, núcleos de resistencia ante la indiscriminada explotación a la que eran sometidos (Escudero 1997, 75).

Uno de los primeros pensadores económicos que advirtió el rol de las empresas en la gestión social fue Adam Smith quien planteó que la economía debía ir más allá del beneficio mercantil e instalarse en la naturaleza humana. Argumentaba que la economía debe dejar de lado el egoísmo y los intereses, ser filántropa, es decir, propugnar por la justicia social y que los empleadores paguen un salario justo a sus trabajadores que les permita vivir tranquilos y sin preocupaciones, en un ambiente de paz y armonía. En su trabajo titulado *El estudio de la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, Smith planteó que los recursos deben distribuirse equitativamente ya que las grandes riquezas, al estar en manos de unos pocos, genera desigualdades sociales y económicas.

También se encuentra Robert Owen, empresario galés, que consideraba necesaria la intervención más activa de la empresa y el Estado en la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores. Owen, quien implementó por primera vez estas políticas y lineamientos a su empresa, propuso un “nuevo mundo moral” basado en las cooperativas de trabajadores que tuviesen a cargo la producción y distribución a su cargo. Entre las medidas ejecutadas por Owen se encuentra,

- El marcado interés por la naturaleza (principio básico moderno de la sustentabilidad no solo de la empresa sino de la vida misma), sin que esto fuese un impedimento a la industrialización.
- La fuerte tendencia a generar políticas cooperativistas y de organización comunitaria, y a organizar un movimiento laboral británico, con un gran sindicato nacional unificado, en el que se evidenciara cómo la estructura económica y social podía modificarse de conformidad con las leyes de la ciencia social [...]

- Además, Owen se preocupó por darles casa a sus trabajadores, así como por suprimir las labores penosas y mantener el salario en épocas de reducción de ventas.
- Desarrolló un generoso esfuerzo a la creación de una sociedad ideal y perfecta, en la que el ser humano se relacionase en paz, armonía e igualdad, basado casi siempre en el principio de educación y capacitación para entender y aportar. (Almanza, Pulido y Tamayo 2018, 72)

Las primeras huelgas y protestas masivas de trabajadores ocurrieron en Chicago, una de las ciudades más industrializadas de Estados Unidos, en 1886 que terminó con 60 heridos, la condena a muerte de 5 trabajadores, 3 de ellos recluidos en la prisión: más de 350 000 trabajadores reivindicaban el descanso dominical y jornada laboral de 8 horas si se tiene en cuenta que en Chicago se trabajaba hasta 14 horas diarias. Estos hechos dieron origen a la conmemoración del Día Internacional de los Trabajadores el 1 de mayo.

Christopher Hill (2018, 124) explica que este tipo de estallidos sociales emerge en el seno de los intereses de los burgueses, élites de poder y propietarios de fábricas quienes, en su afán de generar ganancias e individualismo, omitieron el cumplimiento de los derechos de los trabajadores. De hecho, las primeras discusiones sobre la responsabilidad social surgieron a finales del XIX en Estados Unidos “cuando el gobierno empezó a regular las acciones de los negocios, resultando en leyes dirigidas a influenciar la conducta de las empresas” (Abreu y Badii 2006, 55).

Una de las primeras constituciones con sentido social fue la de México en 1917 que aún procura el bienestar del pueblo mexicano al establecer derechos para los asalariados y campesinos, derecho al trabajo, la tierra, seguridad social, libertad de credos, entre otros. Al mismo tiempo, en 1919, la Constitución de Weimar, en Alemania, aplicó los principios del Estado social de derecho y amplió el rango de los derechos económicos, sociales y políticos como la libre afiliación, libertad de cultos, derecho a la educación, libertad de empresa, entre otros (Almeida y Arrechavaleta 2018, 52).

No obstante, la responsabilidad social empresarial (RSE) emerge en las tres primeras décadas del siglo XX bajo la figura de la “filantropía empresarial” y en el siguiente contexto: 1) la Primera Guerra Mundial, empresas ofrecieron asistencia, apoyo humano, recursos y emplea a aquellas personas que se vieron afectadas por la guerra; 2) la Gran Depresión de 1929, “surgieron nuevas leyes que describieron y ampliaron la función de las empresas para proteger e incrementar el bienestar general de la sociedad” (Schwalb y García 2003, 13-4)

mientras que, algunas empresa crearon fondos corporativos para mitigar el impacto de los bajos salarios y la pobreza; 3) la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresa, agrupaba a empresarios cristianos “con el objeto de transmitir los valores cristianos a la práctica empresarial. De esta manera, se esperaba replantear los valores y la ética empresarial en el contexto de la gran crisis económica que atravesaba el mundo desarrollado” (Ibid., 14).

Finalizada la Segunda Guerra Mundial en 1945 el mundo se encontraba en caos, con destrozos financieros y sociales, con una producción agrícola e industrial desplomada, con millones de muertos, heridos y desplazados. El mundo tenía que reconstruirse por si mismo. Instancias de derecho internacional como la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la Organización de Estados Americanos (OEA) surgen en la década de 1950 para avocar por la paz y seguridad internacional, el progreso social y la protección de los derechos humanos. La Asamblea de la ONU en 1948, por ejemplo, concibió a la Declaración Universal de los Derechos Humanos en cuyo Preámbulo reconoció los principios de la dignidad e igualdad de derechos para hombres y mujeres y el derecho a los servicios sociales, la sana alimentación y asistencia médica.

En 1953 Howard Bowen, futuro padre de la RSE, propone en su libro titulado *Social Responsibilities of the Businessman*” las bases que ayudarían a las empresas a superar esta crisis global. La propuesta era clara: los empresarios debían tomar decisiones que apuntaran a cumplir los objetivos y satisfacer las demandas sociales como una medida que ayudaría a contrarrestar los problemas económicos que había dejado la guerra. Se pueden alcanzar y recuperar los beneficios económicos si las empresas cumplen las buenas prácticas y adoptan objetivos sociales mucho más amplios (Ospina y Sotelo 2013, 66). La autora María Herrera (2011, 76) considera que la RSE tuvo notable desarrollo entre 1950 y 1970 cuando, en el marco de la guerra de Vietnam, las empresas – que venían de experimentar los efectos de la Segunda Guerra Mundial y para no repetir los efectos negativos de una quiebra – exigieron a sus trabajadores mayor compromiso social y laboral (Herrera 2011, 76).

Keith Davis, profesor de la Universidad Estatal de Arizona, en 1960, sostuvo que las empresas tienen una gran influencia en la población y el medio ambiente, por ejemplo, en el fomento de empleo digno de los grupos históricamente excluidos. También propuso que debe existir canales de diálogo e interacción entre las empresas y la sociedad, que los costos de los

servicios deben ser muy bien calculados para no perjudicar a los más pobres y que todas las personas deben colaborar en las actividades sociales de las empresas (Davis, 1960).

Para 1961 surge la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) que, conformado en ese entonces por 20 países de Europa y Norteamérica, abogaron por la liberalización de la economía, pero con un trato justo y no discriminatorio por parte de las corporaciones multinacionales hacia las personas y trabajadores. En dicho acuerdo se establecieron los principios rectores y estándares para que las prácticas comerciales cumplan con las leyes aplicables de cada país (entre ellas, la rendición de cuentas de las empresas). Este Acuerdo fue ratificado en 2020 mediante la Declaración sobre Inversión Internacional y Corporaciones Multinacionales.

Para esta década ya se hablaba de la teoría de las partes interesadas que establecía un vínculo mancomunado entre empresarios, proveedores, clientes y sociedad en aras de obtener mejores y mayores ventajas competitivas empresariales. Esta teoría fue refutada por Milton Friedman (1999) en 1960 quien se manifestó que la única función del sector empresarial es que los accionistas generen ganancias. En este momento surge la producción académica en el campo de las ciencias administrativas que empieza a preguntarse por los principios que deben orientar a una empresa, por la ética empresarial y el talento humano.

Puede decirse que la ética empresarial, como elemento de la responsabilidad social y del clima laboral se desarrolla en el contexto de las revueltas estudiantiles, ambientalistas, de trabajadores, mujeres que propugnaban, entre otros elementos, por la igualdad, el respeto y la garantía por los derechos humanos. En la década de 1980, surge el concepto de inversión social (en salud, trabajo, vivienda y educación) en el contexto de la consolidación de las grandes metrópolis y capitales, la economía mundial y el desarrollo posindustrial. Problemas como la pobreza, la carencia de servicios públicos, analfabetismo y falta de empleo se hacen visibles, sobre todo, en ciudades de América Latina y África. En la década de 1990, bajo el escenario de las políticas neoliberales, se consolidó la RSE bajo la premisa de que la ética empresarial es imposible sin una ética cívica. Esto dio origen al concepto de “ética aplicada” que aborda los principios éticos frente a cuestiones concretas de las acciones humanas.

En lo transcurrido del siglo XXI la globalización, el gobierno corporativo, el modelo de producción capitalista, las tecnologías de la información y comunicación y los códigos de conducta organizacional son conceptos que han nutrido el andamiaje de la RSE. Tres hechos

internacionales y puntuales han fortalecido la discusión de la RSE: en primer lugar, en 2001 con la publicación del *Libro verde: promoción del marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* a cargo de la Unión Europea que sugirió a las empresas europeas e internacionales que incorporen en sus agendas el debate de las políticas de desarrollo y del crecimiento inclusivo y sostenible (Comisión Europea 2001, 64).

En segundo lugar, la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas en Ginebra de 2000 en la cual se sostuvo que las empresas deben cooperar y brindar soluciones a problemas sociales estructurales como el analfabetismo, la pobreza y la crisis ambiental mediante la RSE. Esta labor debe ir a favor de la promoción de los derechos humanos, las normas laborales y la lucha contra la corrupción en las actividades comerciales. En tercer lugar, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 2006 planteó que las corporaciones y multinacionales no deben ser ajenas a las políticas sociales. El progreso económico de una nación dependerá de que tan preparados estén los gobiernos para agendar y elaborar leyes y políticas de bienestar y generar sinergias entre los actores que conduzcan a superar las brechas y desigualdades. En definitiva, lo que busca la RSE es respetar y dar cumplimiento de los derechos humanos que ya no solo están en manos del Estado, sino también, de la empresa privada. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas de 1999 estableció que estos derechos son:

Derechos humanos

Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.

Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.

Trabajo

Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.

Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.

Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.

Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Medio ambiente

Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.

Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno (Naciones Unidas 1999, página web).

En países como España, por ejemplo, el Real Decreto 221/2008 crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas adscrito al Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales. Esta ley ha tenido un fuerte impacto ya que el tejido empresarial se ha vuelto más sólido justamente por su apoyo a los colectivos vulnerables. Educación, empleo y salud son los principales campos de acción de este sector. Durante la pandemia del covid-19 las empresas españolas lideraron distintas estrategias de acción dirigidas a los pacientes, familiares, estudiantes, migrantes, empleados y al personal médico. Otra de las aristas de la RSE es que guarda relación con los proyectos culturales o educativos, y con las campañas de *marketing* dirigidos a ciertos tipos segmentos poblacionales (Pérez, Espinoza y Peralta 2016, 135).

2. Definiciones, acercamiento y características de la RSE

No existe una definición exacta de RSE, sin embargo, algunos acercamientos teóricos y conceptuales reflejan que dicho concepto ha sido abordado por varias disciplinas, enfoques y teorías desde su dimensión metafísica, ética, administrativa-económica y jurídico-social. No se debe olvidar que las empresas se mueven en escenarios complejos como el capitalismo financiero, la desregulación de la economía y la globalización de los mercados que hacen que dicho concepto se ajuste a las realidades y tenga ciertas particularidades que depende de cada caso en concreto. No obstante, y por lo visto en el acápite anterior, la RSE se caracteriza por tres elementos: “1) la responsabilidad es una cualidad del vínculo entre sujetos racionales 2) de naturaleza social 3) en busca de un fin realizable en común” (Preziosa 2005, 43).

A estos elementos se le puede sumar el trabajo voluntario de las partes interesadas, de modo que, la RSE no es una obligación para cumplir con las metas y estrategias. De hecho, Gómez (2011, 70) apunta a que hay tres elementos más que caracterizan a la RSE: 1) los dominios en los que se desarrolla (económico, ambiental y social); 2) los grupos de intereses o las partes interesadas, y; 3) la voluntariedad de las actividades que se vinculan a las políticas de la organización.

La RSE es un concepto relativamente nuevo que surgió, como se vio anteriormente, en las sociedades de principios del siglo XXI ante la preocupación por los impactos que la globalización económica y las guerras mundiales generaban en el mercado laboral, el medio ambiente y aumento de las brechas y disparidades sociales. En América Latina este concepto

llegó fue tardío: la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal, 2004) destaca que en Argentina la RSE llegó con la crisis económica de 2001, en Brasil en la década de 1960, en Chile en 1998 con la llegada de la Fundación Pro Humana y en México en la década de 1990. No obstante, puede decirse que la RSE se consolidó de manera paralela que lo hicieron los sistemas financieros globales y la demanda de una nueva visión empresarial que resultaba en una mayor conciencia acerca de la producción y del talento humano.

Pareciera, entonces, que la RSE es el resultado de políticas capitalistas y neoliberales que no han surtido efectos en el bienestar de la población. Vélez y Cano (2016) sostienen que en la actualidad hay empresas que siguen considerando a la rentabilidad como parte de sus objetivos y dejan de lado el bienestar de quienes colaboran y ayudan en la construcción de los logros empresariales. Para estas empresas, toda acción que vaya a favor de promover la RSE perjudica a los intereses e inversión realizada por el gremio empresarial, razón por la cual, la responsabilidad social le compete y debe ser financiada y sostenida por los Estados de derecho que son, en últimas, los hacedores de políticas sociales. Para Friedman, Murray y Montanari, Porter y Kramer, el tema social es incompatible con la naturaleza de cualquier empresa (Vélez y Cano 2016).

En 1999 Milton Friedman en su libro titulado *La economía monetarista* sostuvo que la RSE era un error del sistema y que la naturaleza de toda economía consiste en ser libre. Para este economista, la responsabilidad social recae en los individuos y no en las empresas, y que la única obligación de estas es producir, aumentar la riqueza y no solventar las carencias y necesidades de los demás (Friedman 1999, 69). Esta posición es utilitarista ya que propone, en síntesis, que los beneficios empresariales sean del goce de los socios y no sea compartida o redistribuida con las otras partes. Beneficios que pueden lograrse con un acertado plan de mercadotecnia (*marketing*) como parte de las estrategias comerciales (González 2014, 79).

En la actualidad la mercadotecnia es estratégica: ayuda a crear campañas de impacto acerca de los bienes y servicios ofertados por las empresas mediante el uso de *blogs*, redes sociales, activos digitales y de marca que se posicionan en la mente de los consumidores. En este sentido, la mercadotecnia puede ayudar a las empresas a vender y captar más clientes, a recuperar la inversión y lograr capitalizar los resultados, o, por el contrario, vincular a las partes interesadas como un valor agregado de intercambio social y humano (Barroso 2010).

Toda empresa puede gestionar sus recursos de mercadotecnia con información estratégica de acuerdo a sus necesidades y con recursos dirigidos para algún segmento poblacional. Debe,

[...] orientarse a detectar las necesidades y deseos de las personas y ofrecerles, de manera responsable, los productos y servicios que puedan satisfacerlos de manera atractiva para que libre y voluntariamente deseen adquirirlos, lo que es diferente a la idea de manipular al cliente ofreciéndole satisfactores que no requiere, pero que generan utilidades al negocio, lo cual es faltar a la ética y a la reputación de la empresa (Ibid., 5).

Tales resultados son fuente de conocimiento e información para la empresa. Cancino y Morales (2008) afirman que la gestión de este conocimiento está respaldada por acciones responsables basadas en oportunidades para crear, modificar, combinar o integrar nuevos recursos para las partes interesadas. Por tanto, la mercadotecnia requiere de un conocimiento específico sobre la gestión de los recursos internos, del medio ambiente, de los valores de la empresa y de las preocupaciones sociales. Los empresarios deben preguntarse ¿qué puede hacer para solventar esta necesidad? y ¿cómo puedo desarrollarlo?

La gestión del conocimiento implica, en primer lugar, que todas las personas sepan cuáles son sus responsabilidades y cómo puede ayudar desde su lugar de trabajo a mejorar a la organización y cumplir con las metas trazadas. Implica, también, que la información sobre las políticas de la empresa sea de conocimiento de los accionistas, empleados, proveedores, subcontratistas y clientes, esto facilita la mejora en el desempeño y sus capacidades (Cancino y Morales 2008, 42). Esto les permite “promover el conocimiento dentro de las organizaciones y se propicie con ello el cumplimiento de metas impulsadas por las presiones ejercidas tanto por los involucrados internos como los externos” (Rojas, Rosetti, Coronado 2021, 645). El conocimiento es la primera práctica para transformar a las organizaciones.

Porter y Kramer (2006) sostienen que es posible implementar iniciativas de RSE que vayan de la mano con los intereses económicos de los empresarios. Basta con recordar que el éxito de toda empresa depende del consumidor, de la imagen que tiene del producto, si lo consume o no y si volvería a adquirirlo. Si una compañía no usa su poder social perderá su lugar: un cliente satisfecho respalda y apoya a sus empresas aun cuando estas se encuentren en crisis (Larrea 2014, 94). No se trataría de una estrategia de *marketing*, sino, de generar valor agregado, de planificar los recursos para que el impacto social sea sostenido y perdure.

Esto garantiza, además, que los recursos que se invierten aparezcan como inversiones y no como un gasto presupuestado (Porter y Kramer 2006). Estas acciones son esenciales porque también contribuyen a generar recordación e impacto de la marca a largo plazo y es algo que les interesa a las empresas. Por ende, todas las acciones socialmente responsables actúan como una ventaja competitiva ya que el éxito no dependerá del mercado, sino, de la confianza que obtenga la empresa con sus proveedores y clientes (Cannon 2010, 112). No hay que olvidar que, las organizaciones interactúan diariamente con problemas que se asocian a la globalización (escasez de materias primas, encarecimiento de los transportes) y que impactan directamente en los hábitos y consumo de la población.

Desde una dimensión regulatoria, la RSE se caracteriza por apoyar el cumplimiento de los derechos y políticas estipuladas en la ley y la norma (salud, vivienda, medio ambiente, servicios médicos) (Cancino y Morales 2008, 103). En todo caso, la RSE no es la misma en todos los países tanto, por el nivel de desarrollo de los mercados empresariales, como por el marco legal, la legislación, el desarrollo económico e intereses de las partes. “Las Pymes en Latinoamérica apoyan iniciativas de educación y a poblaciones pobres y vulnerables mientras que las Pymes europeas se centran más en actividades culturales y deportivas porque los demás asuntos (educación, salud, pobreza, etc.) están relativamente bien cubiertos por el Estado de bienestar” (Peinado 2011, 79).

Lo que propone Velasco (2015, 81), en este sentido, es la creación de un marco común regulador que delimite y clasifique las acciones de RSE con obligaciones y multas para las empresas en caso de incumplimiento. Esta propuesta tiene, quizás, una dificultad y es que la RSE pasaría de ser voluntaria a obligatoria, sin ahondar en la creencia de que esto representa un límite o freno para que las empresas prosperen comercialmente (Vega 2012, 59). Valdría la pena analizar qué tipo de incentivos y comportamientos generaría un marco regulatorio y que motivaría a las empresas a cumplir o no con este tipo de responsabilidad en el marco de un comportamiento ético. En todo caso, el marco regulatorio debería brindar autonomía a las empresas para que tomen decisiones conforme a sus ingresos económicos ya que la RSE representa ciertos costos que muchas veces son difíciles de sufragar.

Además, el poder político y social es otro de los factores que interviene y coadyuva en la RSE. “Las lógicas empresariales, las lógicas estatales y las lógicas sociales son operadas, por lo general, de manera rígida, lineal y autorreferencial por los actores que les dan sentido,

es decir los empresarios, los políticos y los referentes sociales, respectivamente” (Carvalho, Ledesma, Mac y Daffunchio 2012, 5). También depende de la capacidad de agencia y gestión que tenga la empresa para “cabildar” ciertos requerimientos dentro de la esfera pública que le permita impulsar ciertos intereses, tales como, “el diseño de la agenda pública y el seguimiento de la actividad legislativa para monitorear los intereses particulares e incidir en los generales” (Velásquez 2020, 2). De esta capacidad dependerá la cooperación y beneficios sociales que pueda obtener una empresa sin que esto implique algún tipo de clientelismo político. Los exponentes de esta teoría son Davis, Donaldson y Dunphy, Wood y Lodgson (Pérez 2012, 44).

Entre otras características, López, Ojeda y Ríos (2017, 66) explican que la RSE está vinculada a la confianza que es una cualidad o creencia que permite aumentar el interés de los socios y de la sociedad hacia la empresa con base en las acciones y los valores que esta última profesa y práctica. Además, una empresa puede medir la confianza en sus productos por medio del optimismo y la expectativa del consumidor. La protección al medio ambiente, el desarrollo de proyectos sostenibles, las políticas laborales y los acuerdos sociales son otras características tangibles que le permiten a una empresa conocer la satisfacción de un cliente (López, Ojeda y Ríos 2017,66) junto a la transparencia y la responsabilidad operativa y colectiva como capital intangible y de valor.

La responsabilidad operativa se refiere al desempeño de los procesos. Implica estar atentos a la gestión del sistema, la seguridad industrial, la protección del medio ambiente, el trato justo hacia los empleados, la satisfacción del cliente y una cadena de suministro ética. Por su parte, la responsabilidad colectiva se refiere a la actuación solidaria con el entorno y la comunidad en aras de reducir las desigualdades, brindar apoyo y asistencia social, garantizar el respeto de los derechos humanos, establecer contactos y redes de apoyo con la comunidad, entre otros.

Para lograr la confianza hacia la empresa es necesario una cultura organizacional con bases sólidas y humanas, algo que se suele denominarse “ciudadanía empresarial” (Cancino y Morales 2008). Esto significa que la confianza es el resultado de todos los procesos éticos y organizacionales y que incluyen en la imagen de la compañía. También, “se trata pues de comprometer a las organizaciones en su responsabilidad con los objetivos del milenio, de mejorar los procedimientos, las técnicas y los medios en los procesos de producción, con el

cambio climático, con la reutilización de materias primas, con el desarrollo sostenible y la eco eficiencia de la producción” (Otálora 2020, 300).

Larrea (2014) había planteado que estas políticas parten de un contrato social donde hay obligaciones y deberes entre la empresa y las partes interesadas. No es fácil construir estas reglas pues, como se dijo anteriormente, dependería del contexto sociocultural, de los aspectos técnicos, financieros y regulatorios de la gestión y del tipo de intereses en el medio. En todo caso, la RSE deriva de una negociación consensuada que se instala en dos niveles: contrato micro social y contrato macrosocial (Larrea 2014, 56).

El primero se refiere a un acuerdo entre actores (estudiantes, asociación de vecinos, gremio de trabajadores) que comparten intereses de algo en común (cursos de capacitación, pavimentación de una calle, seguridad privada). Por su parte, en un contrato macrosocial se establece una política de largo alcance, con obligaciones más profundas entre las partes que incluye aspectos más administrativos, legales y de planificación (un plan con enfoque de género, una política de no discriminación, entre otros). En todo caso, la RSE tiene un sentido subjetivo cuando se plantea como una acción voluntaria que parte de los acuerdos entre las personas.

Lo que establece la teoría administrativa es que estos acuerdos deben respetarse, entre otras cosas, porque tienen por fundamento el resolver las necesidades insatisfechas e influyen en el logro de los objetivos empresariales. Así, las empresas están llamadas a contribuir al bien común porque son el principal mecanismo y agente de transformación de la economía, contribuyen al desarrollo y mejoran la calidad de vida (Maestre, Ramírez y Romero 2017). Aunque claro, las partes interesadas también influyen en el desarrollo de estas actividades y proyectos (Marcus 2015, 128) si se parte de la idea que cada persona aporta, desde su lugar y trabajo, valor y bienestar común. Duque (2014, 88) considera que las personas influyen en las metas de la organización ya que la esencia de las relaciones sociales es la interacción y la búsqueda de bienestar que es la base de la RSE. En resumen, la empresa no puede responder y contribuir a la RSE si no tiene de lado a los distintos públicos que marcan la pauta de las necesidades a resolver (Bancí Interamericano de Desarrollo [BID] 2007, 64).

Por ende, la principal contribución de esta teoría administrativa es el reconocimiento de que todas las empresas cobijan a partes interesadas y que las actividades de cada persona influyen positiva o negativamente en la imagen empresarial. Por ende, la prosperidad de toda

empresa es posible si se aplican cinco principios, estos son: la supervivencia económica, la cooperación en el trabajo, la cooperación fuera de la sociedad, las actividades sociales y su vinculación con niveles de gobierno (Marí 2016, 75). Esta visión de aleja de la propuesta de Friedman en la que el objetivo de toda empresa es generar utilidad.

Por último, otro acercamiento a la RSE puede hacerse desde la ética empresarial que es un sistema de valores de buena conducta cuya implementación garantiza que los gerentes o líderes empresariales tomen buenas decisiones, amparadas en las políticas empresariales, y que no perjudiquen a la empresa, empleados y partes interesadas (Rubio 2016, 53). Todas las decisiones éticamente responsables “evitan el comportamiento socialmente perjudicial y que los deberes discrecionales están dirigidos a la promoción e implementación voluntaria y no planificada de acciones caritativas en la sociedad” (Carrera 2021, 24). La aplicación de principios dentro de la organización no permite que existan actitudes y acciones que vayan en contra y comprometan la efectividad de los planes y programas de RSE.

3. Enfoques internacionales y académicos de la RSE y ética empresarial

La ONU durante el Foro Económico Mundial de 1999 estableció que la RSE es una medida para contribuir a los efectos nocivos de la globalización. Igual fue la consideración de la Unión Europea en la Cumbre de Lisboa en 2000 y cuyo resultado fue la publicación del *Libro verde*. Es claro que para lograr la sostenibilidad es necesario que exista cohesión entre las partes interesadas, pero también, de una decisión autónoma y responsable por parte de la empresa con miras a satisfacer los intereses básicos de la población. Por ejemplo, cuando la Comisión Europea estuvo en la década de los 2000 definiendo sus valores comunes en la Carta de los Derechos Fundamentales contó con el respaldo de un número amplio de empresas que apoyaron la iniciativa y reconocieron que las empresas deben adoptar un plan estratégico de RSE que incentive el cumplimiento de los derechos de las personas.

Esta responsabilidad se dio a conocer a todos los empleados y, en general, a los socios de las compañías quienes consideraron que este modelo representaba una gran oportunidad para crecer de manera horizontal, donde todas las personas recibieran beneficios sin ningún tipo de impedimentos. Desde entonces, las empresas europeas tuvieron un mayor éxito en la gestión de los recursos humanos, salud y seguridad, adaptación al cambio, inversión social, entre otras, frente a aquellas que no implementaron estas medidas. La Unión Europea busca

“convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, punto 6).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) también apunta a que la RSE es sistemática y no ocasional, es el reflejo de cómo las empresas proyectan sus actividades, objetivos, principios y códigos de conducta con base en el talento humano y el diálogo social. La RSE mejora la calidad de sus procesos internos y las relaciones con otros actores sociales, y “no reemplaza el papel que desempeñan las autoridades públicas, ni a la negociación colectiva, ni a las relaciones de trabajo” (OIT, 2010). Este enfoque implica, necesariamente, que la RSE depende del colectivo empresarial, apunta al desarrollo sostenible, sin olvidar que: “Aunque no son vinculantes para las empresas, los principios dimanados de los convenios de la OIT pueden servir de guía para el comportamiento de las empresas” (Ibid.).

No menos importante es la Norma Internacional ISO 26000 que define a la RSE como una nueva manera de hacer negocios asociada con la globalización de la economía, derivada de la convicción de que la innovación es necesaria para garantizar la competitividad y la sostenibilidad de una empresa. Esta guía brinda elementos valiosos para la planificación, gestión y comunicación interna/externa de cualquier empresa mediante el compromiso social y ético; fomenta y apunta al desarrollo sostenible y; sostiene que el éxito de una empresa dependerá de cómo se atienden los requerimientos de los consumidores (ISO 26000 2013). Sobre esta guía se volverá más adelante ya que contiene elementos que son vitales para el funcionamiento viable de la RSE.

Entre los académicos que han realizado algún aporte a este tema se encuentra Tom Cannon (2010, 123) para quien la RSE debe estar adherida a las leyes nacionales y acuerdos internacionales para que puedan generar valor agregado a las empresas. Navarro (2016), un poco contraria a esta posición, propone que la RSE es una herramienta de la gestión asociada a la ética empresarial anclada a la conducta de los negocios. Esto implica que las empresas deben tomar decisiones éticas amparadas en la negociación, en la voluntad para dialogar, negociar y superar las necesidades (Navarro 2016, 70). Para Rubio (2016, 56) se trata de una obligación legal y no de un compromiso moral o ético de las empresas.

Maestre, Ramírez y Romero (2017, 39) se adhieren a la idea de que hay situaciones coyunturales que precisan del apoyo de los empresarios a ciertas personas e individuos en

momentos de crisis o emergencia. Una empresa debe tomar acciones estratégicas en aquellos momentos en el cual se precisa del apoyo a ciertos grupos sociales. Este tipo de situaciones de emergencia, que no se planifican ni constan en un plan empresarial, hace que la RSE no sea estativa, ni precisa ni definida ya que su capacidad de agencia dependerá de cómo se ajusta al contexto, a las situaciones y necesidades y ayuda a mitigar el impacto. Lo importante es que la RSE implemente un plan de apoyo en momentos y situaciones específicas (Gómez 2011, 80).

Por tanto, la adopción de un enfoque corporativo y responsable del impacto social y ambiental es la nueva visión de los negocios del siglo XIX que no puede desconocerse y es lo que han dicho las instancias internacionales. Las empresas deben estar abiertas y lograr un equilibrio entre los distintos grupos que demandan intereses comunes (Vega 2012, 45), no se trata de suplir las obligaciones del Estado, como bien lo sostiene la OIT, sino, que la inversión económica vaya precedida de un enfoque social y ambiental que garantice el éxito de la organización. El bienestar de las partes interesadas garantiza la motivación, las ganas y el empeño en los puestos de trabajo.

La RSE es un acto humano con bases altruistas. Como concepto se vuelve resistente, es flexible con el tiempo. Su alto valor simbólico y cultural lo convierte en un referente que puede ser implementado desde distintos enfoques y disciplinas como el derecho, el medio ambiente, la gestión de riesgos, la comunicación y las tecnologías, relaciones internacionales (González 2014, 72).

Jesús Marí (2016, 66) enfatizó que “el concepto de responsabilidad social es muy probable que se refiera a una forma de hacer negocios que tenga en cuenta las consecuencias sociales, ambientales y económicas de las acciones comerciales que combinan el respeto por los valores éticos y medio ambiente”. Por tanto, la literatura sobre este tema converge en elementos comunes, tales como:

- Las actividades organizacionales de una empresa deben priorizar el enfoque de lo social y humano.
- La RSE es una decisión voluntaria y un compromiso ético de las empresas que puede verse afectado si las regulaciones nacionales estiman la obligatoriedad de dicho principio.

- La RSE otorga beneficios para la empresa y las partes interesadas, tales como, el mejoramiento de la marca y el posicionamiento empresarial ante los clientes y consumidores.
- La ética empresarial va más allá de las expectativas comerciales tradicionales pues pone en el centro de las estrategias al ser humano.
- La RSE protege el medio ambiente y a los recursos (agua, energía), gerencia los residuos sólidos con base al reciclaje y la concienciación de la sostenibilidad.
- La RSE se adapta a los diferentes contextos, circunstancias y a la realidad de cada empresa. Se adapta a la voluntad de las partes interesadas (Pérez 2012, 82).

Si nos acogemos a la integralidad del concepto, la RSE es el resultado del constructo social e histórico que tiene sus bases desde la Antigüedad pero que aún, sigue buscando sus bases desde la conciencia colectiva.

La responsabilidad social se basa en objetivos sociales o, si se desea, para evitar la confusión semántica en la conciencia colectiva, ya que esta comprensión es una clara manifestación de convicción aún no se han cristalizado en el cuerpo social, en el sentido de validación legal, por lo que esto generalmente se explica de manera negativa: este comportamiento no es correcto, no se puede hacer, etc. (Alvarado 20212, 57)

El uso del término RSE ha sido fuertemente criticado ya que se entiende que lo que las empresas realizan no es “responsabilidad”, sino, acción social y filantropía. Según Ramiro Alvear, la RSE ha sido vista como una opción anclada a la naturaleza del desarrollo y el reconocimiento, en especial, al rol que ejerce el Estado. Esto podría explicar que dicho principio haya sido reducido a una acción y no a una política. “El Estado debe dar el ejemplo de priorizar sus contrataciones con aquellas empresas con prácticas de RSE demostradas y verificadas, construyendo confianza entre estos dos sectores público y privado en sus negocios comunes” (Alvear 2010, 17).

No obstante, algunas características de la RSE nos ayudan a comprender que se trata de un principio colectivo que se mantiene en el tiempo, y no es un acto o plan de caridad que se agota en el corto plazo, entre ellos:

- La RSE es un compromiso ético que parte de una planificación, una gestión y un presupuesto destinado.

- Contribuye a mejorar la imagen, la reputación y la calidad de los bienes y servicios ofrecidos por la empresa.
- El componente socio-ambiental hace parte de la sostenibilidad de una empresa y de la producción de los bienes.
- Es una decisión voluntaria a largo plazo que ayuda a minimizar las brechas sociales, contribuye a la preservación de los recursos y del medio ambiente.
- Es una iniciativa sostenible que hace parte de la organización, de los principios y valores de una empresa.
- Es una nueva visión del mundo de los negocios dirigida a crear un equilibrio entre las partes interesadas y las actividades económicas.
- Se basa en una conciencia colectiva de cooperación y ayuda.
- Es el resultado entre el *deber ser* y el mercado. Las empresas actúan de acuerdo al principio de libertad económica pero orientadas a la satisfacción de los intereses comunes (Cannon 2010, 121).

Se puede enfatizar que, a diferencia de otros tipos de responsabilidad (penal, civil, administrativa) hay elementos que hacen único a la RSE. Por ejemplo, en la responsabilidad civil es necesario que exista una obligación privada (un contrato, un matrimonio, herencia) que en caso de perjuicio a una de las partes se genera un acuerdo o una compensación que muchas veces es monetaria. En la responsabilidad penal, por su parte, se castiga a una persona siempre y cuando haya cometido un delito que se encuentre tipificado con la privación de su libertad. En la responsabilidad administrativa debe haber una inobservancia o violación a la ley que conlleve a una penalidad que puede consistir a una inhabilidad para ejercer cargos. Ante la ausencia de una normativa al respecto, se puede decir que en la responsabilidad social no hay obligaciones, castigos ni resarcimientos, por el contrario, se parte de la voluntad, el deber y acción social entre las partes para lograr acuerdos y negociaciones.

La RSE se basa en la ética, por tanto, sus elementos no se corresponden con otros tipos de responsabilidades como la civil o la penal. En este sentido, Rubio (2016, 53) enfatiza que en la responsabilidad social no hay un hecho punible o un acto que se deba castigar como si ocurre en otros tipos de responsabilidad: se trata de acto socialmente responsable que parte de la buena voluntad de todas las partes. Esto no implica que las empresas no puedan adoptar

compromisos con los actores, aunque esto dependerá de los intereses, de las acciones que se asuman y de las personas a quienes van dirigidos los planes y programas (Rubio 2016, 53).

Por ende, los elementos de la RSE son *sui generis* o especiales: comprende la postura de aportar más valor sobre el que ya existe o arrancar desde cero, o detectar dificultades que pueden ser fortalecidas o enmendadas por la empresa mediante la legalidad, la justicia, la solidaridad y la ética. Cancino y Morales (2008, 120) explican que ética y empresa son dos términos correlativos: la conducta del negocio depende, en buena parte, del comportamiento del accionista. Sobre el empresario recae los principios de verdad, respecto, transparencia, seguridad, bien social y responsabilidad de la empresa. Ejecutar estos principios puede ser complejo si no se cuenta con las capacidades empresariales, del apoyo del talento humano, de la creatividad, de un plan de acción y del rol vinculante de los accionistas. Ospina y Sotelo (2013, 70) proponen que, un empresario es

una persona física o jurídica que, independientemente o por medio de delegados, lleva a cabo y desarrolla actividades de mercado por su propia cuenta. Lo anterior tiene consecuencias particulares: un contratista es la persona que adquiere la propiedad de los beneficios económicos percibidos, pero también de algo más importante: derechos y obligaciones.

Según Ramos (2015), una empresa como tal no tiene derechos ni deberes, pero, quien si los tiene es el empresario o gerente quien asume el éxito o fracaso de la misma. Por eso, la RSE emerge de la voluntad del empresario y debe dirigir e implementar los compromisos con el apoyo de las personas. Todo emprendedor es polifacético: tiene conocimiento de la RSE, de los temas legales, de los componentes comerciales, fiscales y organizativos de la empresa. Sabe cómo planificar e implementar estrategias organizacionales. El empresario no solo tiene conocimientos de mercadeo y estrategias comerciales ya que su perfil profesional va más allá de este ámbito: debe ser un mediador, un líder, empático con los demás, capaz de tomar soluciones efectivas y oportunas por el bien de la empresa (Ramos 2015, 38).

No obstante, los elementos de la actividad comercial que requieren del conocimiento del emprendedor son la planificación de las actividades, gestión y control administrativo, financiero y del talento humano, la producción de los bienes y servicios y distribución. Es importante enfatizar que las empresas están sujetas a una doble responsabilidad en la que el emprendedor tiene que mediar: la organizacional (que implica temas administrativos, legales, financieros, de talento humano y de planificación) y la RSE.

Tanto el empresario como la sociedad deben basar sus relaciones en una ética común para que las acciones y compromisos, aunque sean distintos, puedan confluir en una misma meta. Para no entrar en discusiones epistemológicas que escapan al objetivo de este trabajo, toda vez que la aplicabilidad de la ética tiene un fin personal, empírico y subjetivo, las normas sociales parten del individuo, de la educación, experiencia y del sistema de creencias de la persona. Conde (2016, 74) sostiene que la ética es personal, intransferible y que son los accionistas quienes toman las decisiones más prudentes en beneficio de todos.

Esta manera de entender a lo ético contradice la noción de ética empresarial que es más general y asociativa, es decir, las reglas y acciones de un colectivo, grupo o movimiento no depende necesariamente de los criterios y acciones de un solo individuo, sino, de aquello que beneficia a todos (Carneiro, 2014, 36). Contrario a este enfoque, Marcus (2015, 45) propone los problemas y conflictos de la humanidad pueden ser resueltos mediante la ética y la negociación. Es una resolución de conflictos que parte del interés de las partes y no requiere de la aprobación o legitimidad de los demás.

Lo cierto es que la percepción individual sobre una persona o circunstancia puede influir positiva o negativamente en los colectivos y, por ende, generar rechazo u aprobación de la labor que cumple la empresa. Es por eso que, la ética empresarial debe ser voluntaria y no coaccionada. Considerar a la RSE como una obligación de las empresas es un error, porque el concepto de ética *per se* siempre forma y está intrínsecamente relacionada con la conducta humana como una opción que ofrece criterios básicos y orientadores en la toma de decisiones. La ética, que recae en las personas que dirigen la organización, conlleva a una sanción social y normativa si es que las decisiones tomadas afectan las reglas, las políticas y las convicciones de quienes conforman la empresa (Carneiro, 2014, 83).

4. Dimensiones de la RSE

Es necesario identificar las diferentes áreas, dimensiones y espacios en las que se desarrolla la RSE ya que se suele creer que solo está relacionada con el medio ambiente lo cual, no es del todo cierto. Este es un criterio muy limitado que no tiene en cuenta factores como lo educativo, lo sostenible y el bienestar común. Además, es necesario determinar cuál es el amparo que ofrece la RSE porque no solo es suficiente con reconocer su existencia, sino

también, determinar la regulación normativa y las áreas de influencia que contribuyen y facilitan su implementación de modo acertado.

Según Alvarado (2012, 44), la RSE tiene dos dimensiones: una interna y otra externa. La primera se refiere a aspectos organizativos y gestión interna vinculado con los empleados, accionistas, el medio ambiente, la gestión de las materias primas, las condiciones de trabajo y los peligros de sus productos. Es decir, todo lo que implica la organización de la empresa. El segundo aspecto se vincula con las partes interesadas o la gestión externa, tales como, la comunidad local, los socios comerciales, consumidores, proveedores, subcontratistas, grupos de derechos humanos, clientes, grupos ambientales y otros. Las empresas deben cubrir las necesidades de transparencia de la información, participación y beneficio mutuo de las dos dimensiones (Alvarado 2012, 44).

En la misma línea, Igone (2012, 78) se refiere a las dimensiones internas y externas de la RSE. Indica que la dimensión interna es la que influye en las actividades internas de la empresa, tales como, las prácticas laborales responsables, el talento humano, la inversión en recursos humanos, la salud, la seguridad y la gestión institucional. En esta dimensión también se incluyen a las prácticas ambientalmente racionales las cuales tienen un vínculo con la gestión de los recursos naturales, la gestión sostenible de los recursos, la seguridad en la producción, ahorro de materiales y previsión de los impactos ambientales y recursos naturales (Igone 2012, 78). Para Igone (2012) la dimensión externa incluye a los empleados y accionistas, socios comerciales, proveedores, consumidores, gobiernos y ONG que protegen los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

Maestre, Ramírez y Romero (2008, 91) señalan que un momento importante ocurrió cuando la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 1998 acordaron que el desarrollo sostenible era prioridad. Lo que quiere decir que la RSE tiene varias dimensiones que se interconectan con las expectativas de la sociedad en función de los beneficios que pueda obtener una empresa (Cancino y Morales, 2008, 91). Estas dimensiones son:

- Dimensión económica: relacionada con la rentabilidad y la utilidad que generan las empresas y cómo de ello depende el plan de incentivos y recompensas que reciben los empleados.

- Dimensión legal: como mecanismo de participación, la sociedad se convierte en un instrumento de seguimiento de la acción empresarial para que la normativa y regulación sea implementada.
- Dimensión ética: relacionada con la confianza y seguridad que siente la sociedad hacia la empresa, sus políticas, objetivos y de la justicia que implementa. Esto consolida la legitimidad de la empresa con base a la aplicación de principios éticos y humanos.
- Dimensión discrecional o filantrópica: se refiere al desempeño voluntario y autónomo que realizan las empresas en beneficio de la sociedad, tales como, jornadas de cine, deportivas, recreativas, capacitación, entre otras.

En este sentido se encuentran los aportes de Clark (1955) quien expresa que la RSE tiene tres dimensiones que se agrupan en lo económico, social y ambiental. La primera dimensión se centra en el gobierno corporativo y la ética empresarial a partir de los principios de gestión de la sociedad, transparencia de la información, mejora de las relaciones con los grupos de interés y mejores prácticas en la industria. Prudencia, responsabilidad y honestidad están vinculadas al problema de la identidad corporativa y la buena reputación.

La dimensión económica de la RSE para Clark (1955) incluye dos tendencias: la primera, se basa en las relaciones y organización que las empresas mantienen *puertas para adentro*. Esto se refleja en el mantenimiento de los precios de los productos ofertados, la prestación eficiente de los servicios, el trato y comportamiento que conlleve a la satisfacción del cliente. La segunda tendencia de lo económico se basa en la sostenibilidad.

Respecto a la dimensión social, en sintonía con Marcus (2015), Clark sostiene que la RSE se encuentran anclada a los convenios y acuerdos que los Estados han suscrito. A nivel de derechos humanos se encuentra el Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966, la Declaración de Viena y el Programa de Acción de 1993, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo en 1998. A nivel de prácticas laborales y trabajo digno se cuenta con la Agenda de Trabajo Decente, la Declaración sobre los principios y derechos en el trabajo y los Convenios 87, 98 y 135 de la OIT, las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (2000), la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas (2000) y los Principios del Gobierno corporativo (2004). No obstante, estos acuerdos, que han sido

firmados y ratificados en la mayoría de las ocasiones por los Estados Parte, no son suficientes y, en muchos casos, son limitados para las complejas realidades de América Latina.

Finalmente, se encuentra la dimensión ambiental que incluye el reciclaje, el uso de materias primas, el ahorro de agua y energía y la información sobre los efectos del cambio climático. Desde la justicia social la RSE contempla la inversión en proyectos, financiación de hospitales, escuelas y programas comunitarios, atención médica, apoyo legal, apoyo en siembra y cultivos, capacitación técnica, recreación y esparcimiento, charlas de motivación y superación personal y familiar, microcréditos de inversión. La RSE debe ser a largo plazo para ver el impacto que genera los beneficios en las personas.

Una dimensión que retoma Sarmiento (2011, 72) es el compromiso con la educación, capacitación y pedagogía. Las empresas pueden fortalecer el capital social y humano, de modo que, esta posibilidad se pueda convertir en una oportunidad para la innovación del talento humano. La educación promueve la responsabilidad y sustentabilidad, así como las capacidades del personal, el desarrollo juvenil, la motivación, la entrega, el compromiso, las ganas, entre otros.

Al reagrupar las ideas anteriores, se concluye que la RSE es multidimensional y esto coincide con la inexactitud de una definición conceptual. De hecho, la RSE es comparada con un caleidoscópico (tubo que contiene tres espejos) por lo mutable y su naturaleza diversa. A medida que el caleidoscópico va girando se modifica la perspectiva y ofrece nuevas entradas y maneras de ver a la RSE (Cannon 2010, 76). Por tanto, resulta difícil llegar a un consenso académico de lo qué se entiende por RSE debido a la falta de precisión conceptual (González 2014, 52) pese a que se logra identificar con éxito los componentes que la integran y cómo se relaciona con la gestión de las necesidades internas. La globalización incrementa esas escalas que coexisten y se mezclan en nuevas versiones, procesos e intercambios de la empresa con su entorno.

Por eso, la RSE no puede verse en un solo sentido, requiere de distintos ángulos, de analizar el contenido que la sustenta según el entorno, el tipo de empresa, las particularidades y necesidades de las partes interesadas. Estos contenidos también deben estudiarse en función de la extensibilidad de la RSE en espacios internacionales, de encuentro y negociación entre multinacionales. Para Vega (2012, 52) el rol de la marca es otro elemento que alimenta estos sentidos junto a los factores internos como el tipo de negociación y acuerdos colectivos, la

promoción interna de la cultura corporativa, los intereses de las empresas y el liderazgo de los trabajadores.

Las nuevas tendencias sociales y los espacios de producción basados en los procesos globales como el *outsourcing*, la subcontratación, capacitación de empresas de redes, han influenciado a la RSE. Se ha creado un espacio para “nuevos modos de reflexividad social, a su vez asociados con el crecimiento de agentes sociales que, existentes o formados en las últimas décadas, ahora están desarrollando sus actividades a escala transnacional o en todo el mundo” (Cannon 2010, 76).

5. Teorías de la RSE

Barros (2008) y Cannon (2010) coinciden en que existe una amplia variedad de teorías de la RSE que se constituyen en referencia útiles para explicar el concepto y definir variables. Velasco (2015, 75), por su parte, indica que la RSE se compone de varios enfoques que son complejos y controvertidos, pero necesarios para comprender su naturaleza. Estas teorías sigues a continuación:

- **Teorías políticas:** esta teoría hace referencia al poder que tiene la empresa en la sociedad y cómo el escenario político y estatal es fundamental para conseguir los logros de la RSE. La empresa es vista como una institución social que ejerce su poder de manera responsable mediante un “contrato social” en el cual se estipulan los compromisos de las partes interesadas (75).
- **Teorías integradoras:** las empresas se centran en identificar, captar y ayudar a resolver las demandas sociales, esto les garantiza legitimidad y aceptación. Las empresas conocen de cerca las necesidades de la población, por tanto, conocen las posibles afectaciones de los derechos humanos.
- **Teorías éticas:** se fundamenta en los requisitos éticos que unen las relaciones y las actuaciones entre la empresa y la sociedad. Aborda lo que *se debe* y *no se debe* hacer a partir de un código de conducta que permite construir una sociedad más justa y equitativa, sin conflictos (75). Esta teoría es la más cercana a los derechos humanos, sociales y laborales, aboga por el respeto el medio ambiente, el desarrollo y la sostenibilidad.

- **Teorías instrumentales:** los negocios son generadores de riquezas y la RSE una herramienta para lograrlo (75). La visión del accionista es fundamental para evaluar el tipo de actividades sociales que se van a implementar y de las cuales se sacará provecho. El *marketing* es la estrategia para conseguir este objetivo: aumentar las ventas e ingresos a partir del tipo de RSE que tenga la empresa.

La RSE se desenvuelve en un panorama difícil como es la falta de recursos, las brechas sociales, la explotación laboral, los bajos salarios, las deudas con los proveedores, entre otras. Por eso, uno de los problemas consiste en conciliar y lograr el equilibrio entre el desempeño económico y los beneficios sociales. Carneiro (2014, 70) enfatiza que las empresas deben ser competitivas, rentables y reconocer sus obligaciones no solo frente a sus empleados, clientes, proveedores y accionistas, sino también, frente a la sociedad que forma parte de distintos movimientos (étnicos y de la mujer), poblaciones vulneradas (indígenas y trabajadores) y red de consumidores (usuarios y compradores) que tienen gran incidencia en el entorno. De manera concreta, la evolución del concepto de RSE se puede analizar desde 4 enfoques que son:

- **Liberal:** es la defendida por Friedman (1999). Este enfoque sostiene que el deber de una empresa es aumentar sus ganancias dentro de unas reglas de juego y sin asumir obligaciones que no le corresponden (Milian 2015, 73). Los intereses en el mercado guiarán al bienestar colectivo, de modo que, la aplicación de la RSE distorsiona el funcionamiento del mercado ya que los recursos que se le asignan a lo “social” bien pudieran utilizarse para la inversión o el ahorro.
- **Social:** involucra a la empresa con los diferentes grupos y estamentos sociales que la conforman. La empresa se convierte en un centro social, responsable del bienestar de las personas sin dejar de lado su misión empresarial y generación de ganancias para los accionistas (73). La ciudadanía otorga mayor credibilidad y legitimidad a quienes contribuyen a fortalecer el aspecto humano y la RSE.
- **Ética:** la RSE se basa en principios éticos, más que normativos. Es decir, los actos deben ser coherentes y girar en función de los acuerdos y consensos que se han pactado. Este enfoque es integral pues combina elementos económicos, ideológicos y políticos que otorgan legitimidad y compromiso a la empresa que práctica la RSE (73).

- **Actual:** va dirigida a todos los segmentos de la población sin preferencia por enfoque de género, ideología, clase, origen, educación. Tiene una percepción socioambiental de las responsabilidades, busca mejorar los procesos sustantivos de la empresa, reforzar el talento humano, el capital social, capacita y educa con base en valores (73).

6. Normas y guías internacionales

6.1. Norma ISO 26000 y la RSE

Es importante en esta investigación conocer los aspectos más sustantivos de la norma de la Organización Internacional de Normalización (ISO) conocida como ISO 26000. Esta norma, que contó con la participación de más de 90 países, 40 organizaciones y muchos expertos en el área de la industria, los derechos humanos y del gobierno, ofrece directrices sobre la RSE. Esta norma considera que toda organización debe ser eficiente y sostenible y, debe procurar un impacto social, especialmente, con enfoque de derechos humanos. Dada su pertinencia, se incluye algunos lineamientos que pueden tenerse en cuenta en la elaboración de la propuesta de RSE en las pymes de Quito.

Esta norma hace un llamado para que todas las organizaciones, indistintamente de su perfil público o privado, sean socialmente responsables. De esta responsabilidad dependerá, en buena parte, la construcción del desarrollo sostenible (ISO 26000 2013). La ISO 26000 es una guía voluntaria, razón por la cual no es certificable ni obligatoria para las empresas, el sector empresarial puede o no implementarlo, pero es el punto de partida para las empresas que deseen vincular acciones socialmente responsables y proteger el medio ambiente. Los principios de esta norma son los siguientes:

- **Principio 1, rendición de cuentas:** la organización debe informar sobre los impactos de la gestión y cómo influye en el medio ambiente, la economía y la sociedad. La empresa no debe omitir información, debe informar las acciones positivas y negativas, los alcances y las limitaciones de la gestión, así como, presentar recomendaciones y medidas para que las actividades se implementen o no se repitan sin son contraproducentes (ISO 26000 2013).

- **Principio 2, transparencia:** la información sobre las políticas, decisiones y acciones responsables debe ser accesible, gratuita y universal para las personas interesadas. Esta información debe ser precisa, clara, objetiva y completa, razón por la cual debe publicarse y difundirse en un formato sencillo que todos y todas puedan leer y comprender (ISO 26000 2013).
- **Principio 3, comportamiento ético:** las empresas deben tener un sistema de valores que se convierten en un referente para que las personas la puedan identificar. Honestidad, equidad y transparencia son valores que no se pueden negociar y que deben formar parte de la estructura organizativa. Estos valores son fundamentales para medir el impacto de las actividades y las decisiones de las partes interesadas (ISO 26000 2013).
- **Principio 4, respeto a los intereses de las partes interesadas:** la organización debe respetar y considerar los intereses de las partes interesadas y limitar, lo cual incluye las demandas de las mujeres, niños, personas de la tercera edad. Estas personas también conforman a la organización que, en ocasiones pueden tener intereses diversos que no cumplen con las expectativas de la empresa (ISO 26000 2013).
- **Principio 5, respeto a la legalidad:** una empresa debe reconocer que por encima de sus normas internas se encuentran las normas y la presencia del Estado. Deben dar cumplimiento a la normativa nacional la cual regula los compromisos y la sana convivencia, esta normativa puede ser una política pública o la Constitución. Esto significa que ninguna persona, organización o partido político puede estar por encima de la ley o pretender no cumplirla u omitirla (ISO 26000 2013).
- **Principio 6, cumplimiento de las normas internacionales de conducta:** todas las organizaciones sin distinción de su misión y objetivo empresarial debe respetar y acoger a las normas internacionales de conducta. Aun cuando las disposiciones nacionales entren en conflicto con la normativa internacional, es deber del sector empresarial proteger al medio ambiente y los derechos de las personas. Se debe evitar la participación en acciones contrarias a las estipuladas en las normas (ISO 26000 2013).

- **Principio 7, respeto a los derechos humanos:** consiste en respetar y promover los derechos humanos dentro la organización y reconocer que son importantes para el logro de los objetivos. Las empresas deben proteger los derechos de las partes interesadas y evitar el favorecimiento de personas por encima de la ley (ISO 26000 2013).

Por otro lado, la ISO 26000 contiene 7 materias fundamentales para que la RSE pueda operar de manera integral. Estas materias se interconectan la una con la otra y contienen aspectos económicos, de salud, seguridad, cadenas de valor, entre otros. Estos principios son los siguientes:

- **Materia 1, gobernanza de la organización:** la gestión organizacional es la capacidad para lograr objetivos los cuales parten de la toma de decisiones y su implementación. Los sistemas de gestión varían según el tamaño, los objetivos de la empresa y los diferentes contextos en los cuales se desenvuelve. Toda empresa, indistintamente de su naturaleza, son administrados por una o varias personas (propietarios, accionistas, apoderados) que tienen un alto poder, son líderes y pueden llevar al cumplimiento de los objetivos institucionales (ISO 26000 2013).

Esa o esas personas deben ser gestores, actuar de intermediarios ante los conflictos que surjan entre las partes interesadas. Debe tener vocación humana e integrar todas las demandas bajo un mismo fin o meta. Por tanto, conlleva a que las compañías sean más responsables de sus decisiones y acciones. Cualquier organización que busque la RSE debe tener un sistema de gestión capaz de aplicar los siete principios de la ISO 26000.

- **Materia 2, derechos humanos:** (comprende la debida diligencia, resolución de conflictos, derechos de los grupos vulnerables, derechos sociales, económicos y culturales, entre otros). Los derechos humanos protegen a la dignidad humana y son esenciales para fomentar el desarrollo y tener una vida plena, son inherentes a las personas sin distinción de raza, credo, ideología (ISO 26000 2013). Se puede hablar de varios derechos: 1) derechos civiles y políticos: protegen a todas las libertades individuales ante el Estado, y; 2) derechos económicos, sociales y

culturales: también denominados DESC, protegen el trabajo, las organizaciones, a la familia.

De acuerdo con el derecho internacional, si bien los Estados nacionales deben respetar, proteger, cumplir y respetar los derechos humanos, las empresas tienen el deber moral de respaldar a estos derechos, en especial, que no se cometan abusos de poder, respaldar la integridad física y psíquica, la privacidad, el buen nombre, el libre desarrollo de la personalidad. Así mismo, las acciones empresariales deben fortalecer la no discriminación y el principio de igualdad de oportunidades, apoyar a la población infantil, personas con discapacidades, a los pueblos indígenas, migrantes, afrodescendientes y personas LGBTI. Los factores externos como el conflicto, la pobreza, la inestabilidad política, el trabajo infantil y la corrupción reproducen y profundizan las brechas de discriminación, falta de oportunidades y vulneran los derechos de los más desprotegidos (ISO 26000, 2013).

- **Materia 3, prácticas laborales:** (comprende el diálogo social, la salud y seguridad ocupacional, desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo, entre otros). Esta materia se aplica a las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo o la actividad que realiza una persona de acuerdo a su formación y profesión, incluida la subcontratación y tercerización laboral. Se consideran por prácticas laborales a todo el sistema de contratación y promoción de empleados, procedimientos disciplinarios, transferencias de actividades, terminación de la relación laboral, capacitación y desarrollo de las habilidades, atención médica, seguridad e higiene industrial, políticas y prácticas que afecten las condiciones de trabajo, las horas trabajadas y subsidios (ISO 26000 2013).

La Declaración de Filadelfia de 1994 de la OIT afirma como principio básico que el trabajador no es *per se* una mercancía, lo que significa que no debe ser tratado como una parte del modo de producción. Los aspectos relacionados con las relaciones laborales son algunos de los requisitos obligatorios que la OIT exige para que las empresas puedan operar con normalidad y transparencia (ISO 26000 2013).

- **Materia 4, medio ambiente:** (comprende la prevención ante la contaminación, uso sostenible de los recursos, biodiversidad y hábitat naturales). Cada decisión y actividad tiene un impacto en el medio ambiente, sea cual sea su justificación. Los impactos están asociados con el uso de los recursos materiales, la ubicación de las actividades en el hábitat y la formación pedagógica en contaminación y disposición de los desechos (ISO 26000 2013). Para reducir el impacto ambiental se hace necesario que la empresa se concientice de lo que pueden generar sus malos hábitos contra el planeta y los recursos y, que adopte de manera urgente un plan de mitigación de los riesgos generados contra el medio ambiente.

Hoy en día, las amenazas a la seguridad humana, el derecho a la salud, al trabajo y el bienestar social están en riesgo debido al crecimiento desmesurado de la población mundial, del consumo la contaminación ambiental y climática que acaba con los recursos naturales (ISO 26000 2013). Desde la cotidianidad, las empresas pueden aportar a un mundo mejor no usando plástico, aerosoles y reduciendo el gasto de papel, agua y energía eléctrica, reutilizando los envases, reciclando, motivando el uso de medios alternativos para el transporte.

- **Materia 5, prácticas justas de operación:** (comprende medidas anticorrupción, participación política responsable y respecto a los derechos de la propiedad, entre otros). Todas las empresas deberán actuar bajo un código de ética que establezca los límites y responsabilidades de cada trabajador. Así mismo, evitar las coimas, el fraude, el clientelismo y las prácticas deshonestas que atenten contra el buen funcionamiento y nombre de la empresa.
- **Materia fundamental 6, relaciones con el consumidor:** (comprende prácticas justas, consumo sostenible, educación y toma de conciencia, acceso a servicios esenciales, entre otros). Cualquier organización debe brindar bienes y servicios de calidad y procurar que el consumidor se sienta satisfecho. En esta relación se debe tener en cuenta que:
 - La empresa debe brindar información clara, precisa, justa, transparente y útil de los productos que oferta, informar al consumidor, de ser necesario, cómo se llevó a cabo el proceso de elaboración y comercialización del bien, cuáles son sus alcances, beneficios y limitaciones, promover el consumo sostenible y el

uso de materiales que no contaminen el entorno y satisfagan las necesidades de los más vulnerables y desfavorecidos, si es necesario.

- La organización debe promover el respeto y proteger la confidencialidad de los datos del consumidor ya que estos desconfían de las empresas y empleados que hacen uso de su información personal para promover la demanda y sacar provecho. Esto se traduce en la pérdida de confianza para volver a comprar en el mismo lugar. Una empresa que guarda la información de sus clientes promueve su código de ética, mantiene y mejora la marca empresarial y obtiene mayores ventajas frente a sus pares.
- El desarrollo sostenible depende en gran medida del consumo de productos, servicios y materiales, pero también, de su reparación y disposición final (ISO 26000 2013).
- **Materia fundamental 7, participación activa y desarrollo comunitario:** (comprende la educación y cultura, empleo, desarrollo y acceso a la tecnología, generación de riquezas e ingresos). Existen empresas que construyen algún tipo de relación social con las comunidades en las que operan (ISO 26000 2013). El apoyo a la comunidad incluye educación, cultura y capacitación, creación de empleos y desarrollo de habilidades y competencias, generación de oportunidades, acceso a las TIC. Es importante que las empresas interactúen con respecto en la comunidad y reflejen su apoyo a los valores civiles y democráticos que practican (ISO 26000 2013).

6.2. Indicadores Ethos-Iarse para negocios sustentables y responsables

Los indicadores Ethos (del Instituto Ethos en Brasil) son una herramienta gratuita de autodiagnóstico dirigida a las empresas que deseen integrar el desarrollo sostenible y la RSE en sus estrategias comerciales. Los indicadores fueron creados por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (Iarse) y posibilitan el aprendizaje, el monitoreo y la concientización de la RSE a partir de un cuestionario. Tienen sustento teórico en el Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (Plarse).

El modelo Ethos plantea que una empresa que desee ser sostenible y responsable, lo primero que debe realizar es un diagnóstico para determinar en qué parte y nivel del proceso

se encuentra. Posterior a ello se identifican las estrategias, políticas y procesos, determinar qué cumple y qué no. Si bien, es una herramienta, la misma no está destinada a certificar el desempeño corporativo ni a reconocer o respaldar a las empresas sostenibles o responsables (Almeida y Arrechavaleta 2018, 137). Por tanto, es una guía que permite una aproximación al estado de las empresas con respecto a la gestión e implementación de la RSE, al igual que la norma ISO 26000.

La guía Ethos es un sistema en línea que cualquier persona puede operar y ofrece una serie de funciones, tales como, la planificación, diagnóstico organizado por áreas, orientación para la selección del tipo de empresa, informes de gestión, información para las partes interesadas, obligaciones, acuerdos de seguimiento, requisitos legales y normativos (Maestre, Ramírez y Romero 2017, 85). Una empresa sostenible es capaz, por sí misma de gestionar los recursos y asegurar la continuidad de su oferta mediante la protección al medio ambiente. Es decir, los indicadores Ethos alertan sobre qué tan efectiva o no puede llegar a ser una empresa en términos de desarrollo sostenible.

Varias iniciativas internacionales ponen énfasis en estos indicadores, tales como, el estándar ISO 26000 ABNT (ISO Brasileña), la Iniciativa de Informes de Sostenibilidad Global (GRI) y el Carbon Disclosure Project (CDP) quienes revisan de manera constante el progreso de la RSE y el desarrollo sostenible en Brasil y otras partes del mundo. Procurar la adopción de los indicadores Ethos a los respectivos contextos nacionales, por intermedio del Plarse, es el gran desafío para las empresas de América Latina en los próximos años (Maestre, Ramírez y Romero 2017, 85) y, en especial, para las empresas y pymes de Ecuador.

La visión, objetivo y la estrategia que implementa la empresa es la base para iniciar este diagnóstico. Para reconocer su importancia, se recomienda que la visión y la estrategia de la empresa incluyan los atributos de sostenibilidad presentes en los productos y servicios ofrecidos, así como, el *modus operandi* (cómo organiza y establece las operaciones). Conocer las nuevas necesidades de la sociedad y convertirlas en una estrategia comercial puede ser el primer mecanismo para ofrecer productos sostenibles e inclusivos (Velasco 2015, 52).

A continuación, se exponen brevemente los 40 indicadores Ethos que se encuentran organizados en siete temas: 1) valores, transparencia y gobierno corporativo; 2) público interno; 3) medio ambiente; 4) proveedores; 5) consumidores y clientes; 6) comunidad, y; 7)

gobierno y sociedad. Cada tema, a su vez, se subdivide en varios indicadores que permiten detectar los procesos, los riesgos y estrategias implementadas por las empresas.

- **Valores, transparencia y gobierno corporativo**

- **Indicador 1, compromisos éticos:** aborda la adopción y alcance de los valores y principios éticos y cómo estos se encuentran interiorizados en la conducta de las personas. La empresa debe exponer públicamente estos principios en una página web o cualquier otro medio que permita informar y comunicar a las partes interesadas sus compromisos éticos. Los temas que cubre esta área son las reglas explícitas con agentes públicos, el cumplimiento de las leyes, pago de impuestos, conflictos de intereses, las donaciones, fraude, límites, corrupción, entre otras (Instituto Ethos 2007, 16). A menudo, esta información se encuentra en la sección de Transparencia de las páginas web de las empresas.
- **Indicador 2, arraigo en la cultura organizativa:** se refiere a la difusión de los valores y principios éticos de la empresa la cual debe constar en la página web. Los empleados deben conocer esta información, mientras que, la empresa debe desarrollar procedimientos para resolver los conflictos ligados con la ausencia de precisión de estos valores e incumplimiento del código de ética (17).
- **Indicador 3, gobierno corporativo:** se refiere a la estructura organizativa, a las autoridades y funciones de cada persona y dirección. Toda empresa debe tener y regirse por un reglamento interno, un consejo administrativo y tener un archivo de los comprobantes financieros y administrativos en caso de una auditoría (17). Según Velasco (2015, 54) este indicador también comprende la implementación de políticas y la integración de los procesos de gestión de la empresa.
- **Indicador 4, relaciones con la competencia:** la empresa debe tener una política o código de conducta frente a aquellas empresas con las que compite, tales como, políticas y prácticas de precios, de posicionamiento, adulteración, contrabando, evasión fiscal, entre otros (Instituto Ethos 2007, 19). La competencia desleal no está permitida en este punto. Se debe evitar haber sido denunciado por bienes y productos que tengan irregularidades, lo cual resta puntos.

- **Indicador 5, diálogo con las partes interesadas:** la empresa es consciente que el diálogo y la comunicación que debe mantener con las demás personas es parte del éxito empresarial y consolida las relaciones interinstitucionales. Del diálogo y la respuesta rápida y oportuna surgen solicitudes, sugerencias, demandas y esfuerzos mancomunados (19-20).
 - **Indicador 6, balance social:** se refiere a la generación de informes económicos, sociales y ambientales mediante una regularidad definida y estipulada. Estos deben elaborarse con base en los principios de inclusión, relevancia, equilibrio, precisión, claridad, fiabilidad, comparabilidad, entre otros (20-1) y deben ser auditados por terceras personas que no pertenezcan a la empresa.
- **Público interno**
- **Indicador 7, relación con sindicatos:** las relaciones con los sindicatos constituyen un derecho fundamental del trabajador, por este motivo la empresa debe asegurar la libertad de asociación, a la negociación colectiva y no ejercer presión sobre los empleados que hacen parte de estas asociaciones (Velasco 2015, 102). La empresa debe poner “a disposición informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría tales como pacto salarial, contribuciones sindicales” (Instituto Ethos 2007, 24).
 - **Indicador 8, gestión participativa:** la empresa debe proporcionar información a los empleados respecto a su gestión, historia, principales aliados y recursos. La compañía posee mecanismos formales para evaluar, escuchar las posturas, las sugerencias y críticas de los trabajadores quienes, a la vez, pueden conformar una comisión interna de prevención de accidentes o de cualquier otro tipo sin ninguna interferencia de las autoridades (Instituto Ethos 2007, 23-4).
 - **Indicador 9, compromiso con el futuro de los niños:** la prohibición del trabajo infantil en la cadena de producción contribuye al ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Para asegurar la erradicación de la explotación del trabajo infantil en sus múltiples formas, la empresa debe adoptar mecanismos de control en su cadena de producción para que esto no suceda (Velasco 2015, 94). No obstante, debe tener un programa de contratación de aprendices a quienes le

pueden ofrecer una vez culminados sus estudios, condiciones de trabajo dignas, aprendizaje y desarrollo profesional y personal (Instituto Ethos 2007, 25).

- **Indicador 10, compromiso con el desarrollo infantil:** aborda el compromiso de la empresa con los derechos de los niños y niñas a partir de la implementación de programas de salud a las embarazadas, vacunación periódica, programas de prevención de enfermedades, política para niños con discapacidad, alimentación sana y de calidad, flexibilidad para que los padres atiendan requerimientos en las escuelas. Las empresas ofrecen servicios en salud ocupacional y apoyo familiar, servicio de guardería (26). Cabe mencionar que este es uno de los indicadores más amplios y desarrollados.
- **Indicador 11, valoración de la diversidad:** consiste en la obligación ética de no discriminar a nadie y valorar las capacidades de las personas sin distinción racial, origen, clase, apariencia física, religión. Los comportamientos discriminatorios no promueven la igualdad de oportunidades en el ambiente laboral y en la relación con los clientes (28). “La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa” (29).
- **Indicador 12, compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial:** cualquier persona que asuma una posición contraria a la no discriminación se le debe aplicar la legislación nacional correspondiente. Entre los empleados debe haber equidad en los salarios, becas, prestaciones sociales, atención médica privada y participación de los negros e indígenas en los procesos decisorios de la empresa. “La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de los negros” (30).
- **Indicador 13, compromiso con la promoción de la equidad de género:** se debe combatir el prejuicio, la discriminación y ampliar las oportunidades para las mujeres en el mercado laboral, brindar capacitación continua y mantener un porcentaje equilibrado entre hombres y mujeres en el total de los empleados. Es importante que las mujeres accedan a cargos de coordinación y dirección de la empresa en función de sus méritos académicos y profesionales (32).

- **Indicador 14, relaciones con trabajadores tercerizados:** la empresa debe tener políticas referentes a la no discriminación de los trabajadores tercerizados los cuales deben ser tratados en igualdad de condiciones que aquellos que forman parte de la planta. Los trabajadores tercerizados no deben sobrepasar el 20 % del total de personas contratadas, se les debe vincular a los programas de desarrollo y entrenamiento. Se valora de manera positiva si en este grupo se encuentran mujeres y hombres negros, discapacitados y mayores de 45 años (33).
- **Indicador 15, política de remuneraciones:** debe ser implementadas políticas de remuneración, prestaciones y carrera que busquen valorizar las competencias del personal (Velasco 2015, 102). Se busca “reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la compañía (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)” (Instituto Ethos 2007, 34).
- **Indicador 16, cuidados con salud, seguridad y condiciones de trabajo:** se busca que la empresa cumpla con estándares internacionales y que cuente con el aval de las normas SA8000, BS8800 y OHSAS 18001. Se evalúa si la empresa tiene programas de prevención de alcoholismo, drogadicción y programas de atención contra el VIH/SIDA. Incluso, la compañía “posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos” (35).
- **Indicador 17, compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad:** a nivel de recursos humanos, la empresa debe promover actividades que busquen potenciar las tareas de los empleados. Se buscan estrategias de remuneración y prestaciones que incrementen el desarrollo profesional, las capacidades y los programas de erradicación del analfabetismo (36).
- **Indicador 18, conducta frente a despidos:** la empresa sigue rigurosamente la normativa laboral y provee al empleado orientaciones sobre los despidos. Trata, de implementar medidas de transferencia temporal de los empleados a otras empresas o de reducir los gastos para evitar el despido en masa. Cualquier

despido debe hacerse en función de las competencias técnicas, psicológicas y comportamentales que ayuden a garantizar la impersonalidad de la decisión (37).

- **Indicador 19, preparación para jubilación:** la empresa ofrece información, orienta y adopta programas de preparación interna sobre cómo jubilarse. En este plan, lo ideal es que se involucre a la familia del trabajador, por ende, se evalúa el número de empleados que obtuvieron esta preparación y el “número de liderazgos y jefaturas entrenadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado” (38).

- **Medio ambiente**

- **Indicador 20, compromiso con la mejoría de la calidad ambiental:** aquí se valora el cumplimiento de la legislación nacional en materia de medio ambiente. Es vital que la empresa cuente con una persona experta que tome decisiones estratégicas en esta materia, así como, políticas específicas de conservación de áreas protegidas y programas de protección a animales amenazados. La empresa: “Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de exploración ilegal de recursos naturales (madera, productos forestales no madereros, animales etc.)” (42).
- **Indicador 21, educación y concienciación ambiental:** desarrolla acciones que estén orientadas a la preservación del agua, energía y consumo consciente de los recursos. Esto es posible mediante el desarrollo de campañas propias o proyectos educativos en asociación con organizaciones civiles y ambientalistas.
- **Indicador 22, gerenciamiento del impacto del medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios:** esto comprende acciones preventivas ante el potencial daño a la salud que puedan generar los productos y servicios. Se valora el hecho que la empresa no tenga multas por violación a las normas ambientales, así como, un “programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados posconsumo” (43).
- **Indicador 23, sustentabilidad de la economía forestal:** se valora la protección de los insumos madereros y forestales en los procesos productivos. Se busca que

las partes interesadas se comprometan con el desarrollo sostenible y que adopten alguna certificación ambiental.

- **Indicador 24, minimización de entradas y salidas de materiales:** busca que la salida de residuos tenga el mínimo impacto sobre el ambiente, uso de fuentes de energías renovables, control de la contaminación que generan los vehículos, reducción de las emisiones de dióxido de carbono e inversión en programas de mejoría ambiental.

- Proveedores

- **Indicador 25, criterios de selección y evaluación de proveedores:** estos deben ser elegidos de acuerdo a los factores de calidad, tiempo y precio que ofrecen y, que cumplan con la legislación en materia laboral, fiscal y social. La compañía “adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos ‘piratas’, falsificados o fruto de robo de carga” (48).
- **Indicador 26, trabajo infantil en la cadena productiva:** la empresa posee políticas para erradicar el trabajo infantil y estimula a sus partes interesadas a cumplir la legislación. Uno de los mecanismos para garantizar esto es “realizando inspecciones *in loco* y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil” (49).
- **Indicador 27, trabajo forzado (o análogo al esclavo) en la cadena productiva:** la empresa ayuda a erradicar este tipo de trabajo y exige a los proveedores que presenten documentos que comprueben la no contratación de mano de obra forzada. La empresa debe verificar si los contratistas constan en alguna lista negra ante el Ministerio del Trabajo. Por ende, se valora que la empresa no contrate con otras que tengan este tipo de prácticas.
- **Indicador 28, apoyo al desarrollo de proveedores:** cualquier negociación con los proveedores debe girar sobre la transparencia y criterios comerciales. Se valora mucho si la empresa incluye “cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.)” (50).

- **Consumidores y clientes**

- **Indicador 29, política de comunicación comercial:** esta se debe focalizar en la defensa del consumidor e implementar estrategias para captar ventas y resultados financieros. Es necesario que la empresa actualice el material comunicativo, tales como, rótulos, manuales de operación, instrucciones de uso, piezas publicitarias y otros. Cobra relevancia si los productos o bienes están etiquetados con el tipo de calidad, precios, plazos de caducidad, peso, entre otros.
- **Indicador 30, excelencia de la atención:** este servicio es receptivo y busca dar solución a las inquietudes de los clientes. La compañía debe tener, en lo posible, a un defensor del consumidor o un Servicio de Atención al Cliente. La atención se debe brindar con rapidez y autonomía en la toma de decisiones. La empresa debe preservar la privacidad del cliente, así como, sus datos personales.
- **Indicador 31, conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios:** la empresa debe realizar estudios esporádicos para saber de qué manera sus productos pueden atentar contra la salud y seguridad de los consumidores. Es importante que a la empresa no le hayan retirado sus productos del mercado o que estén prohibidos en otros países.

- **Comunidad**

- **Indicador 32, gerenciamiento del impacto de la compañía en la comunidad del entorno:** es necesario que se tomen acciones ante las manifestaciones y los reclamos de la comunidad. La empresa debe contribuir a mejorar la calidad del ambiente e infraestructura pública, brindar formación cualificada, entrenar a los empleados para que respeten los valores y preserven el patrimonio cultural de la comunidad. Se evalúa si la empresa durante los últimos 3 años ha recibido multas y sanciones por arrojar basuras y generar malos olores.
- **Indicador 33, relaciones con organizaciones locales:** la empresa responde a pedidos de apoyo de organizaciones mediante donaciones, financiamiento e implementación de proyectos. Y aun cuando no pueda brindar el apoyo, buscará asociarse y aliarse con otras empresas para contribuir al desarrollo local. Es vital

que la empresa tenga un levantamiento de las necesidades de la comunidad y que gestione, sola o con ayuda de otras, su cumplimiento.

- **Indicador 34, financiamiento de la acción social:** es necesario que se tenga un fondo variable y un equipo especializado para gestionar las solicitudes externas. Tal fondo debe constar en la planificación y el presupuesto anual de manera que, tenga metas y estrategias definidas conforme a criterios técnicos establecidos.
- **Indicador 35, involucramiento con la acción social:** la empresa moviliza a sus empleados para que intervengan en proyectos sociales propios. Este apoyo no solo es material, es tecnológico, gerencial y humano. Uno de los mecanismos es que la empresa utilice “los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios” (62).

- **Gobierno y sociedad**

- **Indicador 36, contribuciones para campañas políticas:** es posible que la empresa financie a partidos políticos y candidatos a cargos públicos siempre y cuando la directiva se fundamente en criterios técnicos y de transparencia para poder hacerlo. En todo caso, se debe contar con una norma explícita sobre cómo el poder económico puede contribuir a este tipo de campañas.
- **Indicador 37, construcción de la ciudadanía por las compañías:** se refiere a las actividades empresariales dirigidas a fortalecer los derechos y deberes, tales como, educación sobre temas políticos, foros de discusión con candidatos a cargos electivos, incluso, “ejerciendo liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio” (66).
- **Indicador 38, prácticas anticorrupción y anticoima:** la empresa evita los sobornos y no acepta coimas de funcionarios del poder público, combate la corrupción, adopta procedimientos de auditoría para controlar este tipo de situaciones en caso de que ocurran. “Prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público” (67).
- **Indicador 39, liderazgo e influencia social:** la empresa participa en aquellos grupos que promuevan la defensa y construcción de los negocios de su área.

“Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica” (68).

- **Indicador 40, participación en proyectos sociales gubernamentales:** por último, la empresa participa de todas las actividades y proyectos sociales que lidera el poder público. Incluso, contribuye con recursos financieros, técnicos y humanos para que dichos proyectos se ejecuten.

Con todo lo expuesto, y contando con los indicadores Ethos y las Normas ISO 26000 como herramientas y guías de gestión para las empresas, se procede a abordar y desarrollar en el siguiente capítulo un diagnóstico sobre RSE de las pymes en Quito. Así mismo, estos insumos serán de importancia para elaborar la propuesta que guiará la futura implementación de un modelo de RSE para estas empresas.

Capítulo segundo

Diagnóstico, evolución y presentación de resultados

1. Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito

La primera pregunta de la encuesta indagó por el número de colaboradores que, desde la noción de “partes interesadas” propuesta por la Norma ISO 26000, no solo se compone del talento humano, sino también, de los proveedores, socios, asociaciones, principales clientes, entidades adscritas, entre otros. Las encuestas revelan que 60 de las 94 pymes cuentan con 1 a 25 colaboradores y que 21 cuentan con 26 a 50 colaboradores, es decir, más de las dos terceras partes (86 %) de las pymes (81 de las 94) son realmente empresas pequeñas que cuentan con un determinado y limitado número de personas colaboradoras.

Quizás, el limitado número de colaboradores sea un tema menor entre las dificultades por la que atraviesan el desarrollo y expansión de una pyme, pero que depende de la organización y alcance de la empresa. Rodríguez y Avilés (2020, 196-7) apuntan a que hay “una tendencia a seguir trabajando de la misma manera que lo han hecho siempre, no se han notado incrementos en la productividad, con un pobre desarrollo tecnológico y sin crecimiento estructural”. Por ende, el número de colaboradores de una pyme no aumentará mientras no exista un cambio en la política productiva: un ajuste al alcance del mercado de lo nacional a lo internacional genera mayores ingresos, contratación de personal, clientes, proveedores, entre otros.

1.1. Código de ética

De las 94 pymes, 54 no tienen un código de ética, 29 poseen un código orientado a la relación con el cliente y 11 un código orientado a la relación con el personal. De estos resultados surgen dos consideraciones: 1) que el 57,5 % de las pymes en TIC en Quito no se rijan por principios y valores, no tienen una ética empresarial, que les permita generar valor agregado a sus procesos y estructura organizativa y, por tanto, que regule las conductas y actos de las partes interesadas. La ausencia de códigos de ética no les permite a las pymes saber cómo actuar en casos de prácticas ilegales como un soborno, una extorsión o coima, o como gestionar la información que resulta de los procesos administrativos y financieros con

las partes interesadas; 2) no se registran códigos para canalizar las practicas con proveedores, el gobierno, el medio ambiente y la comunidad, aunque, es más común que las pymes tengan códigos de ética para con los clientes que códigos para el personal o talento humano.

Lo anterior tiene dos explicaciones, yuxtapuestas a la vez: 1) para las pymes es más importante tener un código ético para clientes que otro de cualquier tipo porque esto les permite mantener una imagen favorable “casa afuera” (reputación a medias), captar mayor demanda de clientes y mantener la inversión de la empresa en un mercado que se caracteriza por la competencia y por la inestabilidad; 2) los clientes son quienes mayormente demandan un código que estipule las garantías del producto que adquiere debido a una razón primigenia: son ellos quienes finalmente consumen los servicios y bienes que oferta la empresa. Arroyo (2018, 19) ofrece pistas al respecto: los clientes “comenzaron a exigir que alcanzar dicho objetivo en respeto a los valores éticos imperantes, en apego a actuaciones honestas y responsables en el momento de hacer negocios”. De modo que, la empresa debe ofrecer las garantías al cliente, caso contrario. La mala imagen y el bajo consumo de la oferta afectaría los intereses de las pymes.

1.2. Cultura organizativa y gobierno corporativo

En estos indicadores se incluyen preguntas relacionadas con los principios éticos y la misión/visión institucional, principalmente. Los resultados indican que 63 de 94 pymes (67 %) aplican “sanciones por faltas éticas” aunque se desconoce si la aplicación de estas faltas es para con los trabajadores, los proveedores o clientes. En todo caso, es un hallazgo que llama la atención ya que, el 57,5 % de los encuestados manifestó, en el anterior punto, no tener ningún código de ética o conducta, por ende, se desconoce el criterio normativo que justifique o regule este tipo de comportamientos y los tipos de sanciones a aplicar. Además, solo el 21 y 12 % de pymes tienen una misión y visión institucional, respectivamente.

Hay otros indicadores que arrojan un porcentaje de 0, tales como, ausencia de comités y personas responsables de la RSE y el no reconocimiento de esta iniciativa como parte de la estrategia empresarial. En aquellas pymes que reportaron tener una misión y visión, ninguna incorpora elementos socialmente responsables, es decir, existe un desconocimiento sobre qué implica y en qué consiste la RSE como modelo de gestión empresarial. La ausencia de estos principios conlleva a un problema mucho mayor: ausencia de planificación estratégica. La

ausencia de una misión, visión y objetivos claros es lo que no permite a una empresa avanzar y conocer sus propósitos a corto y largo plazo. Es necesario “recorrer el camino al futuro, identificado prioridades y asignación de recursos, para adecuarse a los cambios y a la demanda que impone el entorno, de una forma eficiente y rentable permitiendo evaluar todas las alternativas antes de tomar decisiones” (Sumba 2020, 130).

1.3. Diálogo e involucramiento con las partes interesadas

En este indicador se aborda al público interno de las pymes a partir de los conceptos de diálogo y participación. De 94 pymes, 58 de ellas no poseen una estrategia para involucrar a las partes interesadas a sus procesos, incluso, 73 consideran que la crítica que emana este público no es importante y no influye en sus propósitos y objetivos. En la misma línea, 76 pymes no tienen una política establecida para resolver las dudas y sugerencias de los clientes y usuarios, 63 consideran que el diálogo e involucramiento con el público no forma parte de sus indicadores de desempeño. Otros datos relacionados se muestran en la tabla que sigue:

Tabla 2
Diálogo e involucramiento con las partes interesadas

Indicadores	Sí	No
- Posee sistema o estrategia para conocer o involucrar a sus partes interesadas	36	58
- Está abierta a críticas de grupos o partes interesadas sobre la naturaleza de sus procesos, productos o servicios	21	73
- Tiene una política o sistema formal para responder a cualquier sugerencia, apelación, esfuerzo, demanda o quejas	18	76
- Los procesos de diálogo cuentan con indicadores de desempeño para monitorear las relaciones	31	63
- Tiene una política para que la información derivada de los procesos de diálogo o compromisos con las partes interesadas sean comparadas, confiables, relevantes y comprensibles	27	67
- Los indicadores, datos e información son utilizados en el proceso de planeación general de la empresa	16	78

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

En definitiva, estamos en ausencia de pymes que, en su gran mayoría, rompen con una acción tan democrática como es el diálogo y desaprovechan la información confiable y útil que puede proporcionarles el público que conoce de cerca la realidad de la pyme como pueden ser temas de legislación laboral, seguridad social, procesos administrativos y de

contratación, entre otros. Por ende, “el grupo de interés respectivo debe ser visto como sujetos que deben ser tomados en cuenta en las resoluciones que adoptare la organización, esto debido a su potencial como difusor de información de lo que percibe o experimenta” (Saltos y Velásquez 2019, 8).

1.4. Gestión participativa

En este indicador, interesa observar cómo se involucran los empleados en la gestión y organización de la empresa. En 66 casos los datos indican que no existe una comunicación abierta y fluida con las personas responsables de la toma de decisiones, 68 personas no conocen la información acerca de la planificación estratégica y 72 personas no conocen la información financiera de la pyme. Estos hallazgos apuntan a que la mayoría de empleados no poseen una comunicación abierta con los accionistas y gerentes de las pymes, tanto que, desconocen las regulaciones administrativas, financieras, de riesgos y planificación que pueda existir.

Tabla 3
Gestión participativa

Indicadores	Sí	No
- Comunicación abierta con los responsables de la toma de decisiones	28	66
- Conoce los lugares de trabajo e instalaciones de toda la empresa	20	74
- Conoce la información de planificación estratégica de la empresa	26	68
- Conoce la información financiera de la empresa	22	72

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

La gestión participativa es importante porque así el trabajador siente que se le incluye en los procesos de toma de decisiones de la pyme. El recurso humano es igual de significativo que el recurso tecnológico, financiero, entre otros. “Promover la participación implica asumir una nueva cultura que convierta a los trabajadores en verdaderos protagonistas de un proceso orientado a la mejora permanente de las condiciones de trabajo cuyo fin es conseguir mayores niveles de bienestar colectivo” (Boix y Vegel 1994; citado por Gavilánez, Espín y Arévalo 2018, 11). Por ende, el diálogo es un valor agregado que aporta información, inclusión y participación en los procesos de toma de decisiones empresarial.

1.5. Balance entre familia y trabajo

Este indicador indaga por los tiempos del trabajo y el bienestar de la familia, es decir, de qué manera las pymes abordan el respecto del trabajador desde su dimensión privada, en especial, del cuidado de los niños y niñas. Las respuestas ofrecidas van por dos caminos: un primer camino que es positivo y que se ancla al cumplimiento de la ley pues las pymes, en su mayoría, si reconocen los derechos de la mujer embarazada. Ofrecen programas para la salud de las trabajadoras en estado de gestación y flexibilidad en el horario laboral para el período de lactancia materna, con el 64 y 67 de las respuestas, respectivamente. El segundo camino no resulta tan alentador ya que la mayoría de las pymes no cuentan con estadísticas y no tienen programas de corresponsabilidad que provean de oportunidades a las familias de los trabajadores, con el 71 y 68 % respectivamente.

Tabla 4
Balance entre familia y trabajo

Indicadores	Sí	No
- Cuenta con estadísticas sobre el nivel educativo de los familiares de sus colaboradores	23	71
- Existen programas de corresponsabilidad, que provean oportunidades de educación a los familiares de sus colaboradores	26	68
- Ofrece flexibilidad de horario para asuntos particulares de sus colaboradores (eventos de los hijos, emergencias, estudios, etc.)	13	81
- Ofrece un programa específico para la salud de las colaboradoras de la empresa que están en gestación	64	30
- Ofrece flexibilidad de horario para el período de lactancia materna, conforme la ley vigente	67	27
- Cuenta con una estrategia para evitar el acoso sexual y laboral	6	88

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

En Ecuador el artículo 35 de la Constitución establece que las mujeres embarazadas forman parte de los grupos de atención prioritaria. Esto implica, de acuerdo al artículo 43, la protección prioritaria, gratuidad de los servicios de salud y facilidades para el período de recuperación del parto y de lactancia. El Código del Trabajo en Ecuador protege los derechos de la mujer embarazada: otorga licencia remunerada de 12 semanas luego del parto que se extenderá a 10 días más en caso de partos múltiples y de 16 semanas más por discapacidad o enfermedad del nacido.

Esta investigación no indagó por los derechos de paternidad. De igual manera, queda pendiente si las pymes otorgan algún tipo de beneficio (licencia con sueldo, por ejemplo) en

el caso del cuidado adicional de los hijos, qué sucede con los reposos médicos, incapacidad por cirugías y calamidades domésticas. Se desconoce si las pymes otorgan algún tipo de financiamiento en el caso de que algún empleado quiera cursar estudios profesionales y si cuenta con flexibilidad en el tiempo para ello.

1.6. Mejoramiento de la calidad ambiental

En este indicador se indaga por el cumplimiento de las políticas ambientales. Se tiene que 88 pymes no cumplen con la normativa internacional y nacional vigente al respecto, que parte del desconocimiento de la base legal para la protección de las especies y ecosistemas del país. Entre ellas, el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático de 1994 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A nivel nacional, hay una amplia regulación, comenzando con la Constitución, artículo 86, que declara el derecho “a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable”. Entre otras, se encuentran la Ley Orgánica del Ambiente o la Ley para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, Ley para la Preservación de Zonas y Reserva y Parques Nacionales y el Código Orgánico del Ambiente (Martínez 2019).

Además, 76 pymes no poseen una política ambiental y sustentable, 68 no cuentan con una persona responsable del área de medio ambiente y 81 no contribuyen en la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas (preservación de bosques, agua, ríos y tala). En síntesis, hay un desconocimiento acerca de la regulación normativa en medio ambiente que se hace extensible a la ausencia de prevención ante la extinción de animales. Llama la atención que, 51 pymes, casi la mitad de la muestra, tienen una política de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos, especialmente, tráfico de maderas. Los resultados siguen a continuación en la tabla:

Tabla 5
Mejoramiento de la calidad ambiental

Indicadores	Sí	No
- Cumple todas las leyes ambientales nacionales e internacionales que aplican al sector	6	88
- Posee una política ambiental formal que es del conocimiento de todos los empleados y consta en el código de conducta y en las declaraciones de valores de la empresa	18	76
- Cuenta con una persona responsable del área de medio ambiente	26	68
- Contribuye en la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas, proyectos de conservación de áreas protegidas y/o programas de protección de animales amenazados	13	81
- Tiene una política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos	51	43

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

1.7. Mecanismos para medir, registrar, informar y reducir el consumo

En este indicador, cómo se administra el impacto ambiental, los resultados son poco alentadores y son una extensión del indicador anterior: 63 pymes no poseen algún mecanismo o proceso interno que les permita calcular, registrar y reducir el consumo de agua, 67 no tienen políticas para economizar energías, 58 no poseen mecanismos para residuos sólidos, 72 para reducir otros recursos y 54 para reducir las basuras. De modo que, el desconocimiento de políticas ambientales, deriva en el desconocimiento de prácticas tan esenciales como la de establecer criterios para el ahorro de aguas, energías y disposición final de residuos sólidos.

Tabla 6
Mecanismos para medir, registrar, informar y reducir el consumo o generación de

Indicadores	Sí	No
Agua	31	63
Energía	27	67
Residuos	36	58
Otros recursos	22	72
Basura	40	54

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

La ausencia de prácticas y conciencia a favor del medio ambiente no solo ocurre al interior de las empresas, es un problema que permea también a la sociedad civil y el país. El consumo energético en los hogares, por ejemplo, es muy alto tanto “en las zonas más cálidas

para climatización y el consumo de GLP en la zona sierra o templada para calentamiento de agua” (Ríos, Guamán y Vargas 2018, 99). Respecto al consumo de agua, las estimaciones indican que en Quito una persona gasta en promedio 200-220 litros de agua al día, cifra que representa el doble del gasto de lo que recomienda la Organización Mundial de la Salud (Primicias 2021). Por eso, la reducción del consumo comienza desde la voluntad de cada persona, extensible para el lugar de trabajo de una pyme, como es el apagar las luces, desconectar los equipos electrónicos que no estén en uso, clasificar los residuos sólidos. Estas prácticas bien pueden describirse en un plan al que pudieran tener acceso los empleados.

1.8. Criterios de selección y evaluación de proveedores

Este es uno de los dos indicadores que examina la relación entre la pyme y los proveedores. Al indagar por las políticas y el apoyo que brindan las pymes a los proveedores se tiene que en 86 casos no hay un código o política que contenga criterios sobre cómo se debe normar esta relación, en 82 no existe un programa de RSE, en 79 casos no se les incluye en las campañas de información, cultura y principios que realiza la pyme y en 76 ocasiones no se generan informes periódicos y continuados que les permita a estas personas tomar conocimiento de cómo avanza la producción. El único indicador positivo es que en 57 casos si adopta la garantía técnica de los bienes y servicios adquiridos.

Tabla 7
Criterios para selección de proveedores

Indicadores	Sí	No
- El código de conducta y declaración de valores de la empresa incluye políticas y criterios para la relación con proveedores	8	86
- Posee una política explícita o programa específico de RSE para cada proveedor	12	82
- Incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa	15	79
- Produce informes periódicos con pruebas que garantizan que las cuestiones relacionadas con la RSE se cumplen y aplican en la cadena productiva	18	76
- Adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen, para evitar la adquisición de productos piratas, falsificados o que sean robados	57	37

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

Se evidencia, en síntesis, que la mayoría de las pymes no tienen definido un plan de acción para preservar su relación con los proveedores, como tampoco una directriz clara de cómo funciona esto. De acuerdo a los indicadores Ethos, una empresa sumaría más puntos si hace visitas *in situ* para constatar si el proveedor realiza prácticas de RSE, incluso, si ofrece cursos, talleres o reuniones de responsabilidad social. Lo que se observa, entonces, es que las pymes están alejadas de la realidad y necesidades de los proveedores, los lineamientos de la empresa no los visibilizan ni los dan a conocer al interior, razón por la cual no hay valor agregado en este sentido. Los proveedores, al desconocer las necesidades de la pyme, no pueden ampliar su oferta de bienes y servicios.

1.9. Desarrollo de los proveedores

En este indicador, sobre cómo se administra y desarrolla la relación entre las pymes y los proveedores se advierte 68 pymes no contratan como proveedores a microempresas, a personas naturales, artesanos o pequeñas cooperativas que muchas veces buscan concretar oportunidades y dar a conocer su oferta. Completa el panorama 63 pymes que no apoyan a organizaciones que promueven el comercio justo, 66 que no estimulan la formación de redes o cooperativas de pequeños productores y artesanos, 58 que no presentan mecanismos que permitan mejorar su relación con los proveedores.

Tabla 8
Desarrollo de los proveedores

Indicadores	Sí	No
- Incluye entre sus proveedores a cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones u organizaciones	26	68
- Apoya organizaciones que practican y promueven el comercio justo	31	63
- Estimula la formación de redes o cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevas formas de proveeduría	28	66
- Tiene mecanismos de retroalimentación con sus proveedores para mejorar sus productos y servicios,	36	58

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

Estas prácticas, que pueden ser discriminatorias, no se desarrollan en el marco del trato justo, la igualdad, oportunidad, publicidad y participación ciudadana que son requisitos que si suelen aplicarse para la contratación de proveedores en las entidades públicas. El no

contratar a microempresas, artesanos y pequeñas cooperativas revela que hay proveedores que tienen ciertos privilegios y ventajas frente a otros, es decir, que la selección no se hace bajo principios democráticos. En tal sentido, estos grupos no logran concretar oportunidades de negocio.

1.10. Trato justo y práctico de los costos y beneficios

Respecto al trato ofrecido por la pyme al público externo (consumidores, clientes, comunidad, entre otros) los datos siguen siendo negativos: 67 no promueve una política de compras justas, tema importante porque revela que la política de precios no ha sido pactada o no tiene en cuenta las necesidades de los consumidores. Además, 63 pymes no promueven una política de plazo para los pagos y 69 no realizan contratos debidamente legalizados y normados. En definitiva, las pymes estarían fomentando prácticas injustas y poco equitativas con el público que se apartan de los preceptos de RSE. Según Tanoira (2007, 69), “la RSE hace posible a las empresas obtener más ganancias y ser más competitivas al administrarse de manera socialmente responsable, ya que la violación de los derechos de la persona o del medio ambiente puede llevar a la ruina a éstas en el largo plazo”.

Tabla 11
Trato justo y práctico de los costos y beneficios

Indicadores	Sí	No
Políticas de compra justas	27	67
Plazos de pago justos y estables	31	63
Contratos o licitaciones documentadas y estables	25	69

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

1.11. Excelencia en la atención

El área encargada de la atención al cliente hace parte del *marketing* como se vio en el capítulo anterior. Independientemente de qué tan pequeña o grande sea la empresa, se debe contar con personal encargado y experto que conecte y resuelva las dudas de los procesos y forje una relación estable con el público. La mayoría de las pymes encuestadas conocen de los beneficios del *marketing* ya que este ha sido uno de los pocos indicadores en los cuales hay ciertos logros: 77 pymes tienen una política de atención al cliente, 72 cuentan con un área o departamento para estos fines y 67 cuentan con personal que atiende las sugerencias, reclamos y opiniones. Contrario a ello, 58 pymes manifestaron que, aunque cuentan con el

personal no siempre comparte de manera transparente, precisa y oportuna la información con el cliente. Hay criterios divididos respecto a la capacitación que se le brinda al personal con el fin de mejorar y actuar con mayor autonomía en la resolución de problemas.

Tabla 9
Excelencia en la atención

Indicadores	Sí	No
- Tiene una política establecida de atención al cliente	77	17
- Cuenta con un área o departamento responsable de atención al cliente	72	22
- Ofrece servicio de atención al cliente u otra forma de atención especializado para recibir y atender sugerencias, opiniones y reclamos relacionados con sus productos y servicios	67	27
- Con el fin de que el consumidor tome una decisión fundamentada, comparte en forma transparente y pertinente información completa, precisa y comprensible de sus productos o servicios	36	58
- Capacita e incentiva al personal de servicio al cliente a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de los problemas	40	54

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito

Elaboración propia

De la estrategia de atención al cliente la pyme podrá estar informada qué requiere el cliente, cómo puede mejorar, qué otros servicios pueden brindar, le permite reducir costos o replantear algunas ofertas, fidelizar y conocer a su público y, finalmente, ofrecer una imagen positiva de su negocio. No obstante, los datos reflejan que las pymes deben avanzar en la entrega de información completa y precisa de los productos que ofrece ya que no hacerlo es poco ético e irresponsable. Recordemos que la ética es uno de los principios de la RSE.

1.12. Participación en la acción social

Tanoira (2007) indica que una empresa socialmente responsable es aquella que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas y se involucra con la comunidad. Estas acciones, que propenden el bien común, no hacen parte de las políticas de las pymes encuestadas ya que 76 de ellas no alientan a los trabajadores para que sus hijos ingresen a los sistemas educativos, 64 no promueven el derecho a la salud con acceso a medicamentos,

vacunas y una vida saludable, 69 no promueven actividades culturales y deportivas, así como tampoco 71 de ellas poseen un comité encargado de salud ocupacional.

Los datos continúan: 66 pymes no participan en alianzas con otras organizaciones con el fin de maximizar sinergias y hacer uso de recursos, conocimientos y habilidades, 68 no ofrecen programas alimentarios destinados a las personas vulnerables o bajos ingresos, 70 manifestaron no tener injerencia en los planes y desarrollo de las comunidades vulnerables mientras que 72 evitan acciones como la filantropía o la asistencia social. Los hallazgos se concentran en la tabla que sigue.

Tabla 10
Participación en la acción social

Indicadores	Sí	No
- Alienta la incorporación de niños y niñas a la educación formal y contribuye a la eliminación de los obstáculos que impidan obtener una buena educación	18	76
- En su política considera promover la buena salud, mediante acciones como: el acceso a medicamentos y vacunas, el fomento de estilos de vida saludables, ejercicios y una buena nutrición	30	64
- Promueve actividades culturales y deportivas de su comunidad	25	69
- Posee un consejo o comité mixto, con miembros de diferentes áreas de la empresa o de otro grupo empresarial, incluidos miembros de asociaciones para tratar el tema de salud	23	71
- Participa en alianzas con otras organizaciones (gobierno, empresas u ONG) con el fin de maximizar sinergias y hacer uso de recursos, conocimientos y habilidades complementarias	28	66
- Contribuye a programas que proporcionan acceso a alimentación y otros productos esenciales para grupos en situación de vulnerabilidad o personas con bajos ingresos	26	68
- Tiene en cuenta en su política la importancia de contribuir al incremento de capacidades, recursos y oportunidades en las comunidades	24	70
- Considera como criterio de inversión social, evitar acciones que generen dependencia de la comunidad (actividades filantrópicas, asistencialismo)	22	72

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

2. Modelo de RSE aplicable para las pymes

Los resultados anteriores confirman lo que las fuentes bibliográficas, esbozadas en el primer capítulo, argumentaban: son muy pocas las pymes que practican una RSE. De las 94 pymes que conforman la muestra de estudio, en promedio, 30 de ellas han logrado avanzar en políticas, planes y prácticas con sentido social y ambiental. El resto, el 68 % aún no lo logran, no inician. Hay subtemas en los que hay un notable avance como lo es la excelencia en la atención al público, pero con detalles por resolver, mientras que, el diálogo con las partes interesadas, la gestión participativa, la calidad ambiental, la selección y evaluación de los proveedores y la acción social requieren de mayor atención y aplicación. La tabla que sigue resume estos resultados por tema y subtemas:

Tabla 11
Resultados generales de las encuestas

Temas	Subtemas	Número de empresas en promedio que...	
		Si tienen o practican...	No tienen o no practican...
Valores y gobierno corporativo	Código de ética	26,7	67,3
	Cultura organizativa	32	62
Público interno	Diálogos y partes interesadas	24,8	69,2
	Gestión participativa	24	70
	Balance entre familia y trabajo	33,2	60,8
Medio ambiente	Calidad ambiental	22,8	71,2
	Reducción de los consumos	31,2	62,8
Proveedores	Selección y evaluación de proveedores	23,6	70,4
	Desarrollo con los proveedores	30,2	63,8
Público externo	Trato justo	27,6	66,4
	Excelencia en la atención	58,4	35,6
	Acción social	24,5	69,5

Fuente: Encuesta dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito
Elaboración propia

Conocer las fortalezas y debilidades de cada pyme desde los valores corporativos, los públicos interno y externo, proveedores, acción social y medio ambiente será el punto de partida para iniciar con un diagnóstico de RSE. Sería oportuno comprender las razones que llevan a una pyme a adoptar o no este modelo empresarial, aunque, lo que es útil para una empresa no necesariamente será útil para la otra (Cabanellas, 1993). Las directrices de la

Norma ISO 26 000 sería un buen punto de partida para que las pymes que desean incorporar valores agregados y anticipar riesgos laborales, sociales, económicos, ambientales y demás, se decidan a hacerlo. Siguiendo el esquema de trabajo que propone Molina (2014) que, a su vez, se encuentra amparado en la Norma ISO, se proponen contenidos propios que se ajustan a las particularidades de la muestra de estudio. El esquema es el siguiente:

1. Análisis previo.
 - 1.1. Compromiso de la dirección
 - 1.2. Equipo de trabajo
 - 1.3. Formación
 - 1.4. Misión y visión
 - 1.5. Valores empresariales
 - 1.6. Grupos de interés (identificación)
2. Lista de chequeo de responsabilidad social empresarial (aplicación)
 - 2.1. Valoración de la lista de chequeo de RSE.
 - 2.2. Revisión de procedimientos existentes y no existentes en las empresas analizadas.
3. Análisis de las dimensiones de la RSE con base a indicadores y sus principales beneficios tangibles e intangibles
4. Determinación de los objetivos, metas y estrategias para las prácticas de RSE
 - 4.1. Objetivos y estrategias para las prácticas de RSE
 - 4.2. Criterios y estrategias
 - 4.3. Matriz de objetivos, metas e indicadores
5. Delimitación de las políticas generales sobre RSE
6. Elaboración de un plan de acción con sus actividades, responsables y tiempos
7. Consideraciones generales para garantizar el éxito del modelo y su aplicación en la práctica (Molina 2014, 83-4).

2.1. Análisis previo

El primer elemento a tener en cuenta para el desarrollo de un modelo de RSE es llevar a cabo un análisis inicial y exhaustivo de la pyme para así determinar su posición y su interés en adoptar el modelo de RSE. En razón de que no se cuenta con una pyme modelo que guie esta propuesta, se describe a continuación las 6 fases que debería tener dicho modelo:

2.1.1. Compromiso de la dirección

La gestión es la base fundamental para el desarrollo de este modelo. El éxito se logra si la organización y las partes interesadas se comprometen a participar y proporcionar los recursos técnicos, humanos y económicos que hacen posible el éxito mancomunado. Luego del análisis previo realizado, y antes de aplicar el modelo, es importante que los socios y las máximas autoridades de las pymes se comprometan a garantizar la transparencia mediante el

diálogo y, por tanto, la secuencia de las siguientes fases de manera sistemática (ISO 26000 2013). Se recomienda a las autoridades que elaboren y firmen un documento en el cual se indique el compromiso de la pyme respecto a la RSE. El documento debe estar legalizado y difundirse para que todas las personas accedan a él y sepan de su contenido. El compromiso debe extenderse a todas las áreas de la empresa (directivos, asistentes y otros) de modo que, se motive las prácticas responsables y sostenibles. A continuación, se presenta el modelo del documento:

Yo (apellido, nombre), identificado con cédula número (número) como representante legal de (nombre de la empresa) confirmo el compromiso de la empresa para desarrollar e integrar la RSE a todos sus proyectos institucionales. La empresa se compromete a aumentar la sostenibilidad utilizando una metodología moderna para su desarrollo.

Para ello, la empresa se compromete a:

1. Aplicar la metodología de diagnósticos de RSE, utilizando las regulaciones y leyes de la industria.
2. Asignar a la persona responsable del proceso de implementación del modelo, con suficiente tiempo y recursos para guiar el proceso de diagnóstico en el negocio.
Persona de referencia: (apellido, nombre y función).
3. Comunicar el desarrollo del proceso de implementación del modelo a todos en la organización en al menos 2 puntos:
 - La fase inicial y la formación en la empresa.
 - El último paso en la preparación del informe de diagnóstico.
4. Utilizar las conclusiones obtenidas en el diagnóstico de RSE para establecer y priorizar las oportunidades de mejora y proporcionar continuidad en la mejora de la sostenibilidad del negocio.

Firma:

Director / gerente

Sello de la empresa

2.1.2. Equipo de trabajo

En la empresa debe haber una persona encargada de la administración del modelo de RSE, un líder que pueda convocar, negociar y realizar todas las gestiones. Este líder saldrá del consenso y la elección que el público interno haga, no obstante, debe tener experiencia profesional, conocimiento de la empresa (Gómez, 2011) pero, sobre todo, ser responsable, objetivo, propositivo y comprometido. Entre otros valores, se recomienda que la persona designada tenga estas otras características:

- Acceso directo a una dirección o guía para recopilar datos y aclarar dudas

- Tener credibilidad en el negocio
- Ser cortés con los colegas
- Conocer los problemas de calidad y los sistemas de control para facilitar su aplicación
- Interés en temas de RSE

2.1.3. Formación

La formación y capacitación de la persona designada y del equipo de trabajo tendrá por base los conceptos, definiciones, principios y materiales que propone la ISO 26 000. Se requiere que las instrucciones estén relacionadas con los conceptos de medio ambiente, desarrollo sostenible, transparencia, ética y acciones sociales. Sería ideal que toda la empresa recibiera la capacitación, pero, en el caso contrario, se sugiere que las personas que asistan ofrezcan toda la información y datos solicitados y, a su vez, repliquen entre sus compañeros la información impartida.

Para la réplica se recomienda realizar talleres grupales de 15-20 personas con una duración de hasta 2 horas, con 30 minutos adicionales para preguntas y respuestas. El taller, que se puede realizar dentro de la jornada laboral y en uno de los salones de la empresa, debe iniciar indagando sobre cómo perciben los empleados los valores corporativos, la misión y visión institucional. Es necesario identificar a cada uno de los trabajadores para saber cuáles pueden ser los impactos y conocimientos que cada uno puede generar a favor de la empresa (Friedman 1999). El líder será el único responsable de recibir las dudas y de monitorear los procesos y procedimientos utilizados para garantizar la mejora continua y la sostenibilidad de la empresa.

2.1.4. Misión y visión

Si la empresa no tiene una misión, visión y una política organizacional será muy difícil integrar los métodos y estrategias de RSE. La misión se refiere a la declaración de los principios y objetivos que guían a una empresa, es la herramienta que orienta todo el plan organizacional, los valores y la función. Entre tanto, la visión es la capacidad de comprender las potencialidades y amenazas del entorno y proyectarse hacia el futuro.

En la misión surge la pregunta qué quiero y cómo lo voy a hacer, mientras que en la visión la pregunta es hacia donde quiero llevar la empresa (Barroso 2008). El líder será la persona responsable de socializar la misión y la visión y los valores de la compañía, para eso, es importante tener un documento disponible que refleje estas políticas y que sea conocido por todas las personas ya que no se trata de una declaración vacía, sino, es el reflejo razonado del por qué existe la compañía. En esta etapa, las pymes deben realizar una autoevaluación y reflexionar sobre su misión con el fin de alentar prácticas socialmente responsables o motivar su implementación futura. De esto dependerá que los resultados de las etapas posteriores sean mejores. A continuación se presenta un modelo de misión y visión empresarial con sentido responsable.

Misión: ofrecer bienes y servicios en el área de las tecnologías y la innovación bajo los principios de calidad, transparencia, optimización de los procesos productivos, respeto al medio ambiente y trato justo entre las partes.

Visión: lograr el reconocimiento de los clientes y proveedores como una empresa líder en el mercado que promueve la fabricación de productos de calidad y los derechos de quienes integran esta gran familia.

Política de calidad: la empresa tiene un compromiso al satisfacer las demandas de sus clientes, prestando un servicio de óptima calidad, mejorando su gestión y cumpliendo con todos los requisitos legales que la ley estipula.

2.1.5. Valores empresariales

Los valores se refieren a un sistema de creencias y reglas que regulan y le dan sentido a la organización, es decir, son el norte y el principio orientador, lo que sostiene a la cultura organizacional y el liderazgo en el mercado. Los valores influyen en los hábitos, creencias y el pensamiento de las personas (Molina 2014) que, en el caso de una empresa con sentido responsable, pueden ser los siguientes:

- Transparencia en la gestión
- Respeto a los clientes internos y externos y al medio ambiente.
- Compromiso con la seguridad laboral
- Responsabilidad con la comunidad
- Identificación con la empresa
- Confianza
- Efectividad y eficiencia del proceso.
- Cumplimiento de los aspectos legales y obligaciones (Molina 2014, 88).

2.1.6. Grupos de interés

Todas las personas que tienen relaciones directas e indirectas con la empresa, es decir, que interactúan con ella, son las partes interesadas. De acuerdo a los indicadores Ethos son el público interno y externo. Es importante identificarlos, conocer sus expectativas e intereses para así tomar las medidas necesarias que ayuden a mitigar y prevenir posibles conflictos al momento iniciar con las practicas socialmente responsables (Duque 2013). Los principales grupos de interés que se identificaron en las pymes encuestadas son el gerente, asistentes, técnicos, área de compras y contabilidad, atención al cliente, personal de servicios varios, proveedores, clientes, vecinos del barrio, empresas de servicios públicos, farmacias, tiendas, vigilantes, otros. A continuación, una tabla que contiene información acerca de los intereses y necesidades de los grupos de interés de las pymes.

Tabla 12
Formato de identificación de partes interesadas

Grupo de interés	Cuáles son sus necesidades y expectativas	Cómo las medimos	Posibles acciones a realizar	Impactos de mis actividades en este grupo	Aspectos relevantes a tener en cuenta

Fuente y elaboración propia

2.2. Lista de chequeo de RSE

A continuación, se presenta una tabla que contiene una lista de chequeo organizada de acuerdo a los temas presentados en la encuesta (valores y gobierno, proveedores, público interno, medio ambiente) con la excepción de que el tema sobre “público externo” se ha desagregado en clientes y consumidores, comunidad, gobierno y sociedad para mayor detalle. La tabla contiene preguntas por cada tema, puntaje y porcentaje alcanzado, puntuación. La propuesta de verificación sigue a continuación:

Tabla 13
Lista de verificación de RSE

Temáticas de la lista de chequeo	Puntaje por ítem	Observaciones por temática
Valores, transparencia y gobierno corporativo	20,0	
Compromisos éticos	10,0	
Cultura organizacional	4,0	
Gobierno corporativo	2,0	
Relaciones con la competencia	2,0	
Balance social	2,0	
Proveedores	7,0	
Criterios de selección y evaluación de proveedores	4,0	
Relaciones con la cadena de proveedores	3,0	
Público interno	26,0	
Salud, seguridad y condiciones laborales	4,0	
Valoración de la diversidad	3,0	
Compromiso con el desarrollo profesional	3,0	
Gestión participativa	4,0	
Balance social	2,0	
Política de remuneración y beneficios	3,0	
Clima laboral	3,0	
Compromiso con el desarrollo infantil	1,0	
Comportamiento en los despidos	2,0	
Plan de retiro	1,0	
Medio ambiente	17,0	
El medio ambiente como compromiso empresarial	4,0	
Prácticas del cuidado del medio ambiente	8,0	
Impacto medioambiental	5,0	
Clientes y consumidores	15,0	
Consideración de la opinión del cliente	7,0	
Proceso de reclamaciones	3,0	
Marketing y comunicación	3,0	
Conocimiento y manejo de los daños potenciales de los productos y servicios	3,0	
Comunidad	9,0	
Política de apoyo a la comunidad	4,0	
Financiamiento de acciones sociales	5,0	
Gobierno y sociedad	6,0	
Participación política	2,0	
Prácticas anticorrupción	2,0	
Construcción de la ciudadanía	2,0	
Total	100,0	

Fuente y elaboración propia

2.2.1. Evaluación de la lista de verificación

Para una mejor comprensión y cobertura del modelo, se aplicó la lista de verificación a dos pymes cuyos gerentes demostraron disponibilidad para que se aplicara con la garantía

de no publicar sus nombres ni de las empresas. En la aplicación y las consultas realizadas se pudo determinar cierto grado de direccionamiento y gestión en el campo de la RSE de la siguiente manera:

- **Empresa A:** obtuvo 78 puntos (78 % de cumplimiento). La compañía entiende indirectamente el concepto de RSE y esto resulta vital cuando trata de desarrollar las obligaciones y políticas necesarias para una gestión socialmente responsable. Esta pyme tiene aspectos positivos, tales como, relaciones más estrechas con las partes interesadas que agregan valor.
- **Empresa B:** obtuvo 43 puntos (43 % de cumplimiento). La pyme lleva lidera varias acciones sociales que se encuentran ligadas al apoyo a instituciones de caridad pero que, finalmente, no generan valor para la empresa. Para superar estos obstáculos, se debe adquirir un conocimiento más profundo de la RSE y sus ámbitos de aplicación.

2.2.2. Revisión de procedimientos existentes y no existentes

El gerente de la empresa A, dueño al mismo tiempo, disfruta del apoyo y compromiso significativo de sus empleados, pero las acciones tomadas pueden considerarse aisladas ya que la empresa no tiene documentación que refleje las acciones socialmente responsables que implementa. Las puntuaciones más bajas se observaron en tres temas:

- **Gobierno y sociedad:** la ausencia de conocimiento sobre cultura ciudadana ha llevado a la pyme a no practicarla, menos aún, a inculcarla entre sus empleados. Tampoco existen políticas para prevenir la corrupción pese que, en las tareas diarias, la cultura organizacional y responsabilidades asignadas es un tema que siempre está presente. Sin embargo, se recomienda la implementación de una política anticorrupción para evitar posibles conflictos y problemas con las partes interesadas (González 2014).
- **Comunidad:** la creación de una política de vinculación con la sociedad basada en donaciones y campañas educativas es más efectiva que la entrega de dinero a las personas. Se recomienda que la pyme planifique y realice actividades de ocio y recreación que involucre a los empleados y a la comunidad.

- **Medio ambiente:** la administración de las políticas ambientales debe llevarse de manera técnica y profesional, utilizando indicadores de fácil acceso y utilidad para todo el personal de la empresa. De igual modo, reducir el consumo de agua y energía para así optimizar los recursos, minimizar los residuos sólidos y las basuras producidas por el personal y los clientes. A continuación, se encuentra la tabla que contiene las operaciones existentes y no existentes de RSE de la empresa A.

-

Tabla 14
Actividades y operaciones en la empresa A

Operaciones existentes	Operaciones no existentes
Plan estratégico (misión, visión, política de calidad)	Código de ética
Cultura organizacional y apoyo de los directivos	Evaluación de desempeño de los jefes y directivos aplicado por el personal
Código de conducta	Plan de retiro
Informes de transparencia (económico-financiero)	Desconocimiento sobre cultura ciudadana
<ul style="list-style-type: none"> - Programas de clima laboral y satisfacción del cliente interno - Programas de prevención y cuidado del medio ambiente - Política de cultura organizacional - Políticas de remuneración - Programas de salud y seguridad ocupacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas de educación y atención a impactos ambientales - Programa periódico de consultas a proveedores - Políticas de educación y atención a impactos ambientales - Política de monitoreo de impactos y riesgos - Políticas de anticorrupción
Programas de salud y seguridad ocupacional	Políticas de anticorrupción
Norma ISO de calidad	No aplica (n/a)
Importancia en opinión de los clientes	n/a
Comunicación interna efectiva	n/a
Mayor salario mínimo en comparación al salario vigente	n/a
Compromiso con el desarrollo personal	n/a
Relación cordial con Proveedores	n/a
Marketing y ventas con criterio ético y ambiental	n/a
Cumplimiento estricto de la ley	n/a

Fuente y elaboración propia

De la empresa B se puede afirmar que no existe una cultura organizacional definida y un plan estratégico para comprender de mejor manera la esencia del negocio. El gerente, que también es el dueño de la empresa, no tiene mucho interés en aplicar un plan de RSE. Esta voluntad es importante porque de ello depende lo exitoso que pueda ser el modelo a largo plazo, por lo que educar y capacitar a los dueños sería la primera estrategia con el fin

de lograr mayor aceptación. La implementación de acciones socialmente responsables y sostenibles con el medio ambiente, la sociedad y los grupos interesados, combinado con el desarrollo organizacional y la capacidad financiera y administrativa que tiene esta pyme, le permitiría convertirse en líder en este sector. Aunque los puntajes son bajos, hay una serie de temas que precisan de mayor atención:

- **Comunidad:** no se han tomado medidas para apoyar a la comunidad lo cual se debe a la ausencia de normativa y una estructura organizativa que fortalezca los emprendimientos comunitarios. Si se fortalece la estructura organizativa de la pyme sería posible el crecimiento sostenible de la comunidad y empresa (Ramos 2015).
- **Proveedores:** la compañía adolece de un programa para con los proveedores. La elaboración de este plan debe hacerse con base al interés de las partes, ya que mediante el *ganar-ganar* se genera confianza mutua, apoyo y armonía (Ramos 2015).
- **Audiencia interna:** este componente es fuerte y numeroso en la organización, sin embargo, no se explota como se debería. Por ejemplo, la falta de compromiso para con la motivación y el desarrollo de actitudes y capacidades del talento humano es irrisoria. Esto es perjudicial para el entorno laboral y la motivación del personal quienes son, finalmente, los que realizan las tareas y se encuentran la mayor parte del tiempo en la oficina (Ramos 2015). Es pertinente crear una política de recompensa que motive y mejore la calidad de vida de estas personas. A continuación, la tabla que contiene las operaciones que existen y que no, dentro de la empresa B.

Tabla 15

Actividades y operaciones en la empresa B

Operaciones existentes	Operaciones no existentes
Políticas y programas existentes	Plan estratégico (misión, visión, política de calidad)
Programas de seguridad y salud ocupacional (por ley)	Cultura organizacional en papel
Compromiso inicial con el desarrollo del personal	Código de conducta
Opinión válida del cliente (superficial)	Código de ética

Cumplimiento de las leyes laborales	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de transparencia (económico-financiero) - Canales de comunicación efectivos - Políticas, programas y procedimientos en general - Programas de clima laboral y satisfacción del cliente interno programas de prevención y cuidado del medio ambiente política de cultura organizacional - Políticas de remuneración de beneficios - Políticas de RSE en la cadena de proveedores - Políticas de educación y atención a impactos ambientales programa periódico de consultas a proveedores - Política de monitoreo de impactos - Políticas de anticorrupción
-------------------------------------	---

Fuente y elaboración propia

2.3. Análisis de las dimensiones de la RSE y sus principales beneficios

El enfoque de RSE resulta clave para mejorar y mantener los procedimientos existentes e implementar los inexistentes de las pymes con miras a incorporar valores agregados. En las tablas que siguen están los temas (sociales, ambientales y económicos) con indicadores y valores que permiten conocer de cerca hacia dónde se orienta y cómo evaluar a estas pymes.

Tabla 16
Dimensión social de la RSE

Temáticas	Indicador	Valor
Formación y capacitación	Horas de formación por persona	Horas/persona
	Personas capacitadas respecto al total de la plantilla	% personas
	Inversión en capacitación por persona trabajadora respecto al total de la plantilla	% dólares invertidos
	Horas de formación por temática (medio ambiente, seguridad, salud ocupacional, otros)	% horas/temática
Igualdad de oportunidades	Según categoría profesional (personal)	% mujeres, % hombres % discapacitados, % > 45 años, otros
	Diferencia salarial según sexo y categoría profesional	% personas
Seguridad e higiene	Índice de incidencias	% incidencias
Satisfacción del cliente	Quejas recibidas por parte del cliente	Número de quejas
Comunidad local	Patrocinio y acción social en temas deportivos, sociales, culturales y ambientales	\$/ventas totales \$/beneficios
Democracia interna	Personas con derecho al voto respecto al total de personas en la organización	% personas
Estabilidad en la plantilla	Rotación media de la plantilla	Índice de rotación de la empresa
	Media de permanencia de la empresa	Años

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017. Elaboración propia

Tabla 17
Dimensión ambiental de la RSE

Temáticas	Indicador	Valor
Gestión y manejo del agua	% total de agua reciclada por año	% metros cúbicos
Gestión y manejo de la energía	Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía en (producción, transportes, iluminación)	Eléctrica (kW) Gasolina (galón-litro). Gas natural (metros cúbicos)
	% de energía consumida de fuentes renovables	% energía
	Propias (paneles solares, aerogeneradores)	
	% de energía ahorrada de las medidas adoptadas	% energía ahorrada
Contaminación acústica	Diferencia del ruido exterior y valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica	Decibelillos
Contaminación atmosférica	Contaminación y seguimiento de la emisión de gases de efecto invernadero	Partes por millón
		Toneladas de CO ₂
Política y gestión ambiental	Existencia de sanciones y multas por incumplir la legislación ambiental	Número de sanciones dólares por sanciones
	Gastos e inversiones anuales desglosadas por tipos	Dólares
Producción y gestión de residuos	Control y seguimiento de la cantidad de residuos anuales generados, desglosados por tipología y tipo de tratamiento	Toneladas de residuos
Afectaciones al suelo	Volumen de vertidos accidentales más significativos	Metros cúbicos
Información y formación	Actividades de información y formación con respecto	Horas de formación
Ambiental	Mejora ambiental y número de participantes	Número de participantes
Inversiones ambientales	Número de iniciativas, gastos o inversiones de carácter ambiental	Dólares

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

Tabla 18
Dimensión económica de la RSE

Temáticas	Indicador	Valor
Uso de los recursos locales	% de compras producidas en el territorio sobre total de compras	% compras locales
	Ventas netas	dólares
Gestión de capital	Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período	Dólares
Marketing responsable	Incidentes por los incumplimientos en la legislación, códigos voluntarios impactos por temas de información del producto, etiquetado y salud y seguridad en su ciclo de vida	Número de incidentes
Innovación	Recursos destinados a la innovación como maquinarias, sistemas de gestión, despliegue de nuevos proyectos, etc.	Dólares
Comunidad local	Inversiones socialmente responsables	Dólares
	Compras, donaciones a la comunidad, impuestos pagados, reservas y dotaciones	
	Valor económico generado en la empresa como gastos del personal	
Económico general	Reparto de beneficios entre la propiedad	% de reparticiones

	Rendimiento de capital (beneficios antes de impuestos/fondos propios)	% beneficios
	Productividad del empleo (facturación/planilla total)	Dólares/total de plantilla

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

Las consecuencias de aplicar los indicadores anteriores a las pymes en el área de las TIC en Quito dan lugar a acciones sostenibles a largo plazo tanto para la empresa como para las partes interesadas. Estas consecuencias se dan a partir de cuatro dimensiones que siguen en la tabla.

Tabla 19
Consecuencias de la utilidad de los indicadores

Temáticas	Indicador	Valor
Fidelidad de clientes y consumidores	Mayor aceptación y conocimiento de los valores y productos de la empresa	Número de clientes nuevos
		Número de clientes reincidentes
Fidelidad de proveedores	Mayor compromiso y apoyo de los proveedores en la cadena de valor	Menor % de productos defectuosos
Compromiso con el personal	Mayor apoyo y compromiso del cliente interno	Nivel de motivación Evaluación de clima laboral Productividad
Relación con la comunidad	Mejores relaciones, apoyo y crecimiento sostenible tanto de la empresa como de la comunidad	Número de trabajadores locales y dólares invertidos en obras locales

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

Tabla 20
Beneficios esperados de la RSE

Temáticas	Descripción
Imagen interna	Fortalecimiento de la imagen interna
Reputación corporativa	Mejora de la reputación corporativa
Ética empresarial	Mayor compromiso y ética de la empresa con sus grupos de interés
Cultura organizacional	Generación de sistemas de gestión que estimulen la cultura organizacional
Compromiso integral con el medio ambiente	Mayor apoyo y participación por parte de la empresa en temas ambientales

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

2.4. Objetivos, metas y destrezas para la RSE

Para que las pymes cumplan con lo anterior deben establecer objetivos y metas claras y específicas, sostenibles en el tiempo. Los objetivos de una empresa funcionan como el hilo conductor de lo que se espera, son los indicadores que determinan el desempeño y, por tanto,

deben ser justificables y medibles. Se necesitan de objetivos funcionales que permitan medir el progreso frente a las estrategias (Moguel, 2012).

2.4.1. Objetivos y habilidades para la RSE

En la formulación de objetivos se debe tener en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Su empresa tiene en cuenta los requisitos legales, operativos y opiniones de todas las partes que intervienen en la organización?
- ¿Se definen y mantienen las metas y objetivos en toda la organización?
- ¿Dichas metas están en línea con la política y la mejora continua?

Para lograr los objetivos se debe tener en cuenta los impactos, peligros, riesgos, especificaciones y requisitos legales de todas las operaciones comerciales que tienen una trascendencia directa con el medio ambiente, salud humana, seguridad y calidad industrial de los productos y servicios (Moguel, 2012). Algunas preguntas que ayudarán a alcanzar sus objetivos son las siguientes:

- ¿Hay fechas y plazos definidos para alcanzar estos objetivos?
- ¿Tiene la empresa algún programa para alcanzar las metas y objetivos?
- ¿Las responsabilidades son compartidas en todos los niveles organizacionales?
- ¿Se tienen en cuenta los aspectos e impactos que pueden generarse ante el desarrollo de actividades o de nuevos bienes y servicios ofertados?

2.4.2. Criterios y estrategias

Según la información ofrecida por Moguel (2012), la RSE incluye 4 criterios, son:

- Acciones vinculadas a una estrategia empresarial e integrada en su política y método de trabajo.
- Acciones voluntarias que van más allá de la ley.
- Acciones que tengan en cuenta las opiniones que tengan las personas en función de los resultados que puede generar la empresa.
- Acciones públicas que pueden ser verificadas y comprobadas de ser el caso.

A lo que vamos, es que la RSE tiene una ventaja frente a otros modelos empresariales ya que la estrategia de trabajo se basa en:

- **Optimización de recursos:** resulta en eficiencia y reducción de costos mediante el uso de prácticas ambientales que aumentan la ecoeficiencia, prácticas sociales que aumentan la productividad y prácticas de gestión empresarial que mejoran las relaciones con los factores de producción (capital, trabajo, personas) (Pacheco 2014).
- **Diferencia en las innovaciones:** productos y servicios sostenibles deben tener una característica esencial y es la calidad (tangibles) al igual que reputación en la marca (intangibles). Esto sirve para fidelizar a los clientes y captar a otros nuevos.
- **Posibilidad para evitar costos innecesarios:** comprende las multas, e incluso, la pérdida de reputación. Para evitar esto se deben identificar los impactos que genera la empresa y proporcionar un control de riesgos (Igone, 2012).

2.4.3. Matriz de objetivos, metas y estrategias

Tabla 21
Objetivos sociales

Objetivo: aumentar las horas de capacitación a los empleados de la empresa en un 10 % anual					
Actividad-estrategia	Dónde se aplica	Responsable	Costo estimado, en dólares	Duración	Evaluación
Realizar una matriz de las principales falencias en conocimientos por parte de los empleados	Empresa	Jefe de planta o RRHH	300	15 días	
Priorizar las temáticas de interés para la empresa con la intención de solucionar las principales falencias	En procesos que generen mayores problemas	Jefe de planta o RRHH		2 días	
Realizar una búsqueda minuciosa de personas e instituciones que puedan dictar la capacitación	Empresa y entorno	Jefe de planta o RRHH		5 días	
Seleccionar la mejor opción en base al pensum requerido	Empresa y entorno	Jefe de planta o RRHH		5 días	
Capacitar al personal escogido por la empresa	Empresa	Jefe de planta o RRHH	500	1 mes	
Aplicar el conocimiento obtenido en las capacitaciones por parte del personal	En procesos que generen mayores problemas	Jefe de planta o RRHH	No definido	3 meses	

Evaluar el desempeño y aplicación de los conocimientos obtenidos	En procesos que generen mayores problemas	Jefe de planta o RRHH	No definido	1 mes	Fijar periodicidad
--	---	-----------------------	-------------	-------	--------------------

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

Tabla 22
Objetivos económicos

Objetivo: aumentar en un 5 % el uso de los recursos locales anualmente para beneficio de la comunidad					
Actividad-estrategia	Dónde se aplica	Responsable	Costo estimado, en dólares	Duración	Evaluación
Realizar una matriz de insumos, materias primas y demás elementos utilizados en la producción.	Empresa	Gerente, jefe de planta o de compras	200	1 mes	
Identificar el % de recursos locales en comparación a los recursos totales	Empresa	Gerente, jefe de planta o de compras		2 días	
Generar una búsqueda de proveedores locales según el % de recursos locales	Ciudad y comunidad	Gerente, jefe de planta o de compras		2 meses	
Seleccionar nuevos proveedores locales en base a criterios de costos, calidad y demás beneficios	Ciudad y comunidad	Gerente, jefe de compras	200	1 mes	
Generar acuerdos y contratos éticos y claros entre la empresa y sus nuevos proveedores	Ciudad y comunidad	Gerente, jefe de compras		15 días	
Realizar los primeros pedidos de materia prima, insumos y demás elementos utilizados en la producción	Ciudad y comunidad	Gerente, jefe de planta o de compras		2 días	
Evaluar el desempeño de sus nuevos proveedores	Empresa y procesos	Gerente, jefe de planta o de compras			
	Nuevos proveedores		No definido	2 meses	Fijar periodicidad

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.

Elaboración propia

Tabla 23
Objetivos ambientales

Objetivo: minimizar los impactos ambientales identificados por la empresa en un 10 % en un plazo mínimo de 6 meses					
Actividad-estrategia	Dónde se aplica	Responsable	Costo estimado, en dólares	Duración	Evaluación
Realizar una matriz de impactos ambientales	Empresa	Jefe de planta y expertos externos	500	15 días	
Priorizar los impactos según los resultados de la matriz definiendo factores de severidad, consecuencia y probabilidad	Procesos que generen impactos ambientales	Jefe de planta y expertos externos		5 días	
Realizar un análisis de causa-efecto para determinar las acciones a tomar según la criticidad de los impactos	Procesos que generen impactos ambientales	Jefe de planta y expertos externos		15 días	
Aplicar acciones definidas en el proceso para mitigar dichos impactos	Procesos que generen impactos ambientales	Jefe de planta	No definido	5 meses	Fijar periodicidad

Fuente: López, Ojeda y Ríos 2017.
Elaboración propia

2.5. Demarcación de políticas de la RSE

La política corporativa general bien puede consistir en la entrega de bonos generados por los gerentes y propietarios a varios grupos de interés. El compromiso de la alta gerencia es esencial para el desarrollo de cualquier sistema ya que su implementación requiere recursos económicos, equipos y personal que deben ser decididos por la gerencia (Igone, 2012). Una declaración de política de pymes puede incluir los siguientes aspectos:

- Obediencia cabal de las leyes y regulaciones nacionales e internacionales en materia social, ambiental y económica.
- Responsabilidad y buen ambiente de trabajo.
- Siempre que sea posible, use materiales y fuentes de energía amigables con el medio ambiente.
- Reducir, controlar y minimizar los desechos y las sustancias tóxicas.
- Compromiso para evaluar los impactos ambientales que pueda generar la empresa en el corto y largo plazo.
- Progreso continuo de los procedimientos empresariales.

Para formular un bien común, se deben hacer las siguientes preguntas:

- ¿Esto afecta a la organización?
- ¿Estás comprometido con la mejora continua?
- ¿La contaminación y los riesgos laborales lo previenen y reducen? ¿Esto crea respeto por la calidad establecida?
- ¿Está hecho?
- ¿Tiene un patrón sistemático de objetivos y metas? ¿Está documentado?
- ¿Es accesible al público?

2.6. Propuesta de plan de acción

Un plan de acción consiste en una hoja de ruta que ayuda a cumplir las metas y verificar la planificación de las actividades del modelo de RSE. Este plan dependerá del nivel de profundidad y compromiso que los las autoridades y gerentes quieran aplicar a sus empresas (Rubio 2016). Se propone a continuación dos formatos para este plan que ayudarán a justificar y controlar las acciones de las pymes en términos de RSE. El formato 1 ayuda a planificar y monitorear las actividades, impactos, gerentes, plazos mientras que el formato 2 está directamente relacionado con los temas y actividades más importantes que corresponden a la lista de verificación.

Tabla 24
Propuesta de acción: modelo 1

Dimensión social						
Actividad	Aspecto	Impacto	Medidas sugeridas	Responsable	Tiempo de ejecución	Documentación
Dimensión ambiental						
Actividad	Aspecto	Impacto	Medidas sugeridas	Responsable	Tiempo de ejecución	Documentación
Dimensión económica						
Actividad	Aspecto	Impacto	Medidas sugeridas	Responsable	Tiempo de ejecución	Documentación

Fuente y elaboración propia

Tabla 25
Propuesta de acción: modelo 2

Valores, transparencia y gobierno corporativo					
Temáticas de mayor importancia para su empresa	Acciones planeadas	Responsable	Plazo de Realización	Recursos necesarios	Resultados esperados
Compromisos éticos					
Cultura organizacional					
Gobierno corporativo					
Relaciones con la competencia					
Balance social					

Fuente y elaboración propia

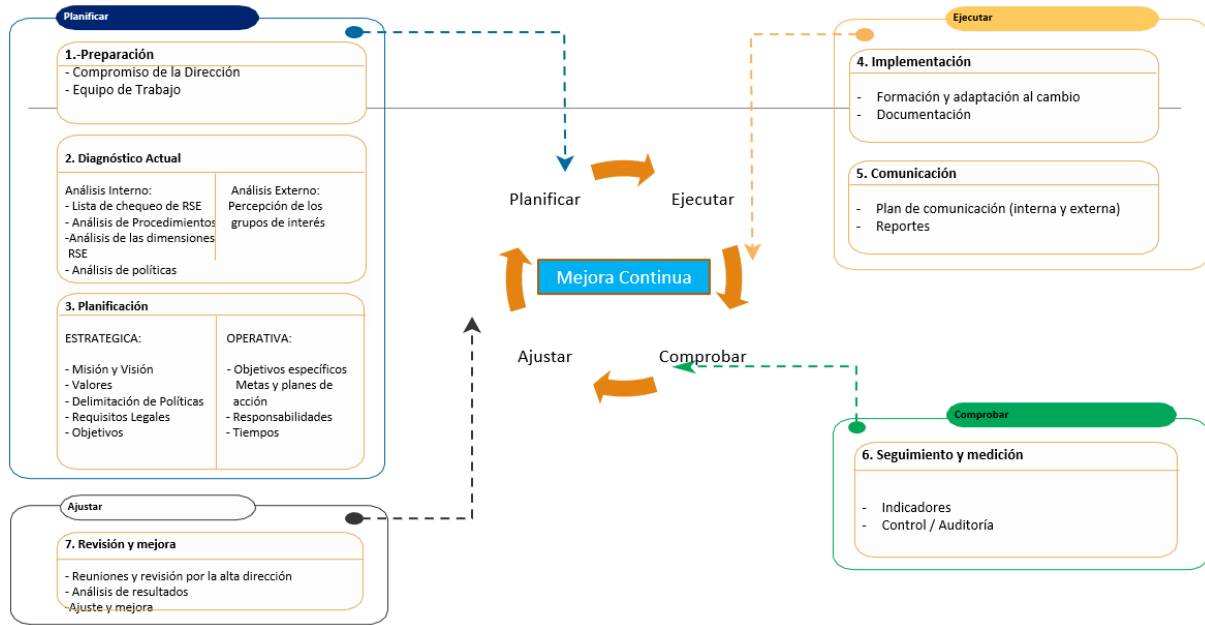
2.7. Éxito y aplicación del modelo

Para que el modelo tenga éxito, es importante resaltar el compromiso de los gerentes y del talento humano e identificar las expectativas del público externo para así optimizar los resultados (Gómez 2011). En general, es importante recordar los siguientes pasos:

- **Reuniones con la gerencia:** el éxito del modelo dependerá de las reuniones que se mantenga con la gerencia, del plan de trabajo que surja y del compromiso para identificar y solucionar los requerimientos sociales, ambientales y económicos de las partes interesadas (Gómez 2011).
- **Visitas guiadas a las oficinas:** para el diagnóstico inicial es necesaria una visita a las oficinas porque esto permite observar e identificar el clima laboral, las prácticas sociales existentes, la organización y el trabajo en equipo, así como las áreas y oportunidades de mejora.
- **Análisis de la información:** debe llevarse a cabo en colaboración con la gerencia porque de esto dependerá el reconocimiento de las dificultades y permitirá la identificación de necesidades para establecer objetivos sociales, ambientales y económicos simples y alcanzables (Gómez 2011).
- **Preparación del plan de trabajo:** este plan debe ser corto, sucinto, objetivo. Debe apuntar a identificar los principales problemas de la pyme siendo el líder el organizador y ejecutor de este plan (Gómez 2011).
- **Aplicación del plan de trabajo:** el plan se aplicará de manera coordinada, sin apuros y sin perder de vista cómo se alcanzará el objetivo (Gómez 2011). Debe tener el apoyo de todas las partes interesadas.
- **Análisis de los resultados:** los resultados deben reflejar las áreas de la empresa que requieren mayor atención y aquellas que deben seguirse fortaleciendo. Se debe indicar las mejoras a realizarse para cumplir con el modelo (Gómez, 2011).

Tener en cuenta que el modelo de RSE debe llevarse a cabo mediante las listas de verificación en el que se identificaron las actividades existentes e inexistentes de las empresas A y B. Desde esta perspectiva se pudo determinar los principales indicadores económicos, sociales y de medio ambiente. Estos insumos sirvieron para trazar las metas, objetivos, políticas y el formato del plan de acción. La ilustración que sigue a continuación resume la propuesta de RSE dirigida a las pymes del sector de las TIC en Quito.

Ilustración 1
Modelo de RSE



Elaboración propia

8. ¿Cómo practicar RSE en el país?

La ética es la respuesta a la razón, y la razón, por su parte, es el comportamiento o acción que responde a las necesidades, expectativas y deseos sociales, de manera que, todo comportamiento ético es consecuencia de la demanda social (Tasset 2012). La RSE es capaz de asegurar el bienestar general de la humanidad y su futuro, se enmarca en un accionar ético que permita la toma de medidas acciones, medidas y estrategias que redunden positiva y responsablemente en la atención a los trabajadores, sociedad y medio ambiente.

La RSE se encuentra estrechamente vinculada en el desarrollo sustentable. Las empresas ineficientes son aquellas que se enfocan en la explotación de recursos económicos sin priorizar el desarrollo personal de los colaboradores y la comunidad en la cual se insertan (Clark 2007). De allí la importancia del desarrollo sustentable ya que se enfoca en la acción y mejoramiento continuo de las destrezas y habilidades laborales, sociales y humanas de los colaboradores. Una empresa sustentable es capaz de implementar estrategias, políticas y acciones de eficiencia económica, empleo, justicia social, derechos humanos, lucha contra la corrupción y salud para todas las personas. Por ende, el desarrollo sustentable sería la primera medida que deben adoptar las pymes de Quito.

Un segundo elemento es la ética empresarial la cual establece un conjunto de pautas y acciones que deben ser materializadas de manera tal, que el desarrollo de la empresa sea consecuente con las necesidades sociales y ambientales. Debe apuntarse al fortalecimiento y conciencia de los valores humanos y laborales como la tolerancia, el respeto, solidaridad, ayuda a las personas más vulnerables, entre otros (Cory 2014) si se quiere una empresa lo más humana posible. Las acciones, políticas y estrategias empresariales, que son el resultado del desarrollo sustentable, influyen positivamente en el comportamiento ético del gerente, utilización estratégica de recursos humanos, económicos y materiales, así como también, en el desarrollo y fortalecimiento de la relación con las partes interesadas (Cory 2014).

En síntesis, la relación entre el desarrollo sustentable y la ética empresarial, como elementos centrales de la RSE apuntan a la consolidación de los valores humanos y desarrollo sistemático de la empresa. Es de destacar, entonces, que la implementación de modelos de RSE dirigidos a las pymes en Quito, deben tener por base estos dos elementos que, sin duda, harán posible el respeto por los derechos humanos, el medio ambiente y la organización empresarial, por ende, la apuesta comienza con el recurso más importante que tiene toda empresa y es la mente humana y la voluntad de querer hacer las cosas. Esto transformará a los recursos en oportunidades de supervivencia y desarrollo.

Por tanto, el primer cambio sustantivo en las oficinas será en la política interna y la motivación de ser mejores en lo que se hace y se produce. Este cambio de actitud inicia con las directivas, el talento humano, proveedores y llega, finalmente, a los clientes y comunidad quienes advertirán el cambio y la imagen de la empresa. Si todas las personas cambian su mentalidad y la manera de hacer las cosas, enfocados en el bien común, se obtendrán cambios positivos, entre ellos, mayor productividad, impacto en la imagen y mejor percepción de los bienes y servicios ofertados (Duque 2013).

Pero, el cambio más significativo será, sin duda, en la percepción del cliente quien al notar que la compañía tiene características únicas, diferentes, estables e innovadoras podrá fidelizarse y tener recordación con la empresa. El cliente es el principal crítico de lo que se oferta, es el mayor divulgador de los beneficios de la empresa. Es crucial que las empresas adopten políticas y códigos éticos en el que consten directrices, que se le expliquen los límites y bondades de un producto para que sea él, el cliente, quien escoja si le favorece o no.

En un estudio previo se pudo determinar que 9 de cada 10 clientes estaban dispuestos a cambiar de proveedor siempre y cuando este ofreciera productos de mejor calidad, trato justo y socialmente responsable (Hill, 2018). Es probable que el esfuerzo que hace la empresa por preservar los recursos, ahorrar energía y agua, implementa políticas de reciclaje, reutiliza el papel y evita el consumo de plástico, sean prácticas que replique el cliente y haya un cambio en los hábitos de consumo.

Las visitas a las empresas A y B revelan que las mujeres juegan un rol importante en la toma de decisiones. Hay mujeres directoras y coordinadoras de procesos, así como, quienes son asistentes y jefas de servicio al cliente. Esta inclusión hace parte de un cambio histórico con enfoque de género y del aprovechamiento de las capacidades de las mujeres. La tendencia en los puestos de gerencia revela que no solo los hombres están direccionando y tomando las decisiones en las empresas (Hill, 2018) ya que las mujeres están siendo contratadas por sus capacidades, el profesionalismo y el rigor que adoptan en todos los procesos laborales.

Este sería un cambio sustancial de la RSE que se centra en el desarrollo y satisfacción de la vida humana, sin discriminación por raza, género, origen. De hecho, el artículo 283 de la Constitución (2018) establece que el sistema económico es social y unido, reconoce a la persona como sujeto y objetivo, busca una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, el Estado y el mercado en armonía con la naturaleza. Se busca garantizar la producción en condiciones tangibles e intangibles que aseguren una buena vida. No obstante, los datos de las encuestas reflejan que el objetivo de las pymes, más de la mitad de la muestra, es obtener rentabilidad y ganancias a corto plazo, de modo que, se desea recuperar la inversión y lograr estabilidad financiera antes que ofrecer políticas de RSE.

Otro dato que se extrae de las encuestas es el sentir común de los propietarios y gerentes de poder ampliarse, desarrollarse e impactar en los mercados internacionales, de modo que, el radio de acción se queda en lo local. Los propietarios señalan que esto se debe, en parte, a la poca capacitación e interés que demuestra el gobierno en materia de calidad, emprendimiento e innovación. En segundo lugar, a las pocas posibilidades de que el talento humano se siga educando y capacitando para adquirir mejores conocimientos y visionar nuevas oportunidades. En tercer lugar, a la limitada capacidad financiera de las pymes que las restringe en cuanto a inversión y adquisición de equipos modernos.

Conclusiones y recomendaciones

El término de RSE surge en el siglo XX. Antes de ello se planteaba a la caridad, buena voluntad, protección y asistencia social como términos relacionados que, promovidos por la Iglesia, las élites de poder o el Estado de derecho, tenían por objetivo ayudar a las personas y clases menos favorecidas. La primera mitad del siglo XX sirve de antesala del concepto bajo la idea de “filantropía empresarial”. Finalizada la Segunda Guerra Mundial, en la década de 1950, la RSE se nutre de debates teóricos, metodológicos y conceptuales extensibles para Europa y Estados Unidos pese a que en América Latina tal idea llega a finales de la década de 1990.

La RSE es una herramienta que puede extrapolarse desde las ciencias administrativas y de la gestión hacia los derechos humanos, asuntos y relaciones internacionales. Por tanto, la facilidad multidimensional de la RSE la llevan a convertirse en un concepto que puede aplicarse a distintos contextos y situaciones pese a la ausencia de una definición exacta al respecto. Las características de la RSE varían de acuerdo con el escenario económico en el que se desenvuelve y de las especificidades de la empresa en la que se implementa.

Así, en esta investigación se examinaron los componentes y enfoques de la RSE a partir de la Norma ISO 26 000 y los indicadores Ethos para construir, previo a los hallazgos de las encuestas, las directrices que pueden servir y funcionar como modelo aplicativo de RSE en las pymes del área de TIC en Quito. Se concluye, en primer lugar, la inexistencia parcial de políticas y estrategias de RSE en las pymes encuestadas que parte, en términos generales, de su organización y estructura: escaso presupuesto, poco personal y proyección, ausencia de mercados, ente otros.

Muy difícilmente, una pyme puede gestionar y ejecutar un plan de este tipo por todos los factores humanos, técnicos, legales y presupuestarios que esto implica. Incluso, la propuesta realizada en esta investigación no es ajena a la inversión presupuestaria que se requiere para que este tipo de planes pueda funcionar. Sin embargo, hay actividades que no requieren de inversión alguna, solo de la motivación e interés de las partes interesadas, tales como, el aprovechamiento de recursos (papelería, energía, agua), reciclaje, disposición de

basuras, implementar un buzón de sugerencias, realizar jornadas deportivas y de recreación con los empleados y sus familiares, entre otras.

No obstante, este tipo de prácticas por muy elementales que parezcan se enfrentan a varias dificultades: en primer lugar, la mayoría de las pymes desconocen que es la RSE y, por ende, no saben cómo ejecutarlas, definir las, evaluarlas. Por tanto, no hay políticas, pautas y planes que, por muy incipientes que parezcan, sirvan de directriz para avanzar en acciones a favor del medio ambiente, la sociedad y consigo mismos. Se suele confundir a la RSE con actos de caridad, asistencia y ayuda social, cuando no es así.

Una salida a estas dificultades puede ser la implementación de un plan conjunto con otras pymes con el fin de sumar sinergias, experiencias y hacer uso de los conocimientos de las partes interesadas. No se debe olvidar que el talento humano, de acuerdo a lo observado en las empresas A y B, tienen la disposición y el interés de participar en actividades sociales y ambientales. La RSE tiene un sinnúmero de beneficios, entre ellos, apunta al desarrollo sostenible, incremento de las oportunidades y beneficios comerciales, consolidación de la marca, cuenta con el respaldo institucional, mejora las relaciones con los pares empresariales y los clientes, incremento de los servicios ofertados y protección del entorno. Estos beneficios pueden orientarse en cambios reales para todas y todos.

Recomendaciones

- Aplicar el modelo de gestión de RSE para las pymes del sector de las TIC de Quito propuesto en la presente investigación de manera que, se garantice la ejecución de un plan de acción y políticas empresariales que abarquen aspectos como el mejoramiento de la calidad ambiental, la participación en la acción social, apoyo al desarrollo de los proveedores y se implemente mecanismos para medir, registrar, informar y reducir el consumo y generación de recursos como el agua, energía, generación de residuos, basura y otros.
- Desarrollar capacitaciones estratégicas con la finalidad de que las pymes adquieran mayores y mejores conocimientos sobre las políticas y pautas que se deben seguir para implementar acciones y actividades de RSE.

- Elaborar planes y modelos de acción de RSE coordinadas de manera conjunta con otras organizaciones y entidades público-privadas y sin ánimo de lucro con el fin de actuar de manera mancomunada hacia el logro de objetivos.
- Enfocar el modelo de RSE bajo la base de la ética empresarial y los valores de todos quienes conforman las pymes.

Obras citadas

- Abreu, J. L., Badii, M. 2006. Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54-7°.
- Almanza, C., Pulido, P., y Tamayo, Y. 2018. Análisis del cooperativismo desde la visión de Robert Owen como visión de responsabilidad social. *I+D Revista de Investigaciones*, 12 (2), 70-76.
- Arias, I, P. 2018. Responsabilidad social em el sector público. Caso: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Matriz Quito. Tesis de grado en la Maestría de Gestión del Desarrollo Local Comunitario de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Comunidad Andina de Naciones. 2008. *Decisión 702*. Sistema Andino de Estadísticas de la PYME. intranet.comunidadandina.org/Documentos/decisiones/DEC702.doc.
- Almeida, Pastor, y Nora Arrechavaleta. 2018. “Responsabilidad social empresarial y sus limitaciones en el contexto académico universitario. *Revista Cubana Educación Superior* 37 (2):87-103. <http://www.rces.uh.cu/index.php/RCES/article/view/215>.
- Alvarado, L. (2012). La responsabilidad social empresarial, elemento de aproximación y compromiso con la comunidad. Loja: Universidad Particular de Loja.
- Alvear, Ramiro. 2010. Responsabilidad social empresarial. *Sociedad civil em responsabilidad social*. Quito: Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador.
- Arrom, Silvia. 2016. Reflexiones sobre la historia de la asistencia social: una visión crítica del relato nacionalista. *Ulúa*, 28, 197-212.
- Arroyo, Jennifer. 2018. Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional de Administración*, 9(1), 87-103.
- Banco Interamericano de Desarrollo. 2007. *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. Washington D. C.: INCAE.
- Barroso, Francisco. 2010. Mercadotecnia y responsabilidad social empresarial: ¿Socios o antagonistas? Recuperado el 24/8/2022: <https://n9.cl/931op>
- _____. 2008. “La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán”. *Contaduría y Administración* 226: 73-91. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>.

- Cabanellas, Guillermo. 1993. *Diccionario Jurídico Elemental*. Buenos Aires: Heliasta.
- Cancino, Christian, y Mario Morales. 2008. *Responsabilidad social empresarial*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Cannon, Tom. 2010. *La responsabilidad de la empresa*. México D. F.: Azteca.
- Carneiro, Manuel. 2014. *La responsabilidad social corporativa interna*. Madrid: Editorial Planeta S. A.
- Carrera, Mauricio. 2021. “Lineamientos para la optimización de la responsabilidad social para el Taller Automotriz MC”. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar-sede Ecuador. <https://n9.cl/4idrz>
- Casal , Jordi, y Enric Mateu. 2003. “Tipos de muestreo”. *Epidem. Med. Prev.* 1: 3-7. [http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf).
- Cavallo, Marcela, Alicia Ledesma, Pablo Mac y Adriana Daffunchio. 2012. El Estado y su rol en la RSE. Una aproximación, al estudio de las políticas públicas que fortalecen el desarrollo social de la empresa. Decimoséptimas jornadas “Investigaciones en la Facultad” de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. 10 de septiembre de 2021. 21 empresas en Ecuador obtuvieron Distintivo ESR-Empresa Socialmente Responsable. <https://www.redceres.com/post/esr-21empresas-ecuador>.
- _____ (s/a). ¿Quiénes somos? Ceres. <https://www.redceres.com/nosotros>
- Cordero, M. 2001. Las grandes epidemias en la América colonial. *Arch. Zootec*, 50, 597-612.
- Correa, María Emilia, Flynn, S., y Amit, Alon. 2004. *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago de Chile: serie 85, Cepal.
- Clark, Gregory. 2007. *Adiós a la limosna: una breve historia económica del mundo*. Princeton: Princeton University Press.
- Clark, John. 1955. *The Ethical basis of economic freedom*. New York: Hardcover.
- Collins, James. 2013. *Empresas que perduran. Principios básicos de las compañías con visión de futuro*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Comisión de las Comunidades Europeas. 2011. *Libro Verde sobre responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión Europea.

- Comisión Europea. 2001. *Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Lisboa: Unión Europea.
- Compromiso RSE. 2016. *Ofrecer soluciones de movilidad cada vez mejores respetando el entorno*. España: Compromiso RSE.
- Conde, Javier. 2016. *Empresa y medio ambiente: hacia la gestión sostenible*. Nueva York: Editorial Planeta.
- Cory, Jacques. 2014. *Activist Business Ethics*. Boston: Springer.
- Dobson, John. 2017. *Finance Ethics: The Rationality of Virtue*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Duque, R. 2014. Responsabilidad social empresarial en la dimensión laboral. Ambato-Ecuador: Universidad de Los Andes.
- Duque, Yenni. 2013. *Responsabilidad social empresarial: teorías, índices, estándares y certificaciones*. Cali: Universidad del Valle.
- EC Asamblea Nacional. 2010. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Registro Oficial Suplemento 351 del 29 de diciembre de 2010.
- EC Asamblea Nacional Constituyente. 2008. *Constitución de la República de Ecuador*. Registro Oficial 449 20 de Octubre del 2008. Montecristi.
- EC Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. 2017. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*. Quito: Senplades.
- Ekos. 10 de agosto de 2021. Desempeño de las pymes en Pichincha. Ekos, revista híbrida. <https://n9.cl/mlmmn>
- _____. 1 de octubre de 2012. “Responsabilidad social en Ecuador”. <https://n9.cl/o8tye>.
- _____. 2 de marzo de 2012a. “Responsabilidad social de los grupos económicos de Ecuador”. <https://n9.cl/sf38p>.
- Epstein, Marc. 2012. *La empresa honesta: como convertir la responsabilidad corporative en una ventaja*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Escudero, Antonio. 1997. *La Revolución Industrial*. Madrid: Anaya.
- Friedman, Milton. 1999. *La economía monetarista*. Barcelona: Altaya.
- Gavilánez, María Isabel, María Elena Espín Oleas y Mariela Arévalo Palacios (2018): “Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (julio 2018), 1-17.

- Gómez, Dilia. 2011. “El Pacto Global de las Naciones Unidas sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad”. *Prolegómenos: derechos y valores* 28 (14): 217-231. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3850795>.
- Gonzalez, Marta. 2014. *Responsabilidad social corporativa*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Herrera, Juan. 2011. *La responsabilidad de la empresa*. Madrid: Folio.
- Hill, Christopher. 2018. *Reformation to Industrial Revolution*. London: Verso Books.
- Igone, Altzelai. 2012. *La responsabilidad social empresarial y la competitividad de las empresas a nivel internacional. Especial referencia a los grupos de empresas*. España: Oñati Socio-Legal Series.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2021. Directorio de Empresas, Boletín Técnico. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2017. *Estadísticas de las empresas*. Quito: INEC.
- Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados Y Negocios*, (43), 97–118. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Larrea, O. (2014). *Importancia de la ética y la responsabilidad social*. Bilbao: Deusto.
- León, Milagros. 2013. La “protección social” en la Edad Moderna: cofradía y fundaciones pías en el sur peninsular (siglo XVI). *Baetica, estudios de arte, geografía e historia*, 35, 283-297.
- López, Alejandra, Felipe Ojeda, y Marta Ríos. 2017. “La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso”. *Revista de Contabilidad* 20 (1): 36–46. doi: 10.1016/j.rcsar.2016.01.001.
- Maestre, Dolka, Freyle Eduard, y Carmen Romero. 2017. “Dimensión ambiental de la responsabilidad social empresarial, en el sector hotelero en Riohacha (La Guajira-Colombia). *Science of Human. Action* 2(1): 101-116. doi: 10.21501/2500-669X.2324
- Marcus, Alfred. 2015. *Los 4 secretos del éxito empresarial sostenible*. Barcelona: Gran Angular.
- Marí, Jesús. 2016. La responsabilidad social medioambiental. Análisis jurídico de la directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental: quien contamina paga.

- Diferencias con la responsabilidad social Empresarial (RSE). *Revista Boliviana de Derecho* 21: 256-273. http://www.scielo.org.bo/pdf/rbd/n21/n21_a12.pdf.
- Martínez, Andrés. (2019). El nuevo marco jurídico en materia ambiental en Ecuador. Estudio sobre el Código Orgánico del Ambiente. *Actualidad Jurídica Ambiental*, 89, 3-32.
- Marx, Carlos y Engels, Federico. 1948. *Manifiesto Comunista*. Traducción del alemán por Mauricio Amster. Babel: Santiago de Chile.
- Medina, María. 2014. El papel de las trabajadoras durante la industrialización europea del siglo XIX. Construcciones discursivas del movimiento obrero en torno al sujeto “mujeres”. *Forúm de Reserca*, 19, 149-163.
- Marrero, Levi. 1946. *Historia antigua y medieval*. La Habana: Minerva.
- Mendoza, A., Ávila, P., Meza, J., Zambrano, A., y Chavarría, M. (2018). La responsabilidad social empresarial y las pymes en el Ecuador. III Congreso Internacional sobre Desafíos de las empresas del siglo XXI. Abril de 2018. <https://n9.cl/2wpx7>
- Milian, Laura. 2015. *Origen y evolución del concepto de RSC en el entorno empresarial europeo y español*. Madrid: Comillas.
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (Mintel) 2013. Incidencia de las TIC en el sector empresarial del Ecuador. Quito: Intel.
- Moguel, Manuel. 2012. *La responsabilidad social de las empresas: un modelo de tres dimensiones para su estudio*. Andalucía: Eumed.
- Molina Galarza, Mario. 2014. Propuestas de un modelo de responsabilidad social empresarial para PYMES con elementos de la Norma ISO 26000. Tesis de posgrado, Universidad del Azuay, <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4075/1/10672.pdf>
- Naciones Unidas. 1999. El Pacto Mundial de la ONU: la búsqueda de soluciones a problemas globales. Crónica ONU. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Navarro, Lorena. 2016. *La responsabilidad social empresarial: teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela*. Caracas: Universidad de Los Andes.
- Ochoa, María Elva. 2015. Redes comerciales, redes sociales: los mercaderes navarros en Europa del Renacimiento. VIII Congreso General de Historia e Navarra. Gobierno de Navarra, 17 páginas.
- Organización Internacional de Normalización. 2013. *Norma ISO 26000*. Ginebra: ISO.

- Organización Internacional del Trabajo. 2010. La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE). ILO Helpdesk Factsheet No. 1.
- Ospina, Edwin, y María Sotelo. 2013. “Responsabilidad social empresarial: beneficios económicos, sociales y ambientales para los Stakeholders”. *Trabajos De Grado Contaduría UdeA*, 7(1): 1-41.
- Otálora, Evelyn. 2020. Ciudadanía corporativa. Una nueva visión de las organizaciones en el siglo XXI. En Fredy, Reyes *et al* (eds.) La comunicación en un eventual escenario de transición y posconflicto. Bogotá: ediciones USTA.
- Pacheco, F. (2014). *Responsabilidad social empresarial. El asunto de la relación trabajo-familia*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Pastor Quiles, M., & Mateo Corredor, D. (2019). Trabajo y roles de genero durante la Prehistoria. Un estudio sobre su percepción en el alumnado de Historia. *Panta Rei. Revista digital de Historia y Didáctica de la Historia*, 13, 37–53. <https://doi.org/10.6018/pantarei/2019/2>
- Primicias. 2021. Quito usa el doble de agua necesaria y es de las ciudades que más derrocha. <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/consumo-agua-potable-quito-desperdicio/>
- Peinado, Estrella. 2011. RSE en América Latina. En Antonio Vives y Estrella Peinado (eds.) *La responsabilidad social en la empresa en América Latina*. New York: Fondo Multilateral de Inversiones.
- Pérez, A. (2012). *Responsabilidad social empresarial otro punto de vista*. La Habana: Gente Nueva.
- Pérez, María, Esínoza Cacibel, y Peralta Beatriz. 2016. “La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro”. *Universidad y Sociedad | Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos* 8 (3): 169-178. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/430>.
- Preziosa, María Marta. 2005. La definición de “responsabilidad social empresarial” como tarea filosófica. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 10(18-19), 39-59.
- Ríos, Alberto, Guamán, Jesús & Vargas, Carlos. 2018. Análisis de la Implementación de una Estrategia de Reducción del Consumo Energético en el Sector Residencial del

- Ecuador: Evaluación del Impacto en la Matriz Energética. *Revista Técnica "Energía"*, 15(1), 98-109 pp.
<https://doi.org/10.37116/revistaenergia.v15.n1.2018.328>
- Rojas, Isaac, Rosetti, Sergio y Coronado, Manuel. 2021. Gestión del conocimiento y responsabilidad social empresarial en agronegocios. Caso: Hermosillo, Sonora. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 48, 642-655.
- Ramos, Encarnación. 2015. *Importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional*. La Habana: Gente Nueva.
- Rodríguez, F., y Rigueiro, J. 2015. *Manual de Historia Medieval. Siglos III a XV*. Mar del Plata: GIEM Mar del Plata.
- Red de Instituciones Financiera de Desarrollo. 2020. Ecosistema digital de Ecuador.
<http://rfd.org.ec/docs/comunicacion/EstudioRFD-TJ/Ecosistema-Digital-Ecuador-2020.pdf>
- Rodríguez, Raisa y Aviles, V. 2020. Las PYMES en Ecuador: un análisis necesario. *Digital Publisher*, 5(5), 191-200.
- Ron, Rafael, y Viviana Sacoto. 2017. "Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total". *Revista Espacios* 38: 15-26.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>.
- Rubio, Germán. 2016. "La responsabilidad social empresarial en las instituciones financieras de Ibagué: un análisis multivariante". *Revista EIA* 25: 119-34.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n25/n25a09.pdf>.
- Saltos, Miguel y Velásquez, René. 2019. Apuntes teoricos para la promoción de la responsabilidad social empresarial en Ecuador. *Revvista Espacios*, 40(43), 1-13.
- Sarmiento del Valle, Santiago. 2011. "La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensiones empresariales* 9 (2): 6-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3965840>.
- Schwalb, María y García, Emilio. 2003. *Evolución del compromiso social de las empresas. Historia y enfoques*. Lima: Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacifico (Documento de trabajo).
- Starr, Chester. 1974. *Historia del mundo antiguo*. Madrid: Akal.
- Sumba-Bustamante, R. Y., Cárdenas-Borja, N. P., Bravo-Ayala, T. L., & Arteaga-Choez, R. F. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES

- ecuatorianas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 5(4), 114-136.
- Tanoira, Barroso. 2007. Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras. *Ingeniería*, 11(3), 65-72.
- Tasset, José. 2012. *David Hume. Obra completa. Biblioteca de Grandes Pensadores*. Madrid: Gredos.
- Universidad Espíritu Santo. 2020. Situación de las empresas durante el COVID-19 en Ecuador. Con el apoyo de Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. <https://cece.ec/wp-content/uploads/2020/06/Situacion-de-las-empresas-durante-el-Covid19-en-Ecuador.pdf>
- Várnagy, Tomás. 1999. El pensamiento político de Martín Lutero, capítulo VI. En *La filosofía política clásica. De la Antigüedad al Renacimiento*. Buenos Aires: Clacso.
- Vega, Á. (2012). *La Responsabilidad Social y los principios del desarrollo sostenible*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Velasco, José. 2015.. *Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental*. Londres: Dykinson.
- Velásquez, María del Pilar. 2020. Cabildeo y RSE: una revisión desde la teoría de agencia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Vélez, Xavier, y Evelyn Cano. 2016. “Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas”. *Dominio de las Ciencias* 3 (2): 117-126. doi: 10.23857/dc.v2i3%20Especial.297.

Anexos

Anexo 1. Listado de las 241 pymes en el área de TIC en Quito

RUC	Nombre de la compañía	Fecha de constitución	Representante legal
1792982448001	Innovación Tecnológica Digital Ideastech S.A.	21/3/2019	Loja Mora Fausto Juvenal
1792128927001	Digitalcable S.A.	6/3/2008	Torres Romero Jessica Verónica
1792777461001	Apperture S.A.	12/7/2017	Hidalgo Crespo Edwin Nicolás
1792394767001	Latamtec S.A.	24/8/2012	Kobylinski Valverde Genek Igor
1792509920001	Greenetics Soluciones S.A.	1/4/2014	Ojeda Pontón Elthon Daniel
1792503949001	Krugerlabs S.A.	23/5/2014	Meléndez Garcés Javier Eduardo
1792940249001	Friendstechnology S.A.	4/1/2019	Cegarra Delgado Óscar Alfredo
1793008011001	Efile Efidoc S.A.	17/7/2019	Cevallos Gutiérrez Ricardo David
1792996953001	Appetito S.A.	18/6/2019	Pinto Laureiro Martín José
1792594669001	Consultant Media & Software Mediasoft S.A.	20/3/2015	Lazo Ochoa René
1792838924001	FIT-KEY Ecuador S.A.	1/2/2018	Figari Alzamora Alejandro Jorge
1792941423001	Link Home Ecuador Linkhome S.A.	23/1/2019	Avendaño Carpio Cristian Fabricio
1792681480001	Dattainnova S.A.	16/2/2016	De la Torre Muñoz Esteban Andrés
1792460344001	Asesores en Sociedad de Información, Gobierno Electrónico y Nuevas Tecnologías, Infogobtec S.A.	1/7/2013	Espez Marroquín José Xavier
1792508134001	Tecnologías Goodfeeling S.A.	18/6/2014	Gómez Zarate Carlos Darío

1792874106001	Sysdevelopers S.A.	28/5/2018	Guevara Cadena Jonny David
1792247551001	Corporación Corppm S.A.	22/4/2010	Paz Mazón Irma Consuelo
1791753291001	Intermix S.A.	29/12/1999	Gordillo Torres Jorge Eduardo
1792439361001	Comercial Togetherfama S.A.	28/3/2013	Barrera Pastrano Eduardo Javier
1791727665001	Barlalcas S.A.	2/5/2000	Cadena Araujo Ricardo Andrés
1792491711001	Ophimaing Telcomunicaciones S.A.	28/2/2014	Montaluisa Molina Luis Eduardo
1792227976001	Beducación S.A.	26/11/2009	Aguirre Díaz Carlos Alberto
1793018807001	Iotec S.A.	12/9/2019	Bonilla Sánchez Edison Gustavo
1792024463001	Roseland S.A.	3/3/2006	Larrea Cabrera Pablo Enrique
1792499259001	Ecuasoltic S.A.	13/11/2013	Navarrete Mejía Daysi Cecilia
1792435803001	Software Evolutivo Softevo S.A.	3/4/2013	Aguilar Bravo Jorge Hernán
1792510449001	Corporación Plus Wireless Ecwiplus S.A.	10/7/2014	Alban Gordón Marian del Pilar
1792836913001	Cosmosoft Expertos Sistemas I Consultores & Asesores S.A.	24/1/2018	Freytes Armas María Gabriela de Jesús
1792887518001	Quasar Information Technology Systems Quasarits S.A.	19/7/2018	Chamorro Noboa Juan Carlos
1792884926001	Innova Nexpa S.A.	11/7/2018	Flores Logroño Néstor Javier
1792859883001	Artdevelop S.A.	18/4/2018	Cepeda Gómez Andrea Rocío
1792189233001	Asesores Ecuatorianos de Sistemas Asecsistem S.A.	6/4/2009	Cevallos Guevara Rodrigo
1792529638001	Consultora Intsoltec S.A.	8/10/2014	Báez Calderón Adriana
1792542898001	Software Distribution Softdistribution C.A.	14/10/2014	Calispa Guachamín Miguel Ángel

1792563046001	Sungemini S.A.	3/2/2015	Erazo Bastidas Héctor Marcelo
1792567742001	Grupotecnovatel S.A.	5/1/2015	Zúñiga Altamirano Segundo Fabián
1792850134001	Devesofft S.A.	20/3/2018	Guerrero Elizalde Miguel Héctor
1792553067001	Sassif S.A.	7/1/2015	Narváez Espinosa Elvis Carlos
1792891477001	Hundred Ecuador S.A.	1/8/2018	Guevara Jaramillo Heller Nerofield
1792908876001	Locompro International Locomproeasy S.A.	28/9/2018	Garrido Herrera María Eugenia
1792603706001	Linksports S.A.	3/6/2015	Pachano Estupiñán Carlos Andrés
1792485533001	Asesoría Tecnológica Baresco S.A.	15/1/2014	Córdova Neira Sebastián Andrés
1792514266001	Technosignature Ecuador de Facturación Electrónica S. A.	11/7/2014	Morales Bernal Betty Isabel
1792547032001	Siscabnet S.A.	15/12/2014	García Cedeño Ximena Anabel
1792387213001	Multipruebas S.A.	12/7/2012	Rivera Porras Christian Marcelo
1792868335001	Netby Consulting S.A.	16/5/2018	Aguaisa Román Ana Isabel
1792264901001	Gpsmanager S.A.	8/7/2010	Rosero Reyes Santiago Marcelo
1793018831001	Tecnología y Automatización Ttyasa S.A.	12/9/2019	Chávez Rivas Iván Alexander
1792641608001	Telescomnet S.A.	27/11/2015	Álvarez Blanco Teilhard Ernesto
1791912403001	Proasetel S.A. Proyectos, Asesoría y Telecomunicaciones	4/12/2003	Rodríguez Flores Washington Denis
1792957702001	Corporacionconfiable S.A.	9/1/2019	Báez Racines Freddy Fernando
1792805279001	Consultora Information Technology Ven Iven S.A.	25/10/2017	Frías Hernández Claudia Andreina

1792647878001	Macizotelecom C.A.	28/1/2016	Lathulerie Villalobos Lenry Eliezer
1791847520001	Netec Negocios y Tecnología S.A.	27/8/2002	Delgado Silva María Sabina
1792689910001	Serinnedu S.A.	24/5/2016	Llerena Fuenmayor Mónica Alexandra
1792962137001	Wire Latam Sucursal Ecuador Wirelatamec S.A.	7/1/2019	Aguilar Santos Margarita Del Rocío
1791435001001	Datanet S.A.	29/9/1999	Cárdenas Jenny Margarita
1791881591001	Itelligence Sistemas de Análisis Inteligente S. A	12/5/2003	Palacios Bastidas Cesar Oswaldo
1792548284001	Cuadrante4 S.A.	17/12/2014	Palacios Cabrera Fabian Patricio
1792705274001	Kyrios Consulting Integradores Tecnológicos Kyrioscons S.A.	30/9/2016	Mosquera Palacios Nidia Elvia
1792440165001	Cszconsulting S.A.	30/1/2013	Camacho Durango Ruth Jacqueline
1791966341001	Software y Soluciones Softcontrol S.A.	30/11/2004	Rodríguez Padilla Alexis Wladimir
1793002870001	Enterprising S.A.	28/5/2019	Delgado Vejar Daniela Nicole
1792401151001	Insuastyquality S.A.	8/10/2012	Insuasty Hidalgo Edgar Ricardo
1792741386001	Yaintec E-Business C.A.	2/3/2017	Foyain Espinosa Francisco Javier
1791878590001	Tecinfor S. A.	8/5/2003	Cajas Cedeño John Arnold
1792904447001	Mstar Solutions Ecuador Msec S.A.	17/9/2018	Carpio Chávez María Salome
1793016839001	Laboratorio de Inteligencia Artificial Labiasa Artinlabsa S.A.	4/9/2019	Encalada Egüéz Víctor Augusto
1792524601001	Touwolf Technologies S.A.	15/8/2014	Atucha Tarafa Michel
1792920434001	Smartbp S.A.	25/10/2018	Navas Silva Daniel Fernando
1792741866001	Supercloud C.A.	29/12/2016	Cevallos Serrano María Belén

1792119820001	Ayatelsa S.A.	28/1/2008	Ayala Jácome Jaime Enrique
1792638194001	Servicios de Consultoría Advance Invent Advance-Networks S.A.	15/12/2015	Tipán Calero David Patricio
1792847869001	Smartflux S.A.	22/2/2018	Cevallos Paredes José Enrique
1792358612001	Retail Intelligence Soluciones Y Servicios S.A.	17/2/2012	Proaño Zurita Rubén
1792537495001	Servicios Rin Co Flow S.A.	7/10/2014	Donoso Bayas Ximena
1792960312001	Soluciones de Tecnologías Móviles del Ecuador Ecuasolmovsa S.A.	14/2/2019	Guerra Serrano José Alberto
1792673348001	Sepiaopensource S.A.	11/4/2016	Alvear Coronel Luis Fernando
1792848415001	Opratel-Ecuador S.A.	23/2/2018	Carrera Proaño Milton Eduardo
1792303990001	Desarrollo y Comercialización de Tecnología Mushroomsoft It S.A.	16/3/2011	Falconi Escobar Héctor Hugo
1792768551001	Integradores de Servicios & Tecnología Truefiretech S.A.	22/6/2017	Cajas Granja Marina Fernanda
1792494729001	Negocios de Sistemas de Cómputo Newskies S.A.	15/3/2014	Caiza Ontaneda Manuel Mesías
1792029457001	Agressgroup S.A.	12/4/2006	Lara Lovato Byron Patricio
1792779030001	Soluciones de Innovación Tecnológica Iba S.A.	27/7/2017	Armas Luna Jonathan Santiago
1793021557001	Kypus S.A.	23/9/2019	Holguín Yépez María Irene
1792979080001	Soltechsystems S.A.	22/4/2019	Luna Luna Alex Vinicio
1792861829001	Quartus S.A.	21/3/2018	Carrasco Zuffi Pedro Sebastián
1792713196001	Galarraga & Asociados Servicios Techsupport S.A.	31/10/2016	Delgado Vinueza Freddy Raúl
1792959950001	Herzacommerce S.A.	15/12/2017	Aguirre Morales Marcela Yolanda
1792247349001	Consultoresadhoc S.A.	18/3/2010	Rodríguez Flores Andrés Sebastián

1791286693001	Servicios en Tecnología de la Información, Seteinfo del Ecuador C.A.	24/2/1995	Sánchez Méndez Mario Orlando
1792111846001	Computerskepe S.A.	16/11/2007	Sabando Mindiola Leonel Andrés
1792622948001	Rklatam S.A.	31/8/2015	Gómez Romero Juan Carlos
1792668867001	Training & Maintenance Consulting Tm&C C.A.	25/4/2016	Bravo Vanesa Graciela
1792213770001	Cheqsolutions S.A.	18/8/2009	Mogollón Vivanco Byron Estuardo
1792514045001	Datia Data Managment e Inteligencia Artificial S.A.	23/10/2013	Marín Espinosa Juan Francisco
1792996732001	Auro Serivarsa SWF S.A.	4/6/2019	Cárdenas Gutman David Sebastián
1792685850001	Ockam S.A.	7/7/2016	Calero Flor María
1792391962001	Cervandiz Consultores & Asociados S.A.	31/8/2012	Diaz Mosquera Xavier Enrique
1792959322001	Grupo Arion J Solutions Ti S.A.	12/2/2019	Jaramillo Vélez Arion Fernando
1792728894001	Aresmedia-Corp S.A.	23/11/2016	Castro Rial Juan José
1793015743001	Brillant-Support Assistant S.A.	29/8/2019	Echeverria Torres Daniel Andrés
1792833027001	Phitech S.A.	5/1/2018	Pazmiño Luna Mónica
1792995434001	Kiimak May S.A.	13/6/2019	Escobar Obando Christian Andrés
1792523753001	Valor Agregado en Tecnología y Contact Center Varteccont C.A.	27/8/2014	Rangel Gómez Yucolmar Felipe
1792729122001	It Innova Business Tecnología Innovación y Negocios Lib S.A.	6/1/2017	Cortez Medina Juan Francisco
1792480167001	Magna Television Magnatv S. A	10/10/2013	Ponce Pérez Diego Fernando
1792965667001	Telecom3000 S.A.	8/2/2019	Pallo Melo Jenny del Rocío
1792571537001	Soluciones Analíticas Intecsoft S.A.	26/12/2013	Álvarez Zurita Santiago Javier
1792394597001	Tivit Ecuador Terceirizacao de Processos Servicios Cía. Ltda.	31/8/2012	Representación y Asesoría Ferep Cía. Ltda.

1792985943001	Iteracode Cía. Ltda.	15/5/2019	Gordon Salcedo Diego Fernando
1792500850001	Jaguar Agile Software Development & Solutions Jaguardev Cía. Ltda.	15/5/2014	Caicedo Castro David Marcelo
1792934915001	Global Investment Solutions Ecuador Gisecu Cía. Ltda.	4/10/2018	Ocampo Vascones Carlos Cesar
1793006728001	It Business & Consulting Itb&C Cía. Ltda.	26/7/2019	Corales Martínez Luis Augusto
1792858747001	Eksperter Cía. Ltda.	13/4/2018	Villacis Vega María Cristina
1792713315001	Mas Media Digital Mmd Cía. Ltda.	31/10/2016	Navarrete Carrera Santiago Rivelino
1792446961001	N.B.C. Maschinenbau Cía. Ltda.	27/5/2013	Andrade Villacis Carlos Telmo
1792891469001	Sdnnetworks Cía. Ltda.	1/6/2018	Cortes David José Manuel
1792525012001	Nimbusoft Technology Cía. Ltda.	11/8/2014	González Calderón Diego Alejandro
1792256410001	Sitetrrior Cía. Ltda.	14/6/2010	Tribaldos Sandoval Tulio Enrique
1792746744001	Desarrollo y Soluciones de Software e Informática Ventursystem Cía. Ltda.	27/3/2017	Betancourt Sisa Rubén Darío
1792012198001	Directech Cía. Ltda.	1/11/2005	Soria Untuna Guido Francisco
1791843681001	Icoms Integral Computing Systems Cía. Ltda.	15/5/2002	Espinosa Godoy Adriana Carolina
1792257751001	Tecnogreen Consulting Cía. Ltda.	5/5/2010	Gálvez Serrano Francisco
1792879035001	Guruvioleta Cía. Ltda.	18/6/2018	Lafuente Cadena Víctor Hugo
1792683009001	Tecnología y Servicios Incotecservices Cía. Ltda.	23/6/2016	Barragán Sisalema Neptali Giovanni
1792844649001	Importadora y Comercializadora Omicomp8 Cía. Ltda.	2/3/2018	Novoa Lascano Esteban Andrés
1793002595001	B01net Soluciones Tecnológicas Cía. Ltda.	8/7/2019	Erazo Sandoval Ana María
1792318882001	Atrumsit Cía. Ltda.	6/6/2011	Muñoz Mantilla Jorge Vladimir

1792555396001	Armendáriz & Hidrovo & Ron Consultoría y Desarrollo Informático Ahr E-Optimusys Cía. Ltda.	21/1/2015	Armendáriz Valdivieso Rafael Antonio
1792565588001	Knb Consulting Cía.Ltda.	30/1/2015	Reynaldo Piñero José René
1792649056001	Traidata Compañía de Responsabilidad Limitada	4/2/2016	Armas Carrera Roberto Alejandro
1792569621001	Interoptic Fiber Internet con Fibra Óptica Cía. Ltda.	19/1/2015	Cuartas De Loaiza Marta Isabel
1792846692001	Quipubyte Cía. Ltda.	28/12/2017	Delgado Pozo Freddy Fernando
1792500354001	Servicios Tecnológicos Avanzados Informáticos y Negocios Servtain Cía. Ltda.	25/3/2014	Cisneros Tamayo Juan Diego
1792455499001	Yakindu Cía. Ltda.	29/7/2013	Lema Atupaña Nataly Adriana
1792816491001	B4b Company Cía.Ltda.	27/9/2017	Cisneros Ortega Jorge Mauricio
1792748224001	Integralis360 Cia.Ltda.	31/3/2017	Cevallos Flor David Sebastián
1792592968001	Redcode Integrations Consultora Rci Cía. Ltda.	22/6/2015	Chilán Macías Mauricio Nicolás
1792521254001	Jybaro Software House Cía. Ltda.	28/7/2014	Valarezo Vargas Edgar Patricio
1792564093001	Soluciones Informáticas y de Telecomunicaciones Teleinsol Cía. Ltda.	24/2/2015	López Muñoz Lenin Iván
1792224152001	Bitcore Cía. Ltda.	11/11/2009	Andrade Varea María Eugenia Natacha
1792859506001	Nido Interactive Techsolutions Cía. Ltda.	13/4/2018	Guerra Figueiredo Paulo
1792216249001	Pulso Consultores Pulsoconsult Cía. Ltda.	27/8/2009	Bustamante Soto Sarela Alexandra
1791969650001	Activatec Tecnología Activa Cía. Ltda.	17/12/2004	Ramos Freire Alba Cecilia
1792447747001	Asesoría Openconsulting Cía. Ltda.	26/6/2013	Llumiquina Bastidas Ricardo Vinicio

1792532442001	Dataprotect Cía. Ltda.	23/10/2014	Chávez Oleas Natali Alejandra
1791284577001	Gennassis Cía. Ltda.	24/1/1995	Roldan Crespo Giovanni Rafael
1792922348001	Qiax Sanceli Cía. Ltda.	14/11/2018	Celi Andrade Santiago Hernán
1792702461001	Inteligencia Colectiva Iq3 Cia.Ltda.	20/9/2016	Galarraga Yacelga Pablo Sebastián
1792796725001	Igestdoctor Ecuador Consultores Startup C.L.	27/9/2017	Madrid Jurado Francisco
1792508622001	Desarrollo de Sistemas de Información Geográfica Geosoft C. Ltda.	24/6/2014	Arias Espinosa Irma Dolores
1792645956001	Solutions-Cloud Cía. Ltda.	1/12/2015	Arciniegas Sigüenza Boris Abdilón
1792442826001	Ingeniosig Cía. Ltda.	21/3/2013	Yépez Salazar Edwin Xavier
1792509092001	Chasecontt Asesoría y Consultoría Cía. Ltda.	10/3/2014	Chiriboga Borja Alberto
1792705622001	Servicios de Telecomunicaciones Grunbyte Cía. Ltda.	3/10/2016	Jami Jame Jorge Luis
1792544343001	Soluciones Tecnológicas Integrales Zehn Cía. Ltda.	2/12/2014	Puente Alvarado Juan Carlos
1792750989001	Corporación Tecnológica Del Ecuador Corptececuca Cía. Ltda.	12/12/2014	Andrade Ortiz Víctor Telio
1792548527001	Ortega & Guevara Dominoit Cía. Ltda.	27/11/2014	Guevara Flores Adriana del Pilar
1792565103001	Automatización y Servicios Inteligentes Intelitek Cía. Ltda.	9/12/2014	Aguinaga Salas Alex Javier
1792935121001	Vepsec Security Consulting Cía. Ltda.	27/12/2018	Checa Romo Viviana Elizabeth
1792685559001	Soft-Sicoy Cía. Ltda.	6/7/2016	Jami Gómez Lorena Jacqueline
1792582253001	Isacas & Fiallos If Soluciones Integradas Cía. Ltda.	12/5/2015	Isacas Ojeda Washington Eduardo
1792587298001	Smartdesk Cía. Ltda.	1/6/2015	Báez Herrera David Israel
1792571359001	Secuoia Cía. Ltda.	26/3/2015	Mejía Noroña Hernán Gerardo

1792322804001	Fusionsolutions Cía. Ltda.	24/11/2010	Guerrero Mosquera Adriana del Carmen
1791408853001	Dw Consulware Cía. Ltda.	3/12/1998	Sánchez Andrade Miguel Emilio
1792835402001	Innovaciones Y Soluciones Surutechit Cía. Ltda.	24/1/2018	Pacheco Dávalos Jorge Andrés
1792927935001	Socialink Cía. Ltda.	26/10/2018	Díaz Cornejo Carlos Manuel
1792576687001	Integral Consulting Services del Ecuador Ics-Ec-Aj Cía. Ltda.	21/4/2015	Goyes Lara José Luis
1792938406001	Soluciones Estratégicas Lincolngroup Cía. Ltda.	11/1/2019	Bohórquez Huato Leonardo Josué
1792667143001	Polluxdata Cía. Ltda.	19/4/2016	Andrade Dueñas Diego Fernando
1792470862001	Caesolutionsec Cía. Ltda.	4/11/2013	Pullas Pulupa Fausto Patricio
1792815835001	(Igo) Innovación y Gobierno Cía. Ltda.	6/9/2017	Rodríguez Chávez Héctor Eduardo
1793004164001	Tech Management Solutions Netallcom Cía. Ltda.	16/7/2019	González Moran Carlos Alberto
1792494761001	Corporación Menatics Cía. Ltda.	25/3/2014	Mena Fernández Diego Fernando
1792104696001	Siserprof Sistemas y Servicios Profesionales Cía. Ltda.	8/8/2007	Maldonado Correa Ramiro Alexander
1791922093001	Myvsystems Cía. Ltda.	5/3/2004	Alvear Salazar María Belén
1792995426001	Bitgenial Cía. Ltda.	13/6/2019	Caicedo Araque Santiago Napoleón
1793010547001	Advanced Digital Labs Adl Cía. Ltda.	13/8/2019	Hernández Reyes Diego Andrés
1792575214001	Info Tics Agilsystem Cía.Ltda.	27/2/2015	Freire Liger Ana Lucia
1792843677001	Comercializadora Servicios Digitales Jasema Servdigitjasema Cía. Ltda.	28/2/2018	Puente Mejía Andrés Sebastián
1792734258001	Adsinnova C.L.	27/1/2017	Rivera Moncada Armando David

1793005454001	Webcoopec System Cía. Ltda.	15/7/2019	Guayasamín Cattani Juan Carlos
1792781345001	Microtess Electrónica-Sistemas Cía. Ltda.	4/8/2017	Ramírez Coronel Edison Enrique
1792534208001	Ivalhero Cía.Ltda.	18/10/2014	Hernández Cevallos Iván David
1792959292001	Zeebra Cía. Ltda.	12/2/2019	Arcentales Espinoza Diego Mauricio
1792997526001	Parálikis Cía. Ltda.	21/6/2019	Gamboa Recalde Mario Fernando
1792093554001	Conectividad Global Cogl Cía. Ltda.	26/7/2007	Aldas Vaca Gustavo Enrique
1792523621001	Epikconsulting Cía. Ltda.	8/7/2014	López Grijalva Ana María
1792990793001	Ivera Technovation Cía. Ltda.	21/5/2019	Marcano Salazar Samuel David
1792987148001	Develhouse C.L.	15/5/2019	Ávila Montalvo Johnny Javier
1792154073001	Lynxsource Cía. Ltda.	11/8/2008	Pinargote Montenegro Johanna Elizabeth
1792597870001	Prospekta Business Solutions Cía. Ltda.	9/7/2015	Alban Bonilla Aníbal Maximiliano
1792449626001	Soluciones en Servicios de Gestión Tecnológica Itsm Ecuador Cía. Ltda.	5/7/2013	Guapas León Miguel Ángel
1792894689001	Suarez & Araujo Outsourcing Services Saos Cía. Ltda.	14/8/2018	Araujo Parra Cesar Augusto
1792845424001	Isa. Code Cía. Ltda.	5/3/2018	Cumbicus Montero Diego Bladimir
1792484456001	Saphirtek Cía. Ltda.	13/1/2014	Iriarte Crespo Carmen Cecilia
1792231604001	Prediq Cía.Ltda.	21/12/2009	Palacios Álvarez Nicanor
1792907926001	Sefak Solutions Cía. Ltda.	26/9/2018	Angulo Chávez Tania Daniela
1792862132001	Hi-Zone Networking Hizonesc C.L.	15/3/2018	Illescas Aguilar Verónica Marisol
1791305574001	Dbasystematica Ecuador Cía. Ltda.	10/1/1996	Godoy Cevallos Rafael Patricio

1792446597001	Especialistas en Servicios de Tecnología Teranology Cía. Ltda.	4/7/2013	Terán Cadena Augusto Patricio
1792764475001	Soluciones Kapa Ocho Layereight C.L.	8/6/2017	Albuja Paredes Mercedes Margarita
1792035112001	Ingeniería Domotica Isdee Cía. Ltda.	3/5/2006	Escobar Castro Byron Marcelo
1792750636001	Segadvice Cía. Ltda.	3/3/2017	Basantes Sinchiguano Wilson Iván
1792124905001	Isth Integrando Soluciones Tecnológicas Cía. Ltda.	3/3/2008	Aumala Zambrano Víctor Miguel
1792514282001	Ecuinelcon Sistemas Eléctricos Compañía Limitada	14/7/2014	Ramon Tello Mario Andrés
1792368995001	Aresgo Asociados Cía. Ltda.	12/4/2012	Arias Beltrán Valeria del Carmen
1792588227001	Novatic Cía. Ltda.	22/5/2015	Bustos Burbano Andrés Gustavo
1792777542001	Bs Dynamics Managment Developsoft Cía. Ltda.	6/6/2017	Burbano Mayorga Jorge Esteban
1792140730001	Servicesuser Cía. Ltda.	12/6/2008	Soria Suárez Manuel Edwin
0591744607001	Keyengineeringsolutionskbs C.L.	16/5/2018	Arévalo Espinosa Diana Patricia
1791211391001	Latech Soluciones Cía. Ltda.	30/4/1992	Ortega Astudillo Manuel Antonio
1792507537001	Dosvsys Soluciones y Sistemas Consultores Cía. Ltda.	11/4/2014	Villarreal Rivera Stefany Alexandra
1791714687001	RP&C Abogados Cía. Ltda.	29/10/1999	Rp&C-Law Representaciones Cía. Ltda.
1791945824001	Wirelessoft Cía. Ltda.	11/6/2004	Valencia Pazmiño Eduardo Napoleón
1792491606001	Soluciones de Infraestructura Tecnológica Solinpower Cía. Ltda.	12/3/2014	Portero Gavilanes Mary Esperanza
1792530555001	Convergencia Tecnológica – Optom Cía. Ltda.	10/9/2014	Tapia Flores Andrea Stephani

1792915279001	Soluciones Técnicas Maldonado & Chávez Cía. Ltda.	22/10/2018	Maldonado Mora Diego Vinicio
1792547024001	Gestión de Plataformas Tecnológicas Paulina Coronel Gesplatec Cía. Ltda.	18/11/2014	Coronel Castro Paulina María
1792880289001	Servicios y Partes de Equipos de Informática Help-Absolut Cía. Ltda.	22/6/2018	Arenas Ramírez Luis Enrique
1792559952001	Comercializadora Network Pc Networkcom Cía. Ltda.	28/1/2015	Almachi Espinosa Alex Xavier
1791814789001	Optimsoft Software & Hardware Cía. Ltda.	20/11/2001	Guayasamín Segovia Marco Antonio
1792205182001	Rootsecure Consultora Cía. Ltda.	25/11/2008	Gallegos Arias María José
1792268168001	Nexiatecnologia Ecuador Cía. Ltda.	6/8/2010	Paspuel Tituaña Edison Javier
1792764173001	South Pacific Networks Southnetpacific C.L.	16/5/2017	Mejía Acurio Walter Fabian
1792625149001	Smartreality Cía. Ltda.	7/9/2015	Leguisamo Córdova Alfonso Eduardo
1792723760001	Sisacorptech Tecnología para Agricultura Cía. Ltda.	16/12/2016	Meza Giraldo David Alberto
1792691265001	Kasjo-Geodef Sistemas Geoespaciales y Defensa Cía.Ltda.	29/7/2016	Marín Salazar Karen Arantxa
1792556953001	Consultora de Servicios Itsyssec Cía. Ltda.	28/11/2014	Andrade Hinojosa Myrian Elizabeth
1792026571001	Geoint Cía. Ltda.	14/3/2006	Sandoval Borja Oswaldo Augusto
1792004047001	Axg Limited	9/9/2005	Subotovsky Santiago Federico
1792518016001	Grupo Intellego Colombia S.A.S.	5/8/2014	Vivar Galarza Edwin Rodrigo
1792734223001	Nextbike Gmbh	25/1/2017	Fuentes Pinargotti Frank Octavio
1792933498001	"Felipe Ochoa y Asociados", Sociedad Civil	12/12/2018	Aguilar García Jaime Fernando
1791946936001	Sistemas y Computadores S.A.	9/8/2004	Aguinaga Aillón Carlos Julio
1792733308001	"8kdata Technology, S.L."	16/12/2016	Rivadeneira Sarzosa Diego Fernando

1792539560001	Konectra S.A.S	22/10/2014	Orozco Molina Mónica Alexandra
1792669286001	Business Partner Technologies, S.A.	12/4/2016	Cañas Martínez Erick Armando
1792667917001	Horwath Htl Spain, S.L.	11/4/2016	Araujo Robayo Milton