



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

DIAGNÓSTICO DE LAS ACCIONES RELACIONADAS CON LA RSE
EN LAS PYMES AGREMIADAS EN LA CORPORACIÓN DE
EMPRESARIOS DEL PARQUE INDUSTRIAL RIOBAMBA (CEPIR),
AÑO 2016.

AUTOR(AS):

COROZO OROBIO MAGALY YESELINE
LUCAS LOOR KARINA ALEJANDRA

Riobamba – Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por las señoritas Magaly Yeseline Corozo Orobio y Karina Alejandra Lucas Loor, cumple con las normas de investigación científica y una vez finalizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Diego Ramiro Barba Bayas

DIRECTOR TRIBUNAL

Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza

MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Magaly Yeseline Corozo Orobio y Karina Alejandra Lucas Loor, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 19 de Diciembre del 2016

Magaly Yeseline Corozo Orobio

ASPIRANTE 1

CI. 080379782-8

Karina Alejandra Lucas Loor

ASPIRANTE 2

CI. 220005077-7

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mi madre. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza suficiente para continuar, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi pilar y apoyo incondicional en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad de enfrentarme a las dificultades que se me presentaban. Es por ella que soy lo que soy ahora, una mujer humilde, llena de retos y con ganas de cumplir muchas metas. Le amo con mi vida.

(Corozo Orobio Magaly Yeseline)

Los triunfos en la vida son un conjunto de tropiezos y alegrías, y este trabajo es uno de ellos por eso se lo dedico al ser especial que me dio la vida, a esa persona que orgullosamente llamo madre; quien ha apoyado cada uno de mis sueños y metas, gracias a ella aprendí a llenarme de valentía cuando las fuerzas me faltaron, siempre ha sido mi ejemplo de perseverancia. He tenido mil desaciertos en la vida pero su amor y comprensión forjó mi carácter y personalidad, por ella me esfuerzo en ser mejor cada día porque sé que al final del camino cuando tal vez no haya nadie, ella estará ahí para decirme que lo logré a pesar de los miles obstáculos. Ella, el pilar y motor de mi vida.

(Lucas Loor Karina Alejandra)

AGRADECIMIENTO

A mi madre (Noris Elizabeth Corozo Orobio) quien con sus palabras... “tú puedes ser todo lo que quieras ser en esta vida, siempre y cuando te esfuerces, solo tienes que ver más allá de lo que ves”, y apoyo me motivó a seguir con mis estudios, ella es mi ejemplo a seguir en la lucha por conseguir lo deseado. Además, a mi familia quienes han sido testigos de mi esfuerzo por salir adelante en cada paso de mi camino.

(Corozo Orobio Magaly Yeseline)

En primer lugar agradezco infinitamente a Dios, por darme las fuerzas y sabiduría necesaria para llevar a cabo esta etapa en mi vida.

A mi madre por ser mi guía y apoyo incondicional en cada momento, a mis hermanos porque fueron mi inspiración y mi familia porque de una o cierta manera me alentaron a seguir adelante a pesar de las dificultades que se me presentaron.

Un agradecimiento fortuito para mi hermana, amiga, confidente y compañera de vida Magaly Corozo porque gracias a ella y a sus regaños estamos cumpliendo juntas una meta más en nuestra trayectoria.

Finalmente quiero entender un agradecimiento a una persona importante en mi vida académica, personal y profesional; el Ingeniero Ernesto Bonilla, porque gracias a sus enseñanzas, consejos y apoyo surgí de muchas dificultades, el me enseñó que la vida es una maestra muy dura pero con sabiduría y constancia todo se hace posible.

(Lucas Loor Karina Alejandra)

De manera especial, queremos agradecer al Ing. Diego Ramiro Barba Bayas, al Ing. Arguello Patricio Mendoza y a los miembros del Directorio de la CEPiR por su amistad, apoyo técnico y sugerencias en el desarrollo de este trabajo de titulación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de figuras.....	ix
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	x
Índice de matrices	xii
Índice de anexos.....	xii
Resumen ejecutivo	xiii
Summary.....	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes históricos	13
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	24
2.2.1 Los principales retos de la RSE.....	24
2.2.2 Principales barreras de RSE	24
2.2.3 El valor agregado de la RSE.....	25
2.2.4 Teorías de la RSE	25

2.2.4.1	La teoría de los grupos de interés	25
2.2.4.2	Teorías Instrumentales.....	26
2.2.4.3	Teoría de la política económica.....	26
2.2.4.4	Teorías integradoras	27
2.2.4.5	Teorías éticas	27
2.2.5	Modelos de Gestión RSE.....	27
2.2.5.1	Modelo de la Ciudadanía Corporativa.....	28
2.2.5.2	Modelo de Indicadores ETHOS	28
2.2.6	¿Qué son las PYMES?.....	29
2.2.6.1	Principales debilidades de las PYMES.....	30
2.2.7	El rol del estado en la Responsabilidad Social.....	31
2.3	HIPÓTESIS	32
2.4	VARIABLES.....	32
2.4.1	Variable Independiente.....	32
2.4.2	Variable Dependiente	32
CAPÍTULO III: MARCO CONCEPTUAL		33
3.1	Buenas Prácticas	33
3.2	Compromiso	33
3.3	Confianza.....	33
3.4	Construcción Sostenible	33
3.5	Ciudadanía Empresarial.....	34
3.6	Desarrollo Sostenible.....	34
3.7	Emprendimiento Social	34
3.8	Ética de la Empresa	34
3.9	Estrategia Empresarial	35
3.10	Filantropía Empresarial	35
3.11	Gestión Sostenible	35
3.12	Gobierno Corporativo.....	35
3.13	Identidad Corporativa	36
3.14	Paradigma	36
3.15	Paternalismo Empresarial	36
3.16	Percepción	36
3.17	Responsabilidad Social.....	36
3.18	Sostenibilidad	37

3.19	Triple Botton Line	37
3.20	Voluntariado	37
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO		38
4.1	MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	38
4.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	38
4.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	39
4.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	40
4.5	RESULTADOS	41
4.5.1	Procesamiento de Datos.....	41
4.5.2	Caracterización de la muestra.....	44
4.5.3	Resultados del Diagnóstico	51
4.5.3.1	Datos generales	52
4.5.3.2	Sector Manufactura.....	57
4.5.3.3	Sector Comercio	76
4.5.3.4	Sector Servicios	80
4.5.3.5	Sistematización de la percepción de la RSE del conjunto de empresas	83
4.5.4	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	88
CAPÍTULO V: MARCO PROPOSITIVO		92
5.1	TÍTULO.....	92
5.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	92
5.2.1	Introducción.....	92
5.2.2	Justificación	93
5.2.3	Objetivos.....	94
5.2.4	La corporación “CEPIR”	94
5.2.5	Detalle del plan de acción.....	96
5.2.6	Beneficios para las empresas	104
5.2.7	Líneas estratégicas del plan de acción	104
5.2.8	Herramientas propuestas.....	105
CONCLUSIONES		115
RECOMENDACIONES.....		119
BIBLIOGRAFÍA		121
ANEXOS		123

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Estándares de la RSE y otros documentos.....	8
Cuadro 2: Experiencias de estudios de percepción de la RSE.....	16
Cuadro 3: Buenas prácticas de RS de las empresas miembros de CERES.....	20
Cuadro 4: Principales debilidades de las PYMES	30
Cuadro 5: Clasificación de Actividades Económicas (CIIU 4.0) Censo INEC 2012.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Origen y evolución del concepto RSE según autores	11
Figura 2: Instituciones Internacionales - ONG's que impulsan la RSE	12
Figura 3: Formas en las que los gobiernos pueden invertir en la RS.....	31
Figura 4: Organigrama de la CEPİR.....	96
Figura 5: Sistema de Gestión de los grupos de interés	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cálculo de la muestra para poblaciones finitas	39
Tabla 2: Población, Promedio Empleados y Años de Existencia - CEPİR 2016.....	44
Tabla 3: Resumen Caracterización de la muestra CEPİR	50
Tabla 4: Género gerentes de las empresas de la CEPİR.....	52
Tabla 5: Edad promedio gerentes de las empresas de la CEPİR.....	53
Tabla 6: Profesiones gerentes de las empresas de la CEPİR.....	55
Tabla 7: Años de experiencia gerentes de las empresas de la CEPİR.....	56
Tabla 8: Resultados “SM” – Fabricación de cemento, cal y yeso.....	57
Tabla 9: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de cemento, cal y yeso	57
Tabla 10: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Fabricación cemento, cal y yeso...	60
Tabla 11: Resultados “SM” – Fabricación de metales comunes	61
Tabla 12: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de metales comunes.....	61
Tabla 13: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Fabricación de metales comunes ..	64
Tabla 14: Resultados “SM” – Procesamiento de la madera	65
Tabla 15: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Procesamiento de la madera.....	65
Tabla 16: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Procesamiento de la madera	68

Tabla 17: Resultados “SM” – Fabricación de papel y Actividades de impresión	69
Tabla 18: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de papel y Act. de impresión ...	69
Tabla 19: Resultados “SM” – Producción textil	72
Tabla 20: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Producción textil	72
Tabla 21: Relación puntaje mayor y menor "SM" – Producción textil	75
Tabla 22: Resultados – Sector Comercio.....	76
Tabla 23: Puntaje alcanzado /100 – Sector Comercio	76
Tabla 24: Relación puntaje mayor y menor – Sector Comercio.....	79
Tabla 25: Resultados – Sector Servicios.....	80
Tabla 26: Puntaje alcanzado /100 – Sector Servicios	80
Tabla 27: Resumen del porcentaje alcanzado y no alcanzado por sector “CEPIR”	83
Tabla 28: Resumen puntaje total alcanzado /100 por sector “CEPIR”	86
Tabla 29: Cálculo del Chi cuadrado	88
Tabla 30: Acciones de responsabilidad social de la empresa ante la sociedad.....	90
Tabla 31: Resumen de las fases del Plan de Acción.....	113
Tabla 32: Resumen del tiempo de ejecución y presupuesto del plan	114
Tabla 33: Resumen caracterización de la muestra empresas externas.....	126
Tabla 34: Género gerentes de las empresas externas.....	126
Tabla 35: Edad promedio gerentes de las empresas externas	127
Tabla 36: Profesiones gerentes de las empresas externas.....	129
Tabla 37: Años de experiencia gerentes de las empresas externas.....	130
Tabla 38: Resultados “EE” – Sector Comercio	131
Tabla 39: Puntaje alcanzado /100 “EE” – Sector Comercio.....	131
Tabla 40: Resultados “EE” – Sector Servicios Financieros	133
Tabla 41: Puntaje alcanzado /100 “EE” – Sector Servicios Financieros	134
Tabla 42: Resumen del puntaje total de las Empresas Externas.....	136
Tabla 43: Resumen puntaje total alcanzado /100 por sector Empresas Externas.....	137
Tabla 44: Resultados Diagnóstico empresas de la CEPIR y las empresas externas.....	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Población CEPIR, porcentaje del número de empresas de la muestra	47
Gráfico 2: Población CEPIR, porcentaje del número de trabajadores/empresas	48
Gráfico 3: Población CEPIR, años promedio de existencia empresas de la muestra....	49

Gráfico 4: Sistematización descrita y gráfica de la muestra	50
Gráfico 5: Género gerentes de las empresas de la CEPIR	53
Gráfico 6: Edad promedio gerentes de las empresas de la CEPIR.....	54
Gráfico 7: Profesiones gerentes de las empresas de la CEPIR	55
Gráfico 8: Años de experiencia gerentes de las empresas de la CEPIR	56
Gráfico 9: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de cemento, cal y yeso	58
Gráfico 10: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de cemento, cal y yeso.....	58
Gráfico 11: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de metales comunes.....	62
Gráfico 12: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de metales comunes.....	62
Gráfico 13: Percepción de la RSE "SM" - Procesamiento de la madera	66
Gráfico 14: Perfil de la RSE "SM" - Procesamiento de la madera.....	66
Gráfico 15: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de papel y Act. de impresión ...	70
Gráfico 16: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de papel y Act. de impresión	70
Gráfico 17: Percepción de la RSE "SM" - Producción textil.....	73
Gráfico 18: Perfil de la RSE "SM" - Producción textil	73
Gráfico 19: Percepción de la RSE – Sector Comercio	77
Gráfico 20: Perfil de la RSE – Sector Comercio	77
Gráfico 21: Percepción de la RSE – Sector Servicios	81
Gráfico 22: Perfil de la RSE – Sector Servicios	81
Gráfico 23: Resumen resultado total del diagnóstico en RSE por Sector “CEPIR”.....	84
Gráfico 24: Perfil de la percepción en RSE de las empresas de la CEPIR.....	85
Gráfico 25: Campana de Gaus	90
Gráfico 26: Género gerentes de las empresas externas.....	127
Gráfico 27: Edad promedio gerentes de las empresas externas.....	128
Gráfico 28: Profesiones gerentes de las empresas externas.....	129
Gráfico 29: Años de experiencia gerentes de las empresas externas.....	130
Gráfico 30: Percepción de la RSE “EE” – Sector Comercio	132
Gráfico 31: Perfil de la RSE “EE” – Sector Comercio.....	132
Gráfico 32: Percepción de la RSE “EE” – Sector Servicios Financieros	134
Gráfico 33: Perfil de la RSE “EE” – Sector Servicios Financieros	135
Gráfico 34: Percepción de la RSE en las Empresas Externas.....	136
Gráfico 35: Perfil de la RSE en las Empresas Externas	137
Gráfico 36: Perfil percepción de la RSE empresas de la CEPIR y Externas.....	141

ÍNDICE DE MATRICES

Matriz 1: Plan de Acción para implementación de RSE en empresas de la CEPİR.....	97
Matriz 2: Ficha de Observación.....	105
Matriz 3: Matriz de poder/interés de los grupos de interés.....	106
Matriz 4: Matriz de mapeo de los grupos de interés.....	107
Matriz 5: Matriz de definición de objetivos y priorización de estrategias.....	108
Matriz 6: Matriz de Plan de Acción en RSE.....	109
Matriz 7: Matriz de seguimiento y control	110
Matriz 8: Plan de Comunicación	111
Matriz 9: Plan de Mejora Continua.....	112

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de Encuesta.....	123
Anexo 2: Formato de Diagnóstico Empresas	124
Anexo 3: Observaciones del libro de campo	125
Anexo 4: Resultado del Diagnóstico Empresas Externas.....	126
Anexo 5: Comparación de las acciones en RSE empresas de la CEPİR y Externas	140

RESUMEN EJECUTIVO

El “Diagnostico de las acciones relacionadas con la RSE en las PYMES agremiadas a la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba, año 2016”, se llevó a cabo con la participación del consorcio de empresarios del Parque Industrial Riobamba y el apoyo de las empresas socias. Para el efecto se desarrolló un diagnostico interno y externo a través de un cuestionario dirigido a los Gerentes de las PYMES para identificar las potencialidades y dificultades empresariales que presenta cada una de las dimensiones y subdimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial y a su vez comprobar las iniciativas referentes a la temática que están implementando empíricamente. El análisis e interpretación, generaron los perfiles necesarios de percepción respecto al tema para con ello formular el plan de acción estratégico que les ayudara a las empresas a insertar a la Responsabilidad Social Empresarial como parte de su sistema de gestión. Además, la investigación efectuada permitió estructurar conclusiones y recomendaciones específicas para cada subdimensión de acuerdo a la puntuación obtenida, de tal manera que se pueda implementar el plan y a su vez efectuar acciones correctivas en el área que el diagnóstico así lo determine para alcanzar un nivel de RSE ideal, permitiéndoles a las empresas establecer estrategias adecuadas que las direccionen a ser más cuidadosas con su impacto dentro de los grupos de interés ya que son actores de cambio y de ellos depende la sostenibilidad de las mismas considerando los lineamientos del triple balance de resultado, es decir; desarrollo económico, sensibilidad social y conciencia medio ambiental.

Palabras claves: DIAGNOSTICO. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS – PYMES. DE ACCIÓN. EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE.

Ing. Diego Ramiro Barba Bayas
Director de Trabajo de Titulación

SUMMARY

The “Diagnosis of actions related to CSR and SMEs which are in trade union with Parque Industrial Riobamba Entrepreneurs Corporation, in 2016”. It was carried out with the participation of the consortium of entrepreneurs Parque Industrial Riobamba and also with the support of the business partners. For this purpose, an internal and external diagnosis was developed through a questionnaire addressed to SME managers in order to identify the business potentialities and difficulties presented by each of the dimensions and sub-dimensions of the Corporate Social Responsibility. In this way, to verify the initiatives regarding to the topic that are being implementing in an empirically form. The analysis and interpretation generated the necessary profiles of perception about the subject to formulate the strategic action plan which one will help to the companies to insert Corporate Social Responsibility as part of their management system. In addition, the research made it possible to structure specific conclusions and recommendations for each sub-dimensions according to the score gotten. So that the plan could be implemented and at the same time apply corrective actions in the area determined by the diagnosis to reach an ideal CSR level. This will allow to the companies establish adequate strategies in order to direct them to be more careful with their impact within the stakeholders. It is because the companies actors of change and of course the sustainability of them depends themselves considering the guidelines of triple balance of result. It means; Economic development, social sensitivity and environmental awareness.

Key Words: DIAGNOSIS. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES SMES. PLAN OF ACTION. SOCIALLY RESPONSIBLE COMPANY.

INTRODUCCIÓN

La globalización de la economía, el auge de nuevos mercados y los problemas ambientales a nivel mundial requieren que las empresas se viabilicen hacia una demostración voluntaria, para ser socialmente responsables, lo cual conlleva a mejorar sus procesos internos y sus conocimientos para lograr la competitividad empresarial deseada. La implementación de modelos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es problema para las grandes empresas de clase mundial por su gran capacidad económica, acceso a información adecuada y compromiso con la gente; en cambio las “Pequeñas Empresas” (PYMES), se enfrentan a un sinfín de aspectos que dificultan su funcionamiento.

Para el desarrollo del trabajo debemos preguntarnos: ¿Por qué existen tantos problemas para aplicar Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES?; presumimos que se debe primordialmente a la falta de información, conocimiento y experiencia en el tema, personal idóneo capacitado que, complementado con la falta de apoyo económico, obstaculizan la aplicación de RSE.

Es así que el principal objetivo es identificar, cómo la RSE puede constituirse en un elemento de diferenciación en las empresas agremiadas a la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba, a través de un diagnóstico y mediante estrategias socialmente responsables brindar una idea clara de su percepción, motivándoles hacia la aplicación de aspectos relacionados con la RSE.

El interés de las PYMES con respecto a la RSE se da por los requerimientos actuales del mercado y de sus grupos de interés; los consumidores exigen nuevas cualidades en los productos, los accionistas utilizan las prácticas sociales y medioambientales como indicadores de buena gestión y la sociedad civil y comunidad exigen que las empresas cumplan con la legislación vigente que incentiva a la RSE.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social Empresarial en adelante (RSE), es un paradigma para la gestión empresarial moderna, con el cual las organizaciones direccionan sus operaciones de manera sustentable, generando valor en los niveles económico, social y ambiental, tendientes al reconocimiento de los intereses y necesidades de los distintos grupos con los que la organización se relaciona.

Por su parte el Estado desde su origen propio, busca promover e inducir leyes y principios que permitan obtener una conducta y comportamiento responsable de los actores sociales, con el fin de conseguir objetivos de igualdad y buen vivir, por ende, es el principal interesado en motivar acciones para conseguir que las empresas sean responsables.

En esta línea de gestión, las empresas deben proyectarse como socialmente responsables, en función de la constante búsqueda del llamado triple balance de resultado: social, económico, y ambiental, que debido al desconocimiento del tema hace que su real aplicación, impida una inserción objetiva que tiendan a que cada unidad de producción empresarial organizada apoye a la construcción sostenible y sustentable en su territorio de influencia.

De los estudios efectuados en la ciudad y la provincia, Diego Barba (2015), se desprende que el 50% de las empresas locales efectúan buenas prácticas y temas relacionados con los ámbitos y competencias de la RSE, pero solamente el 10% de ellas aproximadamente, saben que dichas acciones tienen relación con el sistema de gestión de RSE, en relación a las dimensiones internas y externas, que alude la metodología utilizada para el diagnóstico de la percepción del tema que fue desarrollado por gobiernos autónomos españoles en base al Libro Verde de RSE de la Comunidad Europea, que al ser adaptado a la realidad local, generaron una línea base que debe ser actualizada para medir el avance en los distintos indicadores estudia.

En tal virtud, la investigación se transforma en trascendente, en función de los compromisos que las empresas deben cumplir con los distintos grupos de interés (stakeholders), no solo para cumplir la ley sino, ir más allá de ella, a fin de desarrollar programas que le inserten de manera objetiva en los procesos de desarrollo sostenible del territorio en donde se desenvuelve.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo puede la Responsabilidad Social Empresarial constituirse en un elemento de diferenciación en las PYME's de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba (CEPIR), con respecto al resto de empresas locales?

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente trabajo de titulación está delimitado de la siguiente manera:

Campo: Responsabilidad Social Empresarial

Área: Pequeña y Mediana Empresa (PYME's)

Espacial: Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba (CEPIR)

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Temporalidad: Período 2016

1.2 JUSTIFICACIÓN

Las empresas en la actualidad deben sintonizarse, más allá de las transacciones que realizan en el mercado, con la realidad económica social y ambiental de los stakeholders quienes, a través de sus atributos de poder, urgencia y legitimidad, presionan a las organizaciones para que se identifiquen e inserten en la resolución de la problemática.

Las empresas y en sí sus administradores o propietarios están más centrados en cómo hacer que la inversión sea más rentable con el mínimo esfuerzo, sin importar la situación de los actores de su entorno específico como trabajadores, proveedores y directivos, peor aún la capacidad de compra de sus clientes, quienes, debido a la política económica y fiscal del Estado, se ven en la necesidad de reducir su demanda agregada, que influye

directamente sobre la propia oferta. Al no ser parte de la solución de esta realidad, el desempleo, la reducción de la producción y productividad, apuntan a la total despreocupación de otros elementos de análisis determinantes para concertar soluciones innovadoras y creativas de la problemática.

En síntesis, los empresarios del ex Parque Industrial, después de la crisis producida por la venta de las acciones de la empresa de economía mixta que los cobijaba, quedaban al margen de los beneficios que dicho espacio les brindaba en la década de los años 80 del siglo pasado y a que partir de la aplicación en el país, según Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la situación de Importaciones, no tiene más alternativa que salir de manera gremial y organizada, de los niveles de estancamiento, subutilización y cierre progresivo de las unidades de producción; hechos que se pueden evitar si se introduce la lógica de transformarse en empresas socialmente responsables, que manejen sistemas de gestión integrados donde la RSE sea el paradigma que sobresalga.

En tal virtud, el proyecto pretende contribuir eficazmente a mejorar el conocimiento de la RSE para mejorar la imagen pública, la competitividad de las PYME's locales y potenciar la eco-innovación, entendida ésta como la búsqueda activa de estrategias, metodologías y procesos que permitan a las empresas de la Corporación ser pioneras en un mercado y en una sociedad cuyas inquietudes económicas, ambientales y sociales se proyecten día a día. Se extiende así una nueva línea de trabajo centrada en el desarrollo de instrumentos para implementar las estrategias y principios de RSE en las empresas de la Corporación, además con una información adecuada se podrá elaborar y asociar a su planificación estratégica, planes, programas y proyectos al respecto.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- ✚ Identificar cómo la RSE puede constituirse en un elemento de diferenciación en las PYME's de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba para la inserción del paradigma en los sistemas de gestión de dichas organizaciones.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✚ Describir las necesidades, dificultades y apoyos técnicos que requieren las empresas para la inserción de la RSE en los sistemas de gestión de las empresas de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba.
- ✚ Proponer líneas de trabajo entre la Facultad de Administración de Empresas – Escuela de Administración de Empresas y la CEPIR en base al convenio, mismas que generen la implantación de los sistemas de gestión de RSE.
- ✚ Identificar iniciativas de responsabilidad social que las empresas de la CEPIR, practican en pro del desarrollo sostenible de la comunidad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Introducción

Según un estudio desarrollado por la Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social Empresarial (CERES), “8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSE. En Quito, se asocia a la RSE (es igual RSC) con acciones y compromisos de las empresas con el medio ambiente o el entorno comunitario y en Guayaquil con programas de ayuda a damnificados (Viteri Moya, 2007)” citado por (Barba, 2015, Revista Ciencia UNEMI No. 15 p.51). Hipotéticamente la investigación plantea que las empresas locales están relacionadas con un 50% en la aplicación de los temas fundamentales de dicho modelo de gestión, los cuales surgen de manera no técnica, ni coordinada y sin saber que la aplicación básica de este tema, empíricamente las puede catapultar a ser empresas socialmente responsables.

Barba (2015) sostiene:

En la cultura empresarial ecuatoriana aún se confunde el concepto de RSE con filantropía asociada al paternalismo y asistencialismo identificado como una acción exclusiva de gente que tiene mucho dinero y en el caso de las empresas como una acción de marketing que desde luego genera réditos, criterio que irá cambiando progresivamente con la práctica (p. 52). Como causa de aquello Barba, en una de sus conclusiones menciona que *“las empresas desconocen el contenido de las leyes o certificaciones de RSE como la ISO 14000, que deben ser promovidas en su inserción, por las actividades de producción de bienes y servicios que ejecutan”* (p. 57).

Los supuestos que se plantean en esta investigación respaldan que el desconocimiento de este tema corresponde a que su concepción se presta a interpretaciones perceptivas a causa de que se utilizan términos muy técnicos para su correcta aplicación en las actividades de las empresas y como consecuencia en base a ideologías erróneas éstas creen que con el cumplimiento de la ley y realizando acciones sociales están aplicando los fundamentos reales de la Responsabilidad Social Empresarial, aunque es un tema de aplicación libre

y voluntaria creemos que se deben tomar medidas correctivas dirigidas desde planteamientos del gobierno para cambiar este tipo de realidades que a futuro afectaran directa o indirectamente el desarrollo de la empresa en lo económico, social y ambiental.

Pero para comprender esta temática debemos conocer los orígenes de esta nueva tendencia de gestión empresarial responsable que tomó protagonismo dentro de la sociedad global, a fin de no confundir la RSE con la filantropía empresarial y balance social.

Percepciones del concepto RSE

Con el paso de los años varios autores aportaron con su propia interpretación de este tema como, por ejemplo:

- a) **Bowen (1943)**, planteaba que la responsabilidad social se percibía como una *“obligación del empresario de tomar decisiones, acompañar líneas de acción deseables y adoptar políticas sociales, según objetivos y valores de la comunidad y sociedad”* (Martínez, Boga, & Faria, 2010, p. 8).
- b) **Znenisek (1979)** describe la RSE como *“una preocupación de las empresas por las expectativas del público, La utilización de los recursos humanos físicos y económicos para fines sociales más amplios y no simplemente para satisfacer el interés de las personas u organizaciones en particular”* (Martínez, Boga, & Faria, 2010, p. 9).
- c) **Giménez, Gómez y Villegas (2007)** citan a Friedman para señalar que, en una economía libre, sólo hay una única responsabilidad social de los negocios: usar sus recursos e involucrarse en actividades dirigidas a aumentar sus ganancias, siempre y cuando se mantenga en una competencia abierta y libre, sin decepción ni fraude” (Martínez, Boga, & Faria, 2010, p. 8).
- d) **Guédez (2006)** la define como *“la capacidad de un individuo o grupos de individuos por dar respuesta de lo que se hace o se deja de hacer, así como de las consecuencias de sus actos”* (González, 2011).
- e) **McGuire (1963)**, sustenta que *“la idea de responsabilidad social en el análisis final implica una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y una buena voluntad de considerar que esos recursos están utilizados para fines*

sociales y no simplemente para los intereses de personas privadas y de empresas”
(Orozco, Acevedo, & Acevedo, 2013, p 198, párr. 3)

- f) **Franco (2012)** señala que “la Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía libremente escogida y convertida en proceso de gestión estratégico que se sustenta en el liderazgo ético de los miembros de la entidad y que busca, sobrepasar las exigencias legales y las expectativas de cada grupo de interés, contribuyendo al desarrollo sostenible, el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y la competitividad de la empresa citado por (Barba, 2015, p. 51).

Por otro lado, las ONG’s e Instituciones Internacionales también plantean sus interpretaciones de esta temática.

Cuadro 1: Estándares de la RSE y otros documentos

Título	Concepto de RSE	Objetivo
ISO 26000 (Norma Guía)	“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000:2010, p.4)	“Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política”
Cuadro central, indicadores sociales AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas)	“La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. (AECA, 2003, p. 9)	Los objetivos generales de la comisión RSC de AECA, acordes con su misión y visión, son: a) Desarrollo científico de la responsabilidad social corporativa. b) Implantación generalizada de la RSC en las organizaciones. c) Difusión de las técnicas de la dirección y gestión centradas en RSC. d) Promoción de la colaboración entre personas, organizaciones e instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la RSC. (AECA, 2003, p.1)
Global Reporting Initiative (GRI)	No define un concepto de RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: “la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global” (GRI, s.f)	Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés. (GRI, s.f)

<p>SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable</p>	<p>“La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones” (INGECAL, 2011, p. 3)</p>	<p>Se centra principalmente en el cumplimiento de la legislación y normativa, Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Código de Conducta, Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Diálogo con los grupos de evaluación, Revisión por la Dirección y mejora continua, Informe de Responsabilidad Social y comunicación (INGECAL, 2011)</p>
<p>Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civilsocial-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9)</p>	<p>Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RSE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones de la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005)</p>
<p>Guía del Pacto Mundial</p>	<p>“No definen el concepto de RSE; sin embargo, consideran que: Las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas” (Pacto Mundial, 2013).</p>	<p>Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Mundial y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial, alrededor de 4 ejes temáticos: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción.</p>
<p>Banco Mundial</p>	<p>“la ciudadanía corporativa se basa en el reconocimiento de que las empresas tienen derechos y responsabilidades que van más allá de la maximización de las ganancias en el corto plazo”. Este término es el preferido en EEUU para referirse a la RSE (ExpokNews, 2008).</p>	<p>-</p>
<p>Comunidad Europea (Libro Verde)</p>	<p>La responsabilidad social es “la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad” (ExpokNews, 2008).</p>	<p>-</p>
<p>The Center for Corporate Citizenship</p>	<p>Define la RSE “como la manera en que la empresa integra valores sociales básicos en sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas” (ExpokNews, 2008).</p>	<p>-</p>
<p>Fuente: Cardona Acevedo, Duque Orozco, y Rendón Acevedo (2013) y documentos enunciados.</p>		

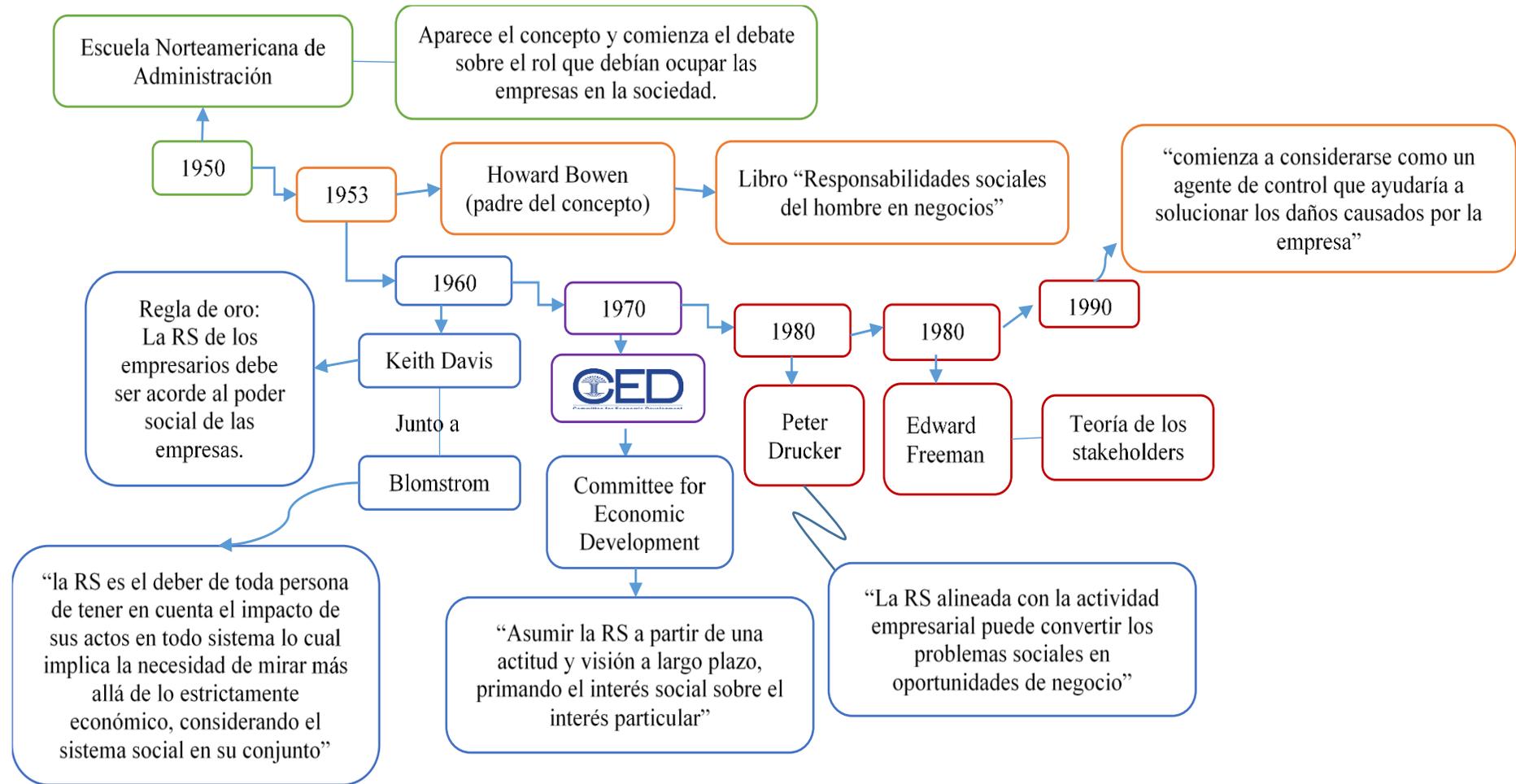
Origen de la RSE

Si bien es cierto el debate sobre la responsabilidad de las empresas ante la sociedad se ha dado desde hace más de medio siglo, también es cierto que no había alcanzado las dimensiones globales de ahora, razón por la cual durante la primera década del siglo XXI era visto como una moda. Debido a la constante confrontación que la RSE tiene con la realidad empresarial, estos debates no se han quedado solo a nivel de discusión teórica, sino que han sido operacionalizados a través de normas y herramientas de gestión por parte de diversos grupos de índoles internacional, regional y nacional. (Raufflet et al, 2012)

La RSE es una tendencia que no debe ser interpretada como un esnobismo como generalmente se la utiliza en la propaganda de empresas que no alcanzan a entender su real significado, el cual viene construyéndose integrado a los sistemas de gestión de las empresas desde finales de los años 50 del pasado siglo. El tema despierta el interés en los ciudadanos e institucionalidad en cada país que comienza a creer a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos o en su defecto cuestionando a sistemas políticos que están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables. Tiene un impulso importante con la aparición del libro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard R. Bowen.

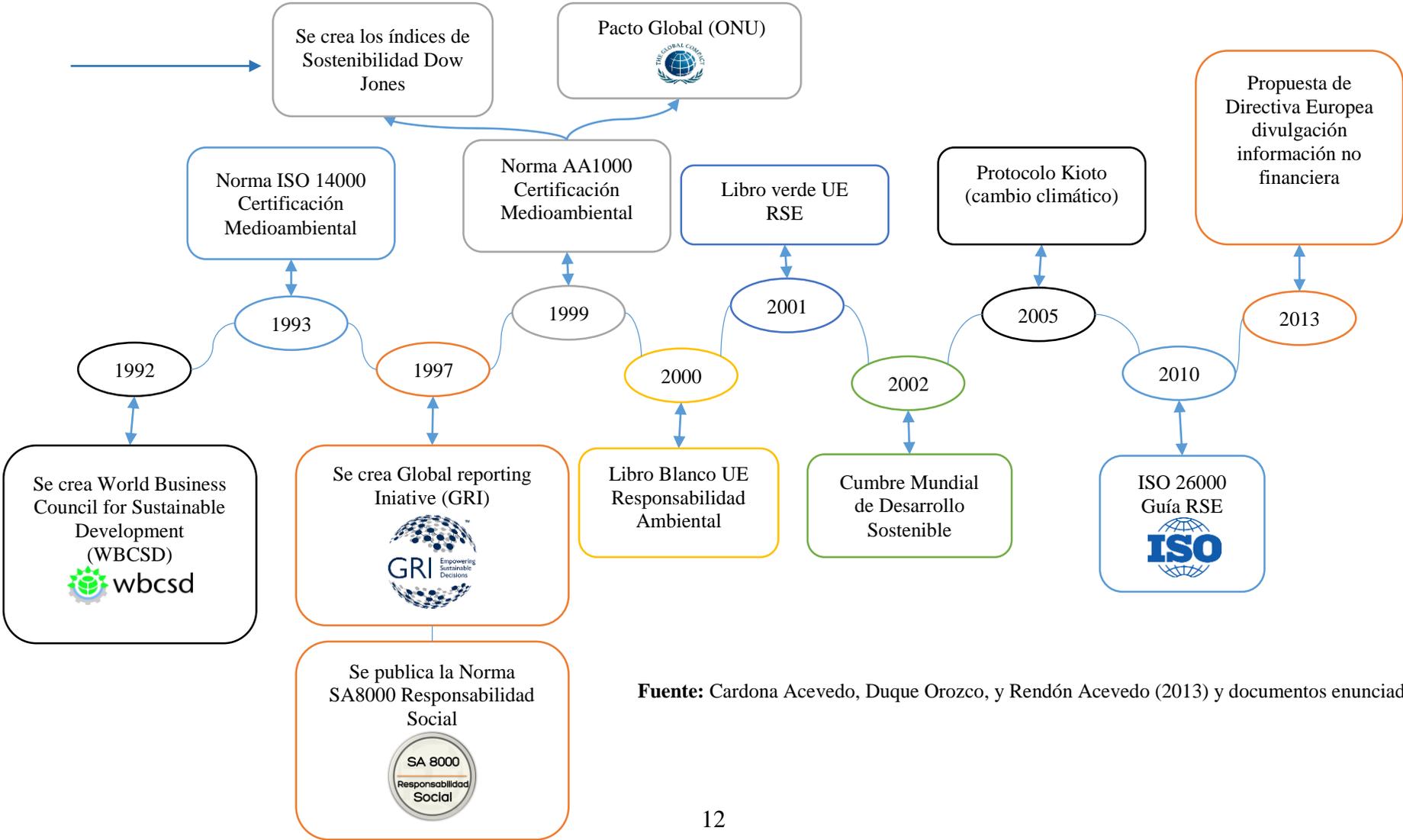
Dicho trance histórico es importante sistematizarlo, a partir del siguiente recorrido histórico detallado por Lucina Sicutta en el año 2012 (figura 1):

Figura 1: Origen y evolución del concepto RSE según autores



Fuente: (Luciana Cicutta, 2012)

Figura 2: Instituciones Internacionales - ONG's que impulsan la RSE



Fuente: Cardona Acevedo, Duque Orozco, y Rendón Acevedo (2013) y documentos enunciados.

Desde su origen la Responsabilidad Social Empresarial a través del tiempo ha sufrido muchos cambios en su interpretación, tanto autores como organismos que se dedican a impulsar el desarrollo de esta temática han propuesto desde enfoques diferentes un concepto claro para que se pueda llegar a entender lo que significa la RSE.

Compartimos la definición de SGE 21: 2008 (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable), menciona que “La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones”, creemos que es la definición que describe todo lo que en esencia es la RSE, partiendo de esta concepción a nuestro criterio la RSE es un paradigma rodeado de ideologías limitantes mismas que no permiten su real aplicación debido a obstáculos presentes en el entorno de las empresas, ya sea por el temor al cambio, escases de recursos o por el excesivo control del gobierno (leyes – políticas).

2.1.1 Antecedentes históricos

Evolución del concepto de RSE

Según Giuliana Illich y Emilio García Vega en su libro el ABC de la RSE en el Perú y en el mundo, la responsabilidad social es un concepto que aparece de forma explícita a mediados del siglo XX. Sin embargo, se puede afirmar que, en términos éticos y morales, esta ha estado presente desde los inicios de la historia a través de normativas para garantizar correctas prácticas comerciales. Luego de la Revolución Industrial a finales del siglo XIX surgen una serie de obligaciones a la labor empresarial, las cuales toman cuerpo en lo que se conoce como RSE (1930), desde ese entonces a partir de (1968-69), aparecen movimientos sociales, cambios en las exigencias de los consumidores, aparición de la responsabilidad social en Latinoamérica, así como el modelo empresarial y el balance social. En lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones se presentaron en la década de los setenta. Así en 1997, un grupo de 150 empresarios y líderes civiles, se reunieron en un congreso pionero en Miami, donde se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE consiguiendo así la creación de

Forúm Empresa, en 1998 aparece el Instituto Ethos de Brasil y más tarde aparece Acción RSE (2000) entre otras, citado por (Maza, 2013, párr. 2-5).

Estos últimos años las empresas son protagonistas de cambios constantes que les exige su entorno. Por tal motivo nace una corriente europea en donde se demanda a las empresas sean responsables por su accionar dentro de una comunidad. Y así surgen los principios de Responsabilidad Social Empresarial. No demora mucho en llegar a los Estados Unidos de Norteamérica en donde las grandes corporaciones de inicio se ven renuentes a aplicar este modelo empresarial, y sufren en pérdidas monetarias, mientras que las empresas europeas con las políticas de RSE ya implementadas ganan espacio en el mercado norteamericano. Es así que se crean las Memorias de Sostenibilidad que no es más que un informe basado en guías en donde se realiza una evaluación de la empresa con el fin de saber si es una empresa responsable. En el ámbito empresarial, las iniciativas se visibilizan en la actualidad con mucho ímpetu a partir de publicaciones dirigidas al público empresarial, en Latinoamérica, la Responsabilidad Social posee una configuración diferente de las prácticas en países llamados ‘desarrollados’ y, por ende, supuestamente no se debería hacer comparaciones entre ellos. Los distintos criterios en los que se basan los modelos de gestión de la Responsabilidad Social son resultado del desarrollo económico-social y la historia de las distintas regiones y países, así como también de sus diferentes tradiciones culturales (Osorio, Rendon, & Posada, 2013, “inicios de la RSE”, párr. 1-4).

Particularmente en Ecuador, este ámbito toma importancia en la agenda de lo público y de lo privado, desde algunas perspectivas y dimensiones igualmente plurales. En el 2005 se estableció, formal y jurídicamente, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, más conocido como CERES, iniciando con ello un hito importante en la evolución de la Responsabilidad Social en el país. CERES es una red de empresas que tiene como objetivo principal difundir y apoyar a otras empresas en la práctica de Responsabilidad Social en Ecuador (Galarza, 2014, pp. 14-19).

Por otro lado, en el Ecuador, las empresas transnacionales capacitan al personal a aplicar estas políticas, pero por la falta de personal calificado en RSE, las normas, así como procedimientos están llenos de falencias y de defectos; generando un efecto contrario en donde la población ha criticado su accionar que en la mayoría de casos confunden

“Acción Social con Responsabilidad Social”. El camino es largo y, sobre todo, tiene muchas imprecisiones en los modelos de las Empresas Ecuatorianas, que siguen creyendo que la rentabilidad es el principal objetivo del negocio. Y están olvidando la propuesta mundial de un negocio sostenible socialmente (Business World Cía. Ltda. (Consultora de Negocios y de Inversión),” RSE en Ecuador” (s.f), párr. 1-5).

Cabe mencionar un estudio de casos realizado en la Provincia de Chimborazo ciudad de Riobamba, en donde Barba (2015) señala que *“las empresas están aún muy lejos de considerar a la RSE como parte del sistema de gestión, sin embargo, dan cuenta también que sin saberlo tienen importantes indicios para llegar a ser empresas socialmente responsables”*. En su estudio Barba concluye que, sólo en una empresa, se constató que aplica en su sistema de gestión integral áreas temáticas de la RSE, aunque no en su íntegra composición, además menciona que dos de ellas desarrollan programas ambientales en base a los argumentos técnicos fundamentados en la ISO 14000, en temas como: control de desechos líquidos, sólidos, gaseosos; manejo de otros residuos, medición de la contaminación del aire, entre otros (p. 57).

Para resumir lo expresado a nivel de Macro, Meso y Micro, se han desarrollado diferentes investigaciones tendientes a identificar la percepción de la RSE y las acciones que alrededor del tema efectúan las empresas, consumidores, autoridades, organizaciones, Estados, que en unos casos no manejan el tema como parte de su sistema integral de gestión y como consecuencia de ello desconocen el nivel de impacto que este tema genera en su entorno general y específico.

Cuadro 2: Experiencias de estudios de percepción de la RSE

Autor-Título	Año/País	Referencia Bibliográfica	Resultados Relevantes de la Investigación
A NIVEL INTERNACIONAL			
León, Fátima. La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor	España-2008	Visión Gerencial. ISSN 131. Año 7. No. 1. Enero-junio 2008. Pg.83-95	Analiza la percepción de la RSE por parte del consumidor y la forma en que influye la decisión de compra o rechazo de los productos o servicios. Demuestra como los consumidores atribuyen cada vez más importancia al comportamiento socialmente responsable de las empresas.
Ecoinnova RSE. Estudio de la percepción de la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES Navarras	Pamplona-España 2010	Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA)	Recoge las visiones que las PYMES de Navarra tienen de la RSE una vez que han participado en los Diagnósticos, los beneficios que perciben, los apoyos con los que cuentan y las dificultades detectadas, de forma que las conclusiones obtenidas puedan servir para orientar sus programas y políticas de RSE.
Aguilar, Alejandro: 1er Estudio-2013. Panorama de la Responsabilidad Social en México	MexicoDF,2014	ResponSable, Agencia de Responsabilidad Social	85% califica el nivel de madurez de la RSE como bajo. El 50% de las personas encargadas de la RSE nunca ha estudiado el tema. El 26% de las empresas no cuenta con mecanismos de identificación de las partes interesadas. El 76% de las empresas identifican sus acciones de RSE con base a sus valores y el 19% con base al mapeo de riesgos y oportunidades en RSE. El 86% de los consumidores está dispuesto a cambiar de marca de producto o servicio si ésta es social y ambientalmente responsable. El 75% de los consumidores opina que los Mensajes de responsabilidad social de las empresas no son claros.

<p>Michelen, Jesús Elias: Segundo estudio de percepción de la Responsabilidad Social empresarial (RSE) y sostenibilidad en la República Dominicana</p>	<p>Santo Domingo – República Dominicana -2015</p>	<p>Observatorio permanente de ética de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana- Pontificia Universidad católica Madre y Maestra (PUCMM)</p>	<p>El estudio señala que un 89% de empresarios consideran que no existe información en República Dominicana sobre la RSE, muestran pre disponibilidad para ampliar sus conocimientos en el área. Hay muy poco compromiso con respecto a la implementación de códigos éticos, respeto a la aplicación de las leyes, al medio ambiente, por ello muchas empresas dominicanas fueron expulsadas del Pacto Global de las Naciones Unidas...</p>
<p>Levi Pablo. Investigación. Gestión de la RSE en la Argentina</p>	<p>2015</p>	<p>ComunicarRSE. www.comunicarseweb.com.ar/noticia/gestion-de-la-rse-en-la-argentina</p>	<p>El 27% de las empresas tiene un área de gestión especializada en RSE, mientras que casi el 60% atiende estos temas desde áreas vinculadas a la Comunicación o las Relaciones Institucionales. El 87% de las áreas que lideran RSE posee un presupuesto propio y tiene un promedio de entre 1 y 5 empleados, mayormente personas jóvenes y del sexo femenino. La investigación de ComunicarRSE, dirigida por su Director Ejecutivo, Pablo Levi, pone de manifiesto que el 51% de las empresas despliega estrategias de RSE que tienen una planificación superior a los 5 años, mientras que las áreas de gestión tienen en promedio unos 6 años de vida dentro de la empresa. El estudio concluye que el 68% de los CEO y Directivos argentinos tiene el tema de la RSE entre sus asuntos “prioritarios” e “importantes”. Además, se afirma que el 78% de los empleados de áreas de RSE recibe capacitación, por lo menos, una vez al año. El 48% de las compañías, por su parte, realiza una medición de los resultados de sus programas y estrategias de responsabilidad social.</p>
<p>Landeta Millar, Ferennada y otros. Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa chilena: una revisión de la realidad actual.</p>	<p>Santiago de Chile,2012</p>	<p>Tesis. Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios. Escuela de Economía y Administración.</p>	<p>Más del 50% de la PYMES en Chile realizarían actividades de RSE y de éstas el 68% comunican a sus grupos de interés. 50% realizan, pero no las comunican.</p>

A NIVEL NACIONAL			
EKOS: Empresas con Responsabilidad Corporativa, Ecuador 2011	Quito, 2012	Revista Económica EKOS	El 34% de los empresarios de Quito y Guayaquil piensan que la RSE es la retribución a la comunidad donde se desarrolla la empresa. El 30% que es un compromiso adquirido con las Stakeholders, el 14% no habla sobre el tema como una estrategia corporativa; el 84% piensa la RSE surge como una herramienta clave para gestionar operaciones: sobre la implementación del modelo el 53% de empresarios sostiene que lo están implementando, 25% están en proceso de implementación y el 22% no presenta indicios de aplicación.
CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO-AMERICANA. Percepción de ecuatorianos frente a la Responsabilidad Social Empresarial	Quito 2012	Consultor Apoyo. Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana	De las empresas: 24% cumple con leyes y obligaciones, 19% son responsables con el entorno, 17% cumple con todos los beneficios y se preocupa por el bienestar de sus trabajadores, 12% cuida el medio ambiente, 7% tienen responsabilidad en el trabajo, 7% asume responsabilidad para el bienestar de la ciudad
Torresano. Monica: Estudio de responsabilidad social en el Ecuador 2012	Quito-Ecuador 2012	IDE-Bussines School	Señala que sobre la RSE el porcentaje del Estado y organizaciones de la sociedad civil que expresan tener un alto grado de conocimiento es mayor que el de los empresarios. En el Estado la cifra es del 60%, en lo que respecta a las organizaciones de la sociedad civil, la cifra es del 51%; y en las empresas es 42%
Lima-Bandeira, Mariana: Consultoría para el levantamiento de información transversal sobre la Responsabilidad Social en el Ecuador.	Quito, diciembre 2012	CERES, Fundación CODESPA-Ministerio de asuntos exteriores y cooperación-España	El Ecuador es uno de los países con la brecha más significativa de percepción a nivel de Responsabilidad Social Empresarial entre ejecutivos y consumidores, según lo señala el informe "El estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011: percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas, publicado por Fórum Empresa. Estos datos indican que aún hay un desconocimiento en la sociedad ecuatoriana y una posible desarticulación entre las iniciativas empresariales y el valor agregado de éstas...

Deloitte. Resultados de la Encuesta de Percepción. Responsabilidad Social Empresarial 2014	Quito, 2015,	Deloitte Touche Tohmatsu Limited	Se ha visto un cambio importante entre la gestión del 2013 donde el resultado de la encuesta refleja que el 58% de las empresas conocían sobre RS, al 2014 la encuesta refleja que existe una estrategia sostenida de más del 62%. Se nota un involucramiento y apoyo de la alta dirección en el 55% de empresas. El 66% de los actores creen que invertir en acciones de RSE les asegura mejores resultados financieros. El 92% de las empresas no han medido el impacto ambiental de sus acciones ...
Moran-Montalvo, Cristian y otros. Stakeholders, Responsabilidad Social en el Ecuador	Quito 2016	Revista Científica y Tecnológica UPSE, Vol.III, No.2, Pag.21-30 (jun.,2016)	7 de cada 10 consumidores tienen escasa e imprecisa información respecto al concepto de RSE. El 98% piensa que las empresas socialmente responsables (ESR) son importantes e influyen en la decisión de compra, el 85% opinan que la ESR supera a una que no lo es, por ello el 86% considera que la RSE debe ser aplicada de manera obligatoria.
A NIVEL LOCAL			
Orozco Bermeo, Jorge Luis. La responsabilidad social empresarial (RSE) como noción y prácticas de las empresas afiliadas a la Cámara de Industrias de Chimborazo e influencia en sus públicos. 2013	Riobamba 2014	Trabajo de fin de Titulación UTPL	El 80% de los gerentes de 10 de las 18 empresas encuestadas y 60% de funcionarios perciben a la RSE como una contribución activa y voluntaria para mejorar su impacto social, económico y ambiental. El 40% de las empresas no tiene en su nómina al 4.01% de trabajadores con capacidades especiales de acuerdo a la ley. El 70% de empresas efectúan una evaluación del ambiente laboral. El 60% de empresas ejecutan programas de apoyo a la comunidad. El 30% prepara informes de sostenibilidad, el 20% cuenta con certificación ambiental...

<p>Barba-Bayas, Diego. Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba.</p>	<p>Riobamba, 2015</p>	<p>Revista CIENCIA UNEMI. Vol. 8 15, septiembre 2015.00 50.58. ISSN;1390-4272</p>	<p>Este artículo interpreta técnica y objetivamente la percepción de los propietarios, gerentes y técnicos de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, en perspectiva de su aplicación en las empresas locales. Para ello se señalan conceptos relevantes y se caracteriza la muestra a la cual se aplicó un amplio cuestionario de Acción Empresarial (Chile), de cuyos resultados denotan un perfil de la percepción empresarial sobre la RSE. El artículo en sus conclusiones sugiere desde la academia el desarrollo de programas al respecto. Es importante señalar que no hay investigaciones en Ecuador, por ello en este trabajo se puede conocer hasta qué punto las empresas están familiarizadas, sin saberlo, con dimensiones, subdimensiones e indicadores para alcanzar el triple resultado: social, económico y ambiental</p>
--	-----------------------	---	--

Fuente: Internet; Información recopilada por: Las autoras

Cuadro 3: Buenas prácticas de Responsabilidad Social de las empresas que son miembros de CERES

Nombre Empresa	Definición de RSE	Programas	Logros Alcanzados
<p>ACE Seguros</p>	<p>“ACE Seguros considera a la Responsabilidad Social Empresarial como la toma de conciencia sobre el impacto que tiene como Organización en los Stakeholders y alinear todas las políticas y procedimientos a un modelo que permita que este impacto sea positivo”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ACE Green (Medio ambiente). ➤ Fundación FACES (Comunidad) ➤ Formación (Laboral) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programa ACE Green: 70% oficinas con materiales reciclados; reducción de 9,34% en consumo de energía; campaña para la reducción de consumo de envases desechables. ✓ Fundación FACES: 480 niños y niñas beneficiadas. 7 profesores que reciben honorarios. ✓ Programa de Formación: 85 colaboradores y stakeholders capacitados en DDHH. 100 % de los colaboradores formados en políticas y procedimientos anticorrupción.

<p>Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT-EP)</p>	<p>La Responsabilidad Social constituye la creación de valor en los ámbitos social, ambiental y económico a través de la aplicación de compromisos empresariales que van más allá del cumplimiento legal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inclusión digital a través de Infocentros en zonas vulnerables del país. ➤ Reciclaje de residuos electrónicos. ➤ Inclusión de la base de la pirámide en trabajos misceláneos. ➤ Adhesión a la Red de Empresas por un Ecuador Libre de Trabajo Infantil. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementación de 296 laboratorios digitales, 73 Infocentros al 2011. ✓ Recolección de aproximadamente 16.500 kg de residuos electrónicos. ✓ Trabajadores contratados a través de la Red Socio Empleo para trabajos misceláneos. ✓ Manifestación expresa de Cero Tolerancia al Trabajo Infantil en Solicitud de Inscripción para la preselección de proveedores para la contratación del diseño, construcción y fiscalización de planta externa.
<p>Plasticaucho Industrial S.A.</p>	<p>Asegurar que los impactos de las decisiones y actividades de Plasticaucho Industrial, relacionadas con sus grupos de interés, contribuyan a su desarrollo sostenible, mediante un comportamiento ético, legal y transparente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistematización RSC ➤ Elaboración de Código de Ética ➤ Planes Integrales de Desarrollo e Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad. ➤ Voluntariado Corporativo ➤ Aplicación de un Programa de Manejo de Residuos en la Organización, Educación Ambiental, Licencia Ambiental 	<p>Sistematización RSC: Sensibilización y educación en RSC; Designar un responsable que lidere el proceso de implementación de RSC.; Levantamiento de buenas prácticas de RSC; Ejecución de Diagnostico en RSC con la consultora Deloitte.</p> <p>Elaboración de Código de Ética: Conformación del grupo guía para elaboración del código de ética.</p> <p>Planes Integrales de Desarrollo e Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad: Baja rotación de colaboradores con discapacidades; Conformación de un área de trabajo para 15 personas con discapacidades psicológicas y físicas; Identificación estadística y mapeo de las necesidades psicológicas, sociales y familiares de PCD.</p> <p>Voluntariado Corporativo: Planificación y ejecución de 7 actividades de inversión social, en las que se llevaron a cabo las iniciativas solidarias organizadas por los diferentes grupos de voluntarios a nivel nacional.</p> <p>Aplicación de un Programa de Manejo de Residuos en la Organización, Educación Ambiental, Licencia Ambiental: Sensibilización y educación en 4R; Clasificación de desechos en plantas de producción, oficinas administrativas y comedores.</p>

<p>Yanbal Ecuador S.A.</p>	<p>“Elevar el nivel de vida de la mujer y de todos quienes forman parte de la familia Yanbal International, ofreciéndoles la mejor oportunidad de desarrollo personal, profesional y económico, con el respaldo de productos de belleza de calidad mundial, es nuestra misión y es desde donde se desprenden las iniciativas de sostenibilidad y RSC que implementamos de forma continua”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Yanbal verde. ➤ Proyectos de sostenibilidad. ➤ Plan de emergencias ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitaciones, campañas de reciclaje y promoción de conciencia ambiental. ✓ Reducción del consumo de energía eléctrica, a través de mejoras en los sistemas de calefacción y de iluminación en el CEDI Aloag. ✓ Reutilización del agua tratada. Reducción del consumo de 200 litros de agua por cada 100 kg de consumo de cartón. Reaprovechamiento de 60 pallets por mes.
<p>Universidad Casa Grande (Guayaquil)</p>	<p>Construir una cultura de responsabilidad social y vinculación que articule a la comunidad educativa universitaria, su gestión, docencia e investigación con las demandas de los diferentes sectores de la sociedad y la necesidad de conocimiento glonacall; asegurando la pertinencia y calidad de sus procesos, su impacto, el aprendizaje y la rendición de cuentas.</p>	<p>Simulaciones pedagógicas como práctica docente exitosa para el desarrollo de responsabilidad social de los estudiantes universitarios. Durante las simulaciones pedagógicas, los estudiantes, bajo la dirección de sus profesores, diseñan y ejecutan campañas comunicacionales, proyectos y programas para diversas organizaciones que trabajan con niños con discapacidades, mujeres maltratadas y, en general, sectores vulnerables de la población, propuestas para el desarrollo de ciudadanía o de actividades microempresariales, entre otros proyectos sociales.</p>	<p>Aporta a la cultura, amplía la visión del mundo, el conocimiento de conflictos internacionales e hitos de la historia de la humanidad.</p>

Fuente: (Bandeira & Parra, 2013), pág. Web Fundación CODESPA-CERES

De la información que se ha logrado sistematizar se desprende que, para el caso europeo en especial de España, existe una política comunitaria expresada en el documento denominado “El libro verde de la RSE”, que se transforma en una guía de acción para las empresas que están desarrollando a la RSE como parte sustancial de su modelo de gestión. Es importante señalar que en España los Ayuntamientos en conjunto con la academia y ONG´ especialistas, han desarrollado modelos de diagnóstico, implementación, evaluación y construcción de planes, programas, estrategias y políticas, para encaminar el tema en todo a objetivos que se plasman en el llamado balance de triple resultado (Económico, social y ambiental).

A nivel de América Latina, la percepción empresarial y de algunos grupos de interés es muy conservadora en relación al tema, menos del 50% de las empresas desarrollan programas al respecto, no consideran al tema como prioritario, lo ven más como cumplimiento de normativa, marketing, obligación en algunos subtemas. Para el caso ecuatoriano, la percepción del tema es preocupante según los estudios referidos y que coincidentemente surgen más en el año 2012, posiblemente como respuesta a las insinuaciones constitucionales y de algunas leyes relacionadas con la producción de bienes y servicios.

Por otro lado, como se observa en el cuadro 3, es importante mencionar que el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, más conocido como CERES a través de un estudio dirigido a sus miembros muestra las evidencias (buenas prácticas) que éstas tienen en su modelo de gestión, estas empresas a través de programas estructurados plasman sus acciones responsables y mediante sus propias interpretaciones de esta temática ejecutan sus actividades en búsqueda del bienestar común de su entorno.

La presente investigación camina un paso delante de lo encontrado para analizar una percepción más directa tomando en consideración entre algunas metodologías y experiencias de buenas prácticas de otras empresas, un análisis de las dimensiones internas y externas de la RSE en caso de Pymes, para encontrar en la práctica lo que las empresas en muchos casos sin saber de lo que se trata, efectúan acciones al respecto que lógicamente se las interpretará a partir de la aplicación de los conceptos referidos en el presente documento.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

González (2011) determina que son muchas las definiciones que existen acerca del término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sin embargo, no existe un consenso internacional sobre este concepto y diversas denominaciones se le han dado, tales como: responsabilidad social de la empresa, ciudadanía corporativa, negocios inclusivos, filantropía corporativa, triple balance, empresa responsable y sostenible, inversión social empresarial, etc.;

Gonzales cita a Guédez (2006) para definir la RSE desde tres perspectivas, a saber:

- a) **Definición Connotativa:** en este sentido se define la RSE como el ejercicio ético y sustentable de la competitividad. Por tanto, implica la toma de conciencia por parte de la empresa de las consecuencias de sus acciones y un compromiso intergeneracional con la sociedad.
- b) **Definición descriptiva:** esta concepción entiende la RSE como un conjunto de estrategias que permiten identificar, atender y sobrepasar las necesidades y expectativas de los grupos de interés internos y externos de la organización.
- c) **Definición Operativa:** se define a la RSE como el conjunto de estrategias que orientan las acciones, sustentadas en alianzas con sus diversos grupos de interés, con un voluntariado que apoye desde dentro de la organización.

2.2.1 Los principales retos de la RSE

- a) Mayor diálogo multi-stakeholder (modelo de múltiples partes interesadas: participación de los enfoques de todos los actores de un sistema).
- b) La integración de la RSE en el Estado para beneficiar y motivar al sector privado.
- c) Más alianzas público-privadas.
- d) Generalizar la RSE entre las Pymes.
- e) Que la RSE forme parte de la estrategia del negocio (Mercurio, 2014).

2.2.2 Principales barreras de RSE

- a) Escasa cultura de diálogo y consenso.
- b) Enfoque de la RSE como marketing.

- c) Falta de políticas públicas que incentiven la RSE.
- d) Amplio desconocimiento del concepto.
- e) Que la RSE se entienda como filantropía (Mercurio, 2014).

2.2.3 El valor agregado de la RSE

Por lo general, las experiencias empresariales en torno a la Responsabilidad Social buscan su justificación primeramente en el valor agregado que se puede obtener. Pese que esta es una visión bastante instrumental, no implica un retorno exclusivamente económico. Sin embargo, es sustancial entender e identificar lo que motivará a una organización a emprender una u otra acción dentro del campo de la Responsabilidad Social, especialmente porque las inversiones iniciales en acciones sociales son significativas e inevitablemente puede afectar la economía de la empresa en el corto plazo.

La tesis doctoral de Dam Lammertjan sustenta que la inversión en Responsabilidad Social sí, afecta la situación financiera de las empresas en el corto plazo, una vez que demanda inversiones en acciones socialmente responsable. Sin embargo, incrementa su valor económico y, con el tiempo, puede generar mayor rentabilidad y lucro. El autor muestra que los inversionistas consideran la responsabilidad de las empresas un tema importante y asocian el mayor riesgo a inversiones en empresas con comportamientos “irresponsables” socialmente citado por (Bandeira & Parra, 2013).

Cuando la Responsabilidad Social tiene sus bases en principios y valores, y en una real preocupación con la problemática socio-ambiental, el riesgo de discontinuidad en las iniciativas empresariales se reduce sustancialmente. Estos valores se institucionalizan como cultura empresarial y sirven de guía para sus relaciones con clientes, gobierno, sociedad, accionistas, naturaleza, comunidades y otros actores sociales.

2.2.4 Teorías de la RSE

2.2.4.1 La teoría de los grupos de interés

La definición más generalmente aceptada sobre el concepto de stakeholders es precisamente la que proporciona Edward R. Freeman (1984) señala que los “stakeholders

son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que, además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”. Rovira (2002) aduce que “la teoría de los stakeholders ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes” será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, atendiendo principalmente a demandas sociales de partícipes clave, citado por (Margarita, Javier, & Bertha, (s.f)).

2.2.4.2 Teorías Instrumentales

(Garriga & Melé, IESE de la Universidad de Navarra, 2011), mencionan que la empresa es vista exclusivamente como un instrumento para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos. En este grupo de teorías se incluyen:

- La maximización del valor para el accionista como criterio supremo para evaluar las actividades sociales corporativas.
- Las estrategias para lograr ventajas competitivas.

2.2.4.3 Teoría de la política económica

Esta teoría concibe a las corporaciones desde un horizonte más trascendente, influido desde la complejidad de un gran sistema social, económico y político de la existencia de entes en la que se contempla, principalmente, las relaciones sociales de producción vinculadas con las partes afectadas dentro del sistema de intercambio productivo, previo análisis de las interacciones que resultan, hace referencia al poder de las empresas en la sociedad y un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político (Garriga & Melé, 2011).

2.2.4.4 Teorías integradoras

Según Garriga y Melé, (2011) la empresa se centra en la captación, identificación y respuesta a las demandas sociales. Con ello pretenden legitimidad social y una mayor aceptación y prestigio social. Este grupo de teorías comprende:

- La gestión de asuntos sociales, definida como los procesos con los que la empresa identifica, evalúa y responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectarle significativamente.
- El principio de responsabilidad pública. Sus valedores sostienen que un comportamiento empresarial adecuado deriva de una política pública relevante, que incluya el modelo general de dirección social reflejado en la opinión pública, asuntos emergentes, requisitos legales formales y prácticas de ejecución o aplicación.

2.2.4.5 Teorías éticas

Basadas en las responsabilidades éticas de las empresas para con la sociedad, se fundamentan en principios que expresan qué se debe y qué no se debe hacer, con la necesidad de construir una sociedad mejor. Entre los enfoques principales, Garriga y Melé distinguen los siguientes:

- Los derechos universales, basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente.
- El desarrollo sostenible, dirigido a alcanzar un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras.
- El enfoque del bien común, que sostiene que la empresa debe contribuir al bien común porque es parte de la sociedad.

2.2.5 Modelos de Gestión RSE

Según investigación presentada por Barrios, (2013) nos menciona varios modelos de gestión en RSE del cual señalaremos dos (pp. 64-83).

2.2.5.1 Modelo de la Ciudadanía Corporativa

Las etapas de la Ciudadanía Corporativa son:

- a) **Etapa Elemental:** esta etapa denominada primaria se centra en la responsabilidad social de defensa, la atención se orienta hacia el cumplimiento legal que consiste simplemente en obedecer la ley, y proteger la reputación de la compañía. El desafío de la empresa es ganar credibilidad.
- b) **Etapa de Compromiso:** en esta etapa las empresas empiezan a reconocer las responsabilidades éticas, y las actividades de RSE, sin embargo, están limitadas por la infraestructura organizacional y la cultura.
- c) **Etapa de Innovación:** en esta etapa la empresa se mueve en dos vías, hace más amplia su agenda al introducir más cuestiones relativas a la RSC, y profundiza su compromiso como líder y asume un rol de vigilante.
- d) **Etapa de Integración:** el progreso en esta etapa consiste en pasar de la coordinación a la colaboración en el manejo de las cuestiones de la RSC, se trata de incluirlas y manejarlas como parte de las estrategias de la empresa. En términos operativos, se pretende establecer metas e indicadores de desempeño, monitorearlos y reportarlos en tableros de control de gestión.
- e) **Etapa de Transformación:** las empresas en esta etapa son capaces, tanto estructural como culturalmente, de mantener relaciones con múltiples ONG's.

El modelo de Ciudadanía Corporativa puede desarrollarse desde abajo hacia arriba, cuando los empleados son los que ejercen la presión y proveen incentivos para un comportamiento socialmente responsable (Barrios, 2013, pp. 67-69).

2.2.5.2 Modelo de Indicadores ETHOS

Los indicadores ETHOS son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE o RSC. Han sido diseñados para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje exclusivamente para uso interno en la organización (Barrios, 2013, p 71).

Estos indicadores han sido elaborados en alianza con organizaciones latinoamericanas líderes en RSE, y con la asistencia técnica del Instituto Ethos; como un componente del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE), por ello han sido formulados de modo tal que contemplan:

- a) **Indicadores de profundidad:** Permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa;
- b) **Indicadores binarios:** Se componen de preguntas de respuestas dicotómicas (sí o no) y califican el estudio seleccionado en los Indicadores de profundidad. Sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios.
- c) **Indicadores cuantitativos:** Proponen el relevamiento sistemático de datos. Con ellos, se pueden conformar series anuales para cruzar con otros datos relevantes para la empresa. No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; no obstante, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y hacen a la consistencia de la planificación de nuevos objetivos y metas en materia de RSE. Su estructura es a manera de cuestionario cuyo desarrollo se hace a través de un sistema virtual.

El sistema permite que cada empresa pueda observar los resultados de su información vertida, presentados en un informe de diagnóstico. Además, permite compararse (benchmarking) con las mejores empresas de la región que hayan hecho el llenado del cuestionario en el mismo período (Barrios, 2013, pp. 72-74).

2.2.6 ¿Qué son las PYMES?

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (SRI, 2013).

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- a) Comercio al por mayor y al por menor.
- b) Agricultura, silvicultura y pesca.
- c) Industrias manufactureras.
- d) Construcción.
- e) Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- f) Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- g) Servicios comunales, sociales y personales.

2.2.6.1 Principales debilidades de las PYMES

Según la SENPLADES (Gobierno Nacional del Ecuador- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013), las principales debilidades de las PYMES son:

Cuadro 4: Principales debilidades de las PYMES

PRINCIPALES DEBILIDADES DE LAS PYMES	
Generales	Internas
Baja productividad y competitividad	Limitada gestión empresarial
Falta de definición y continuidad en las políticas de apoyo al sector	Control de calidad y seguridad industrial deficiente
Marco Legal desactualizado	Insuficiente conocimiento del mercado y del mercadeo
Instituciones públicas y privadas no responden a las necesidades del sector	Poca formación integral del recurso humano
Carencia de liderazgo de los sectores involucrados en su desarrollo	Falta de liquidez
Insuficiente infraestructura para el sector	Falta de un sentido asociativo
Insuficiente información estadística y técnica sobre el sector	Desconocimiento de nuevas tecnologías
	Poco manejo de información

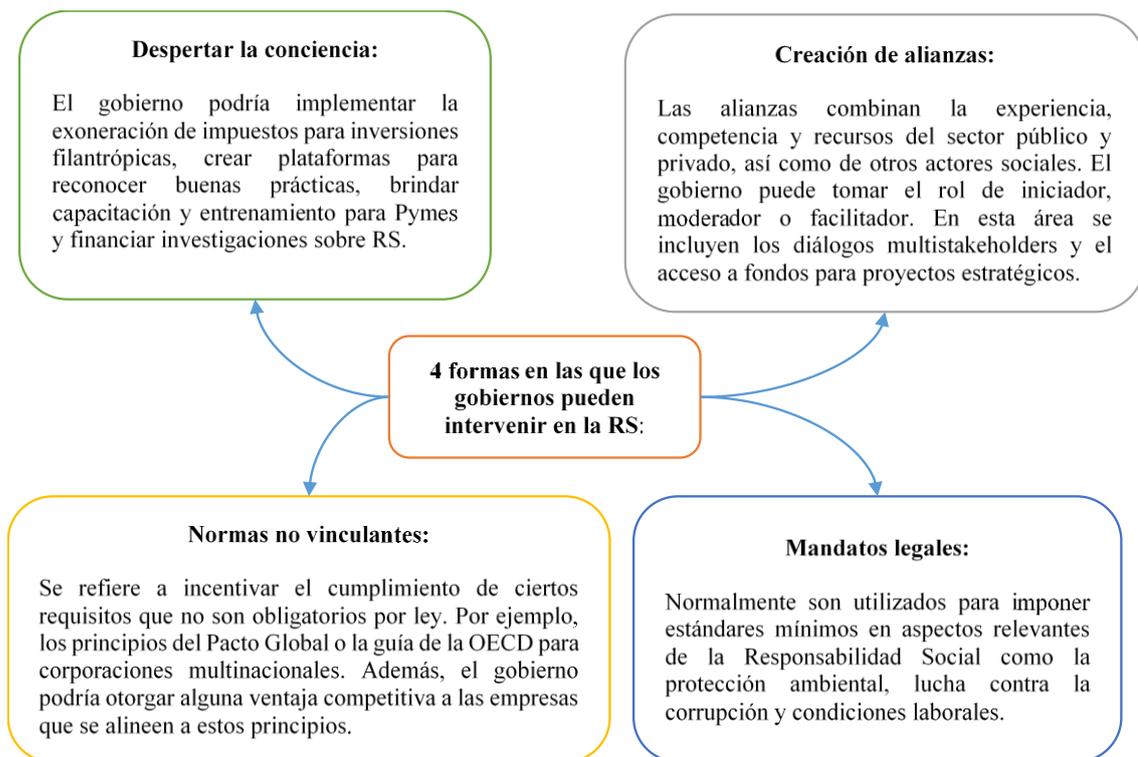
Fuente: SENPLADES, citado por la revista EKOS

2.2.7 El rol del estado en la Responsabilidad Social

Los gobiernos deben promover y facilitar la gestión en esta materia, muchas veces hemos hablado aquí de que la responsabilidad social debiera ser proactiva y no reactiva, es decir, no esperar a cometer las faltas para decirle a la sociedad que somos responsables y que nos haremos cargo; eso no inspira a nadie y además es muy costoso, hay que señalar honestamente que en el mundo de la RSE hay muchas conductas guiadas por la apariencia y no por la esencia. Además, un criterio bastante difundido es que si alguna medida es obligatoria entonces “ya no es Responsabilidad Social”. En este contexto, definir el rol del Estado es complejo (Torres, 2014, párr. 1).

En 2010 el Pacto Global de las Naciones Unidas publicó un estudio donde distinguía 4 formas en las que los gobiernos pueden intervenir en la RS:

Figura 3: Formas en las que los gobiernos pueden invertir en la RS



Fuente: (Torres, 2014) publicado en Revista EKOS, (pp. 92-93).

Sin embargo, todavía no es muy claro cómo estas 4 estrategias contribuyen en el largo plazo a la consolidación de la Responsabilidad Social en un país y a su desarrollo. En Ecuador, un estudio reveló que el 70% de las empresas y entidades gubernamentales

considera que el marco legal es favorable “en algunos casos” o “completamente favorable” a la Responsabilidad Social. Entre las iniciativas fomentadas se incluyen los sellos “Hace Bien” y “Hace Mejor” del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), que certifican a las empresas que cumplen con la ley, así como aquellas que van más allá e integran criterios de responsabilidad social dentro de su gestión (Torres, 2014, p. 93, párr.5).

Según Torres (2014) señala que “el Estado también puede fomentar la RS incorporando cláusulas éticas, sociales y ambientales para la contratación pública. Durante 2013, esta actividad fue equivalente al 12% del PIB y contó con cerca de 100.000 proveedores habilitados”. Otro campo grande para incidir son las Empresas Públicas (EP) pues el Estado cuenta con casi 30 en sectores como energía, hidrocarburos, medios de comunicación, fármacos, transporte, entre otros. Aquí, lo más importante es la imparcialidad con la que el Estado realice su función reguladora y fiscalizadora. En el país aún existe la percepción de que el gobierno no es igual de riguroso con las EP como lo es con las EP. Si se logra vencer esa tendencia, Ecuador avanzará a pasos agigantados hacia la RS pues las palabras ilustran, pero el ejemplo arrastra (pp. 93, párr.7-8).

2.3 HIPÓTESIS

Con la aplicación del Diagnóstico las empresas de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba se constituirán como elemento diferenciador y dichas organizaciones reconocerán la efectividad de la herramienta y sus potencialidades para insertarlas en sus sistemas de gestión.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMES).

2.4.2 Variable Dependiente

Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO III: MARCO CONCEPTUAL

3.1 Buenas Prácticas

Son todas las iniciativas que propongan formas de actuación innovadoras, sostenibles, pertinentes y eficaces para crear valor a la empresa y algunos de sus grupos de interés, y que son susceptibles de ser transferidas a otros contextos (Bandeira & Parra, 2013).

3.2 Compromiso

Obligación que contrae la empresa de cumplir con sus responsabilidades respecto a las necesidades y requerimientos, verbales o escritos, de sus diferentes grupos de interés. Dentro de que el concepto «compromiso» se aplica al conjunto de grupos de interés, el cliente adquiere una relevancia mayor (Juan Benavides Delgado, José Luis Fernández Fernández & Alberto Urtiaga de Vivar Fontelo, 2012).

El concepto compromiso aparece vinculado a:

- el respeto al medio ambiente;
- la seguridad y la eficacia en la comercialización de los productos y servicios.

3.3 Confianza

Relación segura y fiable que se establece entre la empresa y sus grupos de interés respecto a las expectativas creadas entre ambos. En lo que se refiere a la empresa, la confianza es un valor derivado de lo que llaman el «contrato moral» (García Marzá, 2004) que la organización tiene con la sociedad y de cuyo cumplimiento tiene que dar razón. Se trata, por tanto, de un «contrato» que refleja un sistema recíproco de expectativas y obligaciones, de derechos y deberes. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.4 Construcción Sostenible

Es aquella que busca el ahorro, la eficiencia y los recursos de bajo impacto medioambiental, teniendo en cuenta todos los elementos del proceso en la construcción: diseño, materias primas y gestión de residuos. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.5 Ciudadanía Empresarial

El término ciudadanía empresarial es utilizado, a su vez, para referirse a las empresas que desarrollan programas estructurados de acción en la comunidad, normalmente a través de una fundación o instituto y no implicando necesariamente el cumplimiento de otros presupuestos de la responsabilidad social. El concepto de ciudadanía empresarial tiene como uno de sus pilares fundamentales el desarrollo de proyectos y acciones sociales sin fines lucrativos y de carácter público procurando la integración entre el mercado y la ciudadanía, entre el desarrollo económico y la justicia social (Fernández, Boga, & Faria, 2010).

3.6 Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible abarca el desarrollo económico, la conciencia medioambiental y la sensibilidad social, afectando a empresas, instituciones públicas y ciudadanos. El desarrollo sostenible se sustenta en tres pilares: una economía próspera y perdurable, un medioambiente con calidad y la equidad social. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.7 Emprendimiento Social

Proyecto de negocio con vocación sostenible impulsado por una persona o empresa con una fuerte visión social que introduce novedades de manera creativa. El emprendimiento social suele darse, y tener éxito, en los sectores de la economía donde el mercado ha fallado y la acción del Estado es inexistente o ineficaz. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.8 Ética de la Empresa

Conjunto de valores éticos que asume una empresa y que permiten evaluar moralmente su comportamiento tanto interno como externo. Hablar de ética y de su relación con la responsabilidad social nos remite directamente al problema del uso / costumbre, de los hábitos ligados a manifestaciones de cada colectividad a través de sus tradiciones y creencias. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.9 Estrategia Empresarial

Es el conjunto de conceptos y lineamientos que utiliza la organización para sobrevivir y crecer, y para obtener productividad en el presente y asegurar su sustentabilidad en el futuro. La estrategia empresarial está conformada por las directrices estratégicas (la definición del negocio, la visión, la misión, la disciplina, los valores organizacionales), los objetivos estratégicos (con sus indicadores y metas) y los proyectos de mejora (con sus actividades de mejora). La estrategia empresarial contesta la pregunta ¿En qué soy diferente a los competidores? Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.10 Filantropía Empresarial

Actitud positiva y de solidaridad que la empresa mantiene respecto a las personas de su entorno y de la sociedad en general, de forma voluntaria, altruista y desinteresada. La actividad filantrópica es la clave de la Responsabilidad Social y de la Ética de la Empresa. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.11 Gestión Sostenible

Es la que utilizan las organizaciones mejorando su desempeño en los ámbitos económico, social y ambiental, de forma integrada y estratégica. El término gestión sostenible se entiende como la capacidad de las empresas e instituciones en mejorar todas las formas de capital para crear valor para sus stakeholders. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.12 Gobierno Corporativo

Reglas, normas y compromisos que definen y expresan la gestión y el comportamiento de una empresa. Las funciones de las políticas del gobierno corporativo consisten en: supervisar que el conjunto de la organización persigue la consecución de los objetivos empresariales y que se protegen los intereses de los accionistas. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.13 Identidad Corporativa

Atributos y valores que una empresa desarrolla y comunica para definirse a sí misma y diferenciarse de las demás. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.14 Paradigma

Un paradigma es el resultado de los usos, y costumbres, de creencias establecidas de verdades a medias; un paradigma es ley, hasta que es desbancado por otro nuevo. Son las directrices de un grupo que establecen límites y que determinan cómo una persona debe actuar dentro de los límites (Significados, 2013).

3.15 Paternalismo Empresarial

Este estilo de dirección empresarial puede suponer una falta de profesionalidad, tanto en las relaciones entre los colaboradores como en los procesos dentro de la empresa. No suele existir sistema alguno para evaluar a los profesionales bajo parámetros objetivos, la gestión no es sistemática y no suelen existir planes de formación o de planificación del equipo (Peralta, (s.f.))

3.16 Percepción

Según Shieffman define la percepción “como el proceso mediante el cual el individuo selecciona e interpreta los estímulos para formarse, una imagen significativa y coherente del mundo” (p. 157). Se afirma que así es “como vemos el mundo que nos rodea” citado por (Zuñiga, 2014).

3.17 Responsabilidad Social

Sensibilidad que debe tener y aplicar cualquier organización respecto a las necesidades de su entorno y de la sociedad en general. Juan Benavides Delgado et al. (2012).

3.18 Sostenibilidad

Es la capacidad que tiene una organización de administrar recursos y producir bienes y servicios mediante operaciones éticas y transparentes como también el desarrollar prácticas que prevengan y mitiguen el impacto de sus acciones. (Quiñónez, 2012)

3.19 Triple Botton Line

La triple cuenta de Resultado es un enfoque de RSE que introduce el Medio ambiente, las personas y los Beneficios Económicos como resultado de la actividad de la empresa. El concepto de la triple cuenta de resultados es un inmejorable punto de partida para incorporar la Responsabilidad Social Empresarial a nuestro proyecto de emprendimiento (García, 2013).

3.20 Voluntariado

Kotler y Lee (2005) afirman que el voluntariado, además de ser acción de responsabilidad social de la empresa, es también una estrategia que puede, en algunos casos ser usada para fortalecer los lazos de integración de los esfuerzos de los colaboradores de la organización a la hora de mejorar los resultados del negocio o incluso las metas trazadas para los mismos citado por (Fernández, Boga, & Faria, 2010).

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO

4.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

El Parque Industrial Riobamba aglutina aproximadamente a 72 empresas entre grandes medianas y pequeñas de las cuales tomaremos como objeto de estudio a las PYMES, además se tomará aleatoriamente un número de empresas que no laboran en el Parque Industrial con el propósito de conocer en qué nivel se encuentran dichas empresas con respecto a la aplicación de esta temática, cabe mencionar que las empresas que participaran en el estudio no se han sometido previamente a un diagnóstico de RSE.

El trabajo será desarrollado en varias fases:

- Se tomará como guía el Diagnóstico rápido de RSE diseñado por la Comunidad Europea, y posterior sugerir modelos de gestión o estrategias de gestión responsables que se ajusten a las necesidades detectadas en dicho diagnóstico.
- Diseño de una encuesta en el que se incluyen las cuestiones claves en relación a los objetivos que se persiguen.
- Tratamiento estadístico y análisis de los datos.

4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Se orienta según varios tipos de investigación que pueden ser:

- **De campo:** Según el autor (Santa Palella y Feliberto Martins (2010)), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural (Arismendi, 2013).
- **Bibliográfica-Documental:** Según el autor (Santa Palella y Feliberto Martins (2010)), define: La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales (Arismendi, 2013).
- **Descriptiva:** Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento (Arismendi, 2013).

- **Explicativa:** Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental); mediante la prueba de hipótesis, sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos (Arismendi, 2013).

Este estudio está sustentado en una investigación de campo ya que se va a realizar un análisis de la situación actual de las empresas que se someterán al diagnóstico, mismos que serán interpretados desde un enfoque perceptivo; para ello la investigación será de tipo descriptivo y documental por las diferentes Referencias y/o fuentes bibliográficas donde se obtendrá información para el desarrollo de la misma.

4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de la investigación, corresponde a la totalidad de las PYMES de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial de Riobamba según base de Datos registran 72 empresas, pero por las características del conjunto estudiado, lo aconsejable fue aplicar la siguiente metodología para determinar el tamaño de la muestra:

Tabla 1: Cálculo de la muestra para poblaciones finitas

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas		
Ingreso de Parámetros		Tamaño de Muestra
Tamaño de la Población (N)	72	Fórmula 36
Error Muestral (E)	0.07	
Proporción de Éxito (P)	0.9	Muestra Optima 24
Proporción de Fracaso (Q)	0.1	
Valor para Confianza (Z) (1)	1.96	

La Fórmula determinó un máximo de 36 empresas, sin embargo, por la información recogida se lograron validar 41 encuestas cuyos detalles se presentan más adelante, con ello minimizamos al máximo el error muestral en relación a los resultados alcanzados.

4.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Métodos

Dentro de los métodos teóricos a utilizar en la investigación se destacan:

- ✓ **Analítico- Sintético:** se utilizará modelos propuestos por autores en relación a la implantación de una cultura de RSE con el fin de analizar y extraer herramientas que faciliten el diagnóstico.
- ✓ **Inductivo:** extraer experiencias de otras empresas que ya han incorporado en su modelo de gestión la RSE como estrategia corporativa planteando un cuadro comparativo para de esta manera proponer un diseño acorde a las necesidades y situación del objeto de estudio.
- ✓ **Sistémico:** Estudio global de las áreas que tienen las empresas (objeto de estudio), así mismo del análisis de entorno macro, meso y micro de la misma.

Mientras que entre los métodos empíricos se destacan:

- ✓ **Recolección de información:** se dará mediante la aplicación de cuestionarios y entrevista.
- ✓ **Observación:** Mediante el contacto directo con el objeto de estudio a través del análisis del entorno tanto interno como externo.

Técnica

Entrevistas a los directivos de las empresas que se someterán al diagnóstico.

Instrumento

El principal instrumento para recopilar la información será una encuesta que se diseñará para ésta investigación según objetivos planteados.

4.5 RESULTADOS

4.5.1 Procesamiento de Datos

Para el levantamiento de la información se diseñó una encuesta (**ver anexo 01**) estructurada en tres criterios: datos generales de la empresa y el gerente/representante legal, el banco de preguntas y la firma de responsabilidad como respaldo de la veracidad de la información emitida.

La herramienta utilizada por la versatilidad y posibilidad de adaptarla a la realidad de las PYMES locales, fue desollada en el año 2012 por **DAYPO** denominado Test Diagnóstico rápido de responsabilidad social empresarial (**www.daypo.com**) test online. La versatilidad y el peso específico que se dan a las dimensiones: interna (con sus subdimensiones: Gestión del Talento Humano, Salud y Seguridad del Trabajo, Adaptación al Cambio y Ecología Interna) que representa el 60% de la valoración; y, externa (con sus subdimensiones: Comunidades Locales, Estado, Entidades Asociadas a Nivel Comercial, Proveedoras y Clientela) que absorbe el 40%. Cabe señalar que la adaptación desarrollada para el uso de la herramienta a la realidad de investigación, segmenta las preguntas de acuerdo al significado de cada subdimensión analizada.

A fin de sistematizar la información estadística expresada en las tablas y gráficos, se segmentó la muestra de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, es decir se codificó por actividades, cuya referencia nacional está establecida en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIU 4.0) promulgada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2012), cuyo detalle de las actividades encontradas en las empresas que son parte de la muestra, se detalla a continuación:

Cuadro 5: Clasificación de Actividades Económicas (CIU 4.0) Censo INEC 2012

Códigos	Actividad Económica
C1410.01	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluidos accesorios de trabajo de cuero como: mandiles para soldadores, ropa de trabajo, etcétera.
C1410.02	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.

C1430.02	Fabricación de medias, incluidos calcetines, leotardos y pantimedias.
C1610.01	Actividades de secado, aserrado, acepilladura y maquinado de madera tableado, descortezado y desmenzamiento de troncos; obtención de lana de madera, harina de madera y partículas de madera; impregnación y tratamiento químico de la madera con agentes conservantes y otras sustancias (madera preparada o tratada).
C1610.02	Fabricación de tabletas para la ensambladura de pisos de madera (duela, media duela, parquet).
C1709.21	Fabricación de papel para impresora de computadora; papel para imprimir y escribir u otros usos gráficos listo para usar, cortado o perforado, rayado, etcétera (papel Bond, etiqueta, couché).
C1811.04	Actividades de impresión de pósters, gigantografías, catálogos de publicidad, prospectos y otros impresos publicitarios, calendarios, formularios comerciales, directorios y otros materiales impresos de uso comercial, papel de correspondencia álbumes, agendas personales, diarios, tarjetas de invitación, de visita, de presentación y otros materiales impresos mediante impresión por Offset, fotograbación, impresión flexográfica e impresión en otros tipos de prensa, maquinas autocopistas, impresoras estampadoras, etcétera, incluida la impresión rápida.
C2219.06	Servicios de apoyo a la fabricación de otros productos de caucho a cambio de una retribución o por contrato.
C2394.02	Fabricación de cal viva, apagada e hidráulica; yesos con yeso calcinado o sulfato de calcio.
C2395.01	Fabricación de componentes estructurales y materiales prefabricados para obras de construcción o de ingeniería civil de hormigón, cemento, piedra artificial o yeso: losetas, losas, baldosas, ladrillos, bloques, planchas, paneles, láminas, tableros, caños, tubos, postes, etcétera.
C2396.01	Corte, tallado y acabado de la piedra para construcción (incluso mármol): cementerios, carreteras, techos, etcétera.
C2511.03	Fabricación de puertas y ventanas de metal y sus marcos (incluso enrollables), postigos (puertas) y portales, balcones, escaleras, rejas, tabiques de metal para fijar al suelo, etcétera.
C2512.01	Fabricación de tanques, depósitos y recipientes similares de metal, del tipo habitualmente utilizado para almacenamiento y elaboración.
C2591.00	Actividades de forja, prensado, estampado y laminado de metales; pulvimetalurgia, producción de objetos de metal directamente a partir de polvos de metal que se someten a tratamiento calorífico (sinterización) o de compresión.
C2815.01	Fabricación de hornos eléctricos y de otro tipo para uso industrial y de laboratorio, incluidos incineradores.
C3100.01	Fabricación de muebles de madera y sus partes: para el hogar, oficinas, talleres, hoteles, restaurantes, iglesias, escuelas, muebles especiales para locales comerciales, muebles para máquinas de coser, televisiones, etcétera.
C3100.02	Fabricación de muebles de metal y sus partes: para el hogar, oficina, talleres, hoteles, restaurantes, iglesias, escuelas, muebles especiales para locales comerciales y otros usos.
D3520.03	Actividades de transporte, distribución y suministro de combustibles gaseosos de cualquier tipo por medio de un sistema de tuberías, venta de gas a los usuarios por medio de tuberías, actividades de los agentes o corredores que venden gas a través de sistemas de distribución operados por otros y Actividades de bolsas de productos básicos y mercados de capacidad de transporte para combustibles gaseosos.
F4210.11	Construcción de carreteras, calles, carreteras, y otras vías para vehículos o peatones.

G4520.03	Servicios de lavado, engrasado, pulverizado, encerado, cambios de aceite, etcétera.
G4620.14	Venta al por mayor de desechos, residuos y productos derivados usados para alimentar animales (forraje), incluye materias primas agrarias.
G4630.2	Venta al por Mayor de Productos Lácteos, Huevos, Grasas y Aceites Comestibles.
G4630.9	Venta al por Mayor de otros Productos Alimenticios.
G4630.91	Venta al por mayor de arroz.
G4663.15	Venta al por mayor de vidrio plano y espejos.
K6419.01	Actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fondos. La concesión de crédito puede adoptar diversas formas, como préstamos, hipotecas, transacciones con tarjetas de crédito, etc. Esas actividades son realizadas por bancos diferentes del Banco Central.
K6419.03	Actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fondos. La concesión de crédito puede adoptar diversas formas, como préstamos, hipotecas, transacciones con tarjetas de crédito, etc. Esas actividades son realizadas en general por instituciones monetarias diferentes de los bancos centrales, como; Actividades de concesión de crédito para compra de vivienda de instituciones especializadas que reciben depósitos (mutualistas).
K6492.01	Actividades de otorgamiento de crédito de instituciones dedicadas a la intermediación monetaria en las que el crédito puede adoptar diferentes formas como: préstamos, hipotecas, tarjetas de crédito, etcétera. Proporcionando los servicios de: financiamiento para comercio internacional, provisión de financiamiento a largo plazo para la industria a través de bancos industriales, concesión de crédito a los consumidores.
N7730.15	Alquiler con fines operativos de maquinaria y equipo para la construcción e ingeniería civil sin operadores: camiones grúa, andamios y plataformas de trabajo, sin montaje ni desmantelamiento.

Fuente: Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU 4.0) Censo (INEC, 2012)

Para el procesamiento de la información se logró codificar a las empresas de acuerdo a su principal actividad económica, en efecto no se las identifica por su razón social por motivos de confidencialidad con respecto a la información emitida, por tanto, se realizará el análisis de resultados de manera global según la actividad.

4.5.2 Caracterización de la muestra

La muestra presenta las siguientes características:

Tabla 2: Población, Promedio Empleados y Años de Funcionamiento - CEPIR 2016

SECTORES	CIU Empresas	Descripción Actividad	Variables						Nº establecimientos		Empleos generados	
			Nº empresas	%	Nº empleados promedio	Nº Puesto de trabajo generados	%	Años de Funcionamiento Promedio	% de la actividad	% de la muestra	% de la actividad	% de la muestra
MANUFACTURA	FABRICACIÓN DE CEMENTO, CAL Y YESO.	C2395.01	5	12%	43	215	14%	21	17	12	51	33
		C2396.01	1	2%	3	3	1%	33	3	2	1	0
	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES	C2410.1	4	10%	5	20	2%	21	14	10	5	3
		C2431.01	1	2%	3	3	1%	15	3	2	1	0
		C2511.03	1	2%	5	5	2%	5	3	2	1	1
		C2512.01	1	2%	3	3	1%	10	3	2	1	0
		C2815.01	1	2%	2	2	1%	38	3	2	0	0

MANUFACTURA	PROCESAMIENTO DE LA MADERA/ FABRICACIÓN DE MUEBLES	C1610.01	Actividades de secado, aserrado, acepilladura y maquinado de madera tableado, descortezado y desmenuzamiento de troncos.	3	7%	12	36	4%	19	10	7	9	5
		C1610.02	Fabricación de tabletas para la ensambladura de pisos de madera (duela, media duela, parquet).	1	2%	4	4	1%	39	3	2	1	1
		C3100.01	Fabricación de muebles de madera y sus partes: para el hogar, oficinas, talleres, hoteles, restaurantes, etc.	4	10%	3	12	1%	29	14	10	3	2
		C3100.02	Fabricación de muebles de metal y sus partes: para el hogar, oficina, talleres, hoteles, restaurantes.	1	2%	8	8	3%	49	3	2	2	1
	ACTIVIDADES DE IMPRESION	C1709.2	Fabricación de papel para impresora de computadora; papel para imprimir y escribir u otros usos gráficos listo para usar, cortado o perforado, rayado, etcétera.	1	2%	60	60	19%	35	3	2	14	9
		C1811.0	Actividades de impresión de posters, gigantografías, catálogos de publicidad, prospectos y otros impresos publicitarios.	1	2%	8	8	3%	6	3	2	2	1
	PRODUCCIÓN TEXTIL	C1410.01	Fabricación de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado, incluidos accesorios de trabajo de cuero como: mandiles para soldadores, ropa de trabajo, etcétera.	1	2%	7	7	2%	15	3	2	2	1
		C1410.02	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres.	1	2%	20	20	6%	33	3	2	5	3
		C1430.02	Fabricación de medias, incluidos calcetines, leotardos y pantimedias.	1	2%	5	5	2%	14	3	2	1	1
		C2219.06	Servicios de apoyo a la fabricación de otros productos de caucho a cambio de una retribución o por contrato.	1	2%	10	10	3%	12	3	2	2	2
			Total	29	71%	201	421	65%	23	100	71	100	64

COMERCIO	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS	G4630.9	.Venta al por Mayor de otros Productos Alimenticios	3	7%	55	165	18%	11	30	7	72	25
		G4630.91	Venta al por mayor de arroz.	1	2%	10	10	3%	27	10	2	4	2
		G4630.2	Venta al por Mayor de Productos Lácteos.	2	5%	12	24	4%	24	20	5	10	4
		G4620.14	.Fabricación y Venta de alimentos preparados para animales de granja	2	5%	7	14	2%	29	20	5	6	2
		G4663.15	Venta al por mayor de vidrio plano y espejos.	1	2%	2	2	1%	5	10	2	1	0
	D3520.03	Actividades de transporte, distribución y suministro de combustibles gaseosos de cualquier tipo por medio de un sistema de tuberías, venta de gas a los usuarios.	1	2%	14	14	5%	60	10	2	6	2	
		Total		10	24%	100	229	32%	26	100	24	100	35
SERVICIOS		N7730.15	Alquiler con fines operativos de maquinaria y equipo para la construcción e ingeniería civil sin operadores.	1	2%	6	6	2%	2	50	2	75	1
		G4520.03	Servicios de lavado, engrasado, pulverizado, encerado, cambios de aceite, etcétera.	1	2%	2	2	1%	16	50	2	25	0
			Total	2	5%	8	8	3%	9	100	5	100	1
TOTAL GENERAL				41	100%	309	658	100%	19		100		100

Fuente: Estudio de campo

A fin de desagregar la información que está relacionada con la muestra, se la clasifica en tres grandes sectores económicos; Industrial o Manufactura, Comercial y de servicios, siendo el detalle porcentual el siguiente:

En relación al número de establecimiento es obvio suponer que si se trata de una asociación de empresarios del Parque Industrial, la mayoría de establecimientos de la muestra tiene que ser de manufactura; es decir, para este caso el **71%**, el **24%** de comercio, debido a que las naves antes industriales se adaptaron para este tipo de actividades económicas y solamente el **5%** prestan servicios relacionados con la industria. Mayores detalles de la desagregación de la muestra, se analizarán mientras se van describiendo los perfiles de la percepción de la RSE en cada sector.

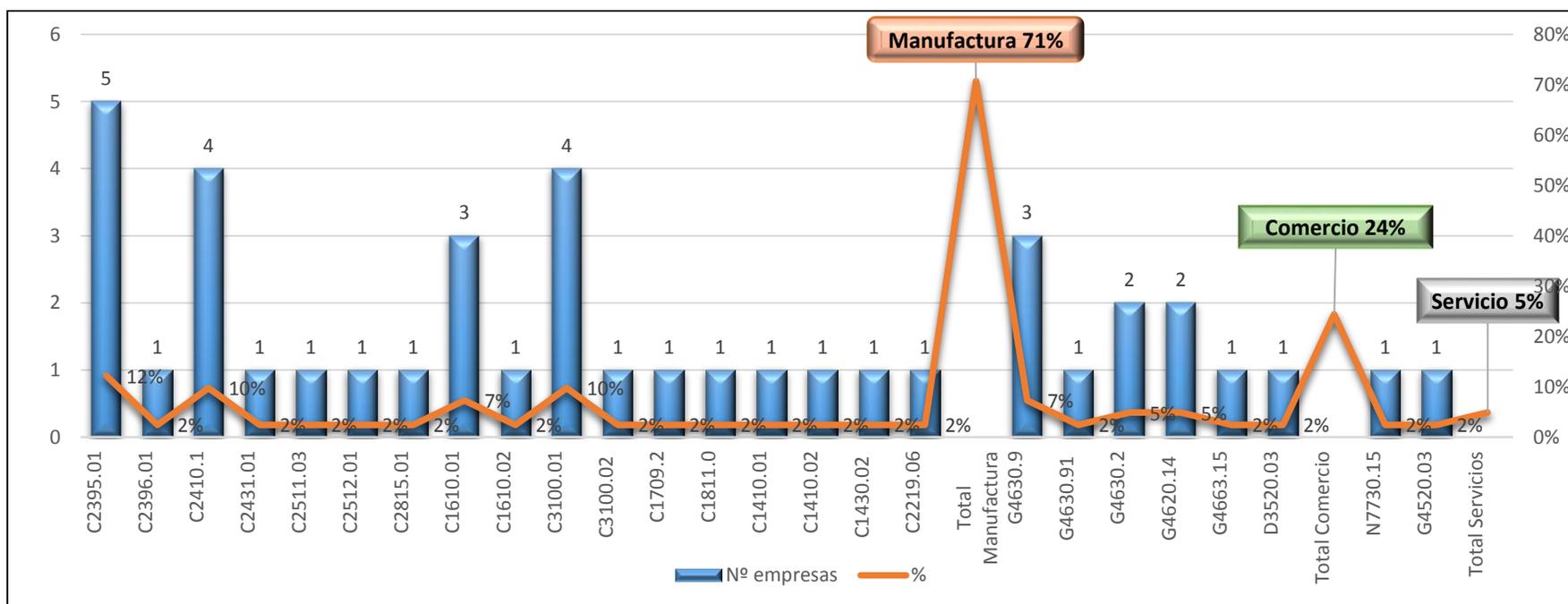


Gráfico 1: Población CEPIR, relación porcentual del número de empresas de la muestra

En relación al número de empleos generados, el sector manufacturero forja el **64%** de empleos, el sector comercial el **35%** y el de servicios **1%**.

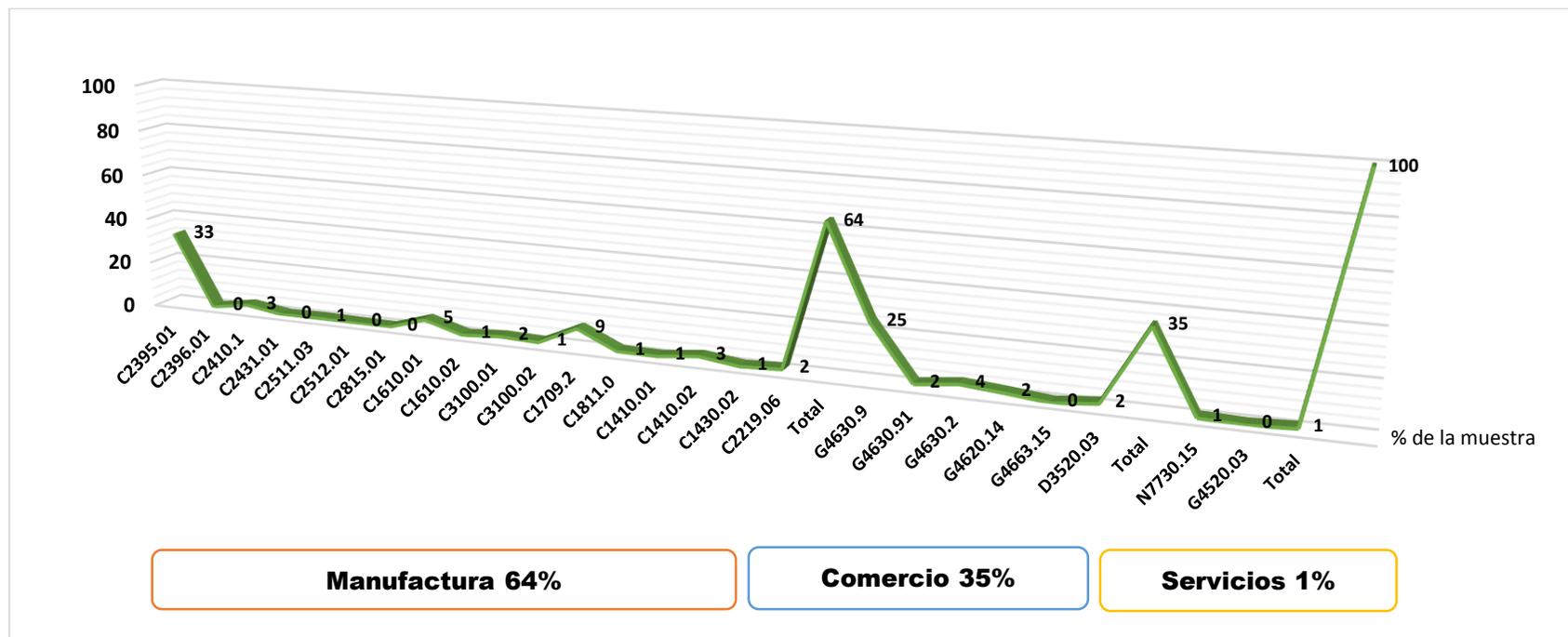


Gráfico 2: Población CEPiR, relación porcentual número de trabajadores/empresas

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de campo, el número de empleados promedio que laboran en las empresas afiliadas a la CEPiR van desde 2 a 60 colaboradores, distribuidos por sectores y tipo de actividad que realiza la empresa, según percepciones de los gerentes se cree que la mano de obra en el PI ha disminuido considerablemente en los últimos 10 años, varios de los empresarios encuestados manifiestan que años atrás tuvieron hasta 100 y ahora tienen entre 10 a 2 empleados.

En relación a los años promedio de existencia de la muestra, se encuentran actividades que bordean los 60 años promedio en el sector comercial y el sector manufacturero desde 5 a 49 años promedio, es decir se evidencia un sector con mucha experiencia y larga presencia en el mercado y en el sector servicios de 16 años.

Hay empresas que superan casi los 35 años de existencia del parque industrial que terminaron con la desinversión del Estado y la adquisición del paquete accionario por parte de un solo inversionista con más inclinación especulativa que productiva, en lo relacionado al destino que se le dará a lo que fue dicha empresa de economía mixta que terminó su historia sin cumplir su propósito, relacionado a la constitución de empresas que generarían empleo y trabajo para Riobamba y el país.

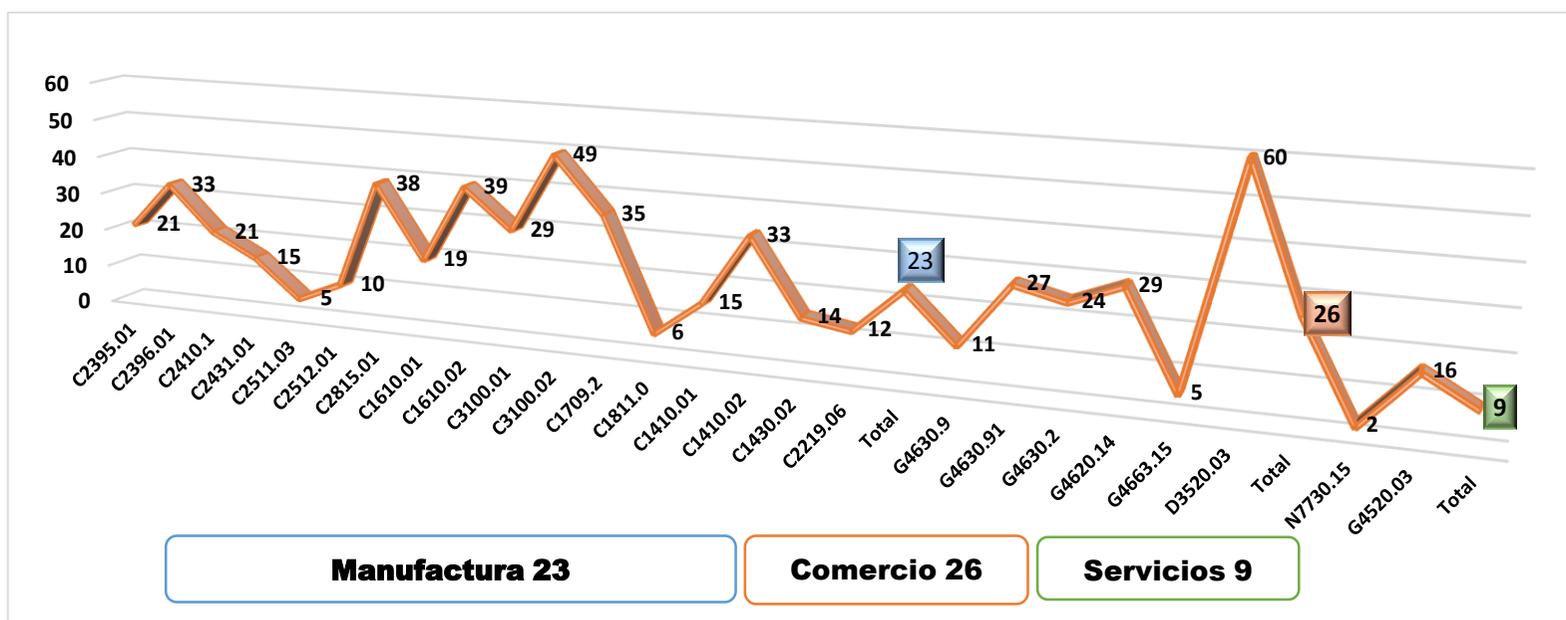


Gráfico 3: Población CEPPIR, años promedio de existencia de las empresas de la muestra

En resumen, la muestra relacionada solo con las empresas de la CEPIR se gráfica así:

Tabla 3: Resumen Caracterización de la muestra CEPIR

Sector	Total empresas	%	Total N° empleados promediado	%
Manufactura	29	71%	201	65%
Comercio	10	24%	100	32%
Servicios	2	5%	8	3%
Total	41	100%	309	100%

Fuente: Estudio de campo

Análisis: De acuerdo al total de empresas objeto de estudio podemos observar que el sector más representativo es el de Manufactura con el 71%, seguido del sector comercial mismo que abarca el 24% de las empresas que se dedican a la venta de productos terminados, por último, tenemos con un 5% al sector de servicios.

Análisis: De acuerdo al promedio del número de empleados podemos observar que el sector en el que se encuentra el mayor porcentaje de mano de obra es en el de Manufactura con un 65%, seguido del sector comercio con el 32% del promedio y el sector servicios con el 3% de capacidad laboral.

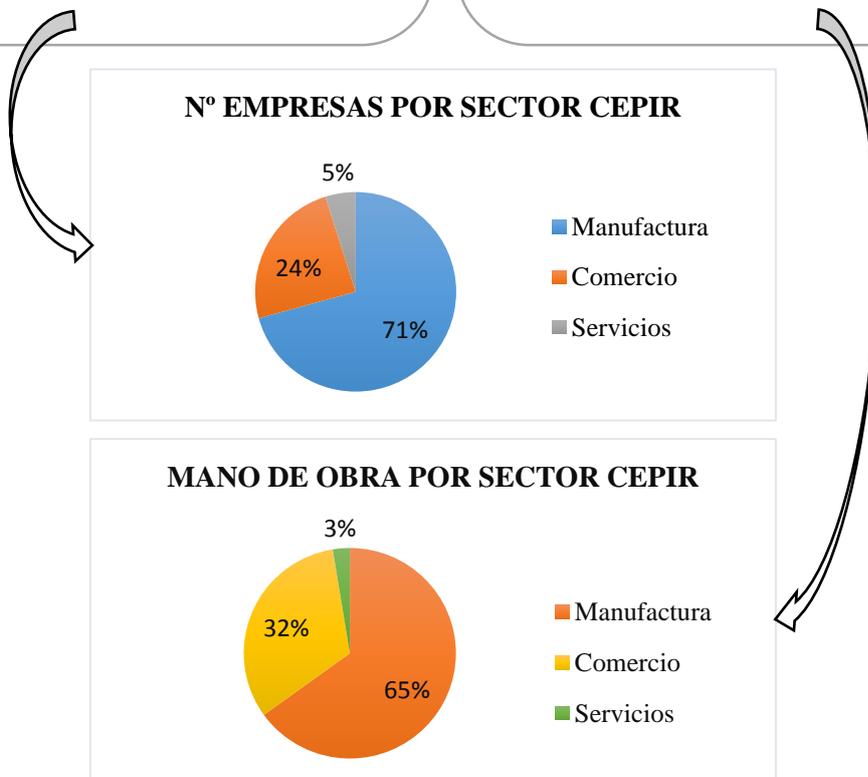


Gráfico 4: Sistematización descrita y gráfica de la muestra

4.5.3 Resultados del Diagnóstico

Una vez identificada la muestra por códigos, privilegiando su actividad productiva o económica principal, se procedió a tabular la información correspondiente a las empresas que laboran en la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba “CEPIR” (ver anexo 2) tanto datos generales como el segmento del cuestionario. Se muestra el banco de preguntas y cada opción tiene una valoración asignada, en donde **SÍ** equivale a **5p**, **Sí/No** “pero” equivale a **3p** y **NO** equivale a **0p**, y de acuerdo al número de empresas que realicen una misma actividad o pertenezcan al mismo grupo se suma y se promedia para el total de empresas, luego se suman todos los promedios de cada pregunta y este resultado equivale a puntaje alcanzado en cuanto a las acciones relacionadas a la RSE.

En primera instancia se realiza el procesamiento de los datos generales que presenta cada gerente, datos que sustentan la confiabilidad de la información emitida en el banco de preguntas, debido a que la temática de RSE tomó auge en décadas recientes y es pertinente la comprensión e instrucción acerca de la misma, el cual se genera a través de la experiencia y nivel de educación obtenido por los empresarios que inicialmente resulta un dato importante para dimensionar el nivel de conocimiento que acusan del tema, en virtud de que sin el compromiso de la alta gerencia, de los accionistas o los dueños de las mismas; no es posible, ni en presente desarrollar una propuesta o en el futuro ejecutarla en relación a la RSE.

A fin de complementar el proceso de investigación, se muestra una tabla en la que se detallan los valores obtenidos en cada pregunta de acuerdo al peso porcentual de cada Dimensión (Interna y Externa) misma que a su vez contiene Subdimensiones; es decir, que la **Dimensión Interna** comprende: Gestión de recursos humanos, Salud y seguridad en el trabajo, Adaptación al cambio, Ecología interna; y la **Dimensión Externa** comprende: Comunidades locales, Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela, Desarrollo sostenible; cada una de estas subdimensiones tiene asignado un número de preguntas y de acuerdo al promedio de cada una de estas se suman y se dividen para el total de preguntas asignadas a dicha subdimensión, con el fin de obtener el puntaje alcanzado para luego realizar la sumatoria total y ubicar el resultado en el rango de puntajes para medir el nivel de RSE en el que se encuentran las empresas.

Con respecto a la representación gráfica, se presentan datos porcentuales referentes a lo alcanzado y no alcanzado dentro de cada subdimensión concerniente al puntaje total ideal (100%) de su dimensión correspondiente, generando criterios de análisis en cada área. Esta esquematización permite visualizar de forma individual y general los datos obtenidos, de tal forma que es más sencilla la toma de decisiones en cuanto a la gestión sostenible de buenas prácticas y generar empresas económicas socialmente responsables considerando la influencia en impacto de nuestros grupos de interés.

Para finalizar, se realiza la diferencia entre los puntos alcanzados y el puntaje máximo que la empresa debe alcanzar para obtener el valor de lo que no se alcanzó y luego relacionar los resultados entre lo obtenido y lo ideal, estos datos nos mostrarán en qué subdimensión se reflejan o no acciones responsables y nos ayudarán a plantear estrategias de gestión en donde se requiera y obtener un buen nivel de RSE mediante buenas prácticas.

4.5.3.1 Datos generales

a. Resultado Diagnóstico de Género

De acuerdo al análisis perteneciente al género de los gerentes encuestados; por simple lógica es predominante el género masculino con una ponderación dentro de cada sector del 75% en manufactura, 22% en comercio y el 3% respecto a servicios. Por otro lado, tenemos el género femenino impuesto en menor porcentaje deducido así: en manufactura el 56%, comercio con 33% y en servicios el 11%; dando un total de la muestra del 78% representado por hombres y el 22% de mujeres.

Tabla 4: Género gerentes de las empresas de la CEPİR

SECTOR	GÉNERO					
	Masculino	% Sector	% CEPİR	Femenino	% Sector	% CEPİR
Manufactura	24	75	59	5	56	12
Comercio	7	22	17	3	33	7
Servicios	1	3	2	1	11	2
Total CEPİR	32	100%	78%	9	100%	22%

Fuente: Estudio de campo

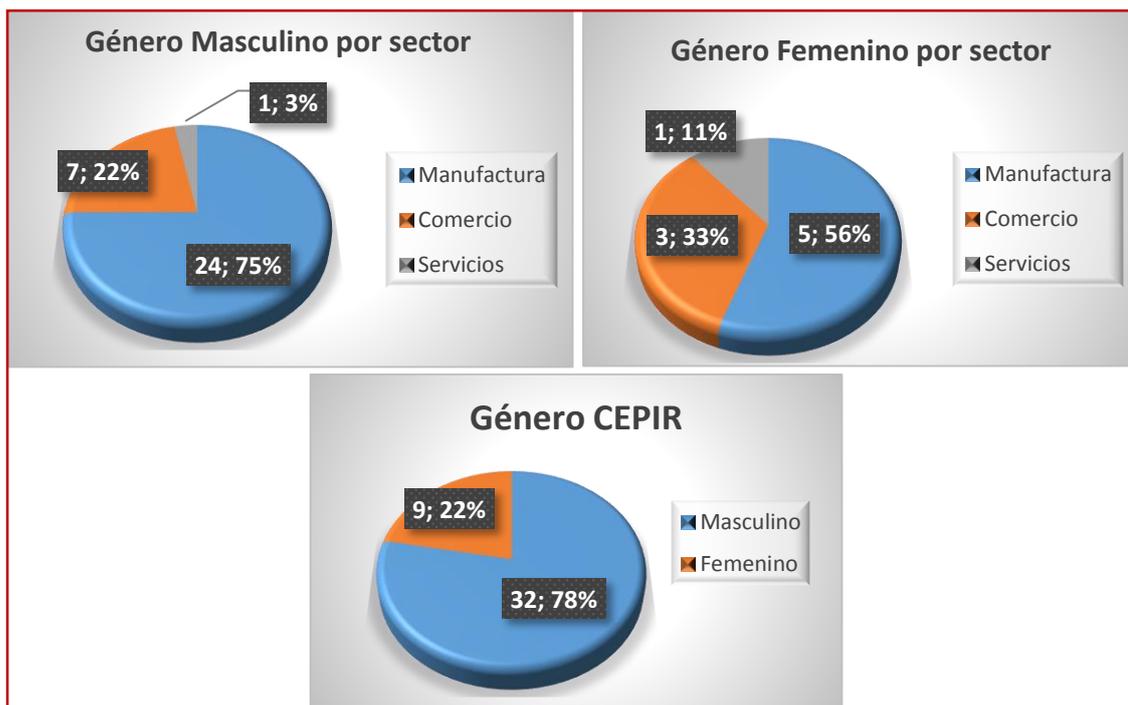


Gráfico 5: Género gerentes de las empresas de la CEPIR

b. Resultado Diagnóstico de las Edades

Los empresarios de la CEPIR constituyen una población considerablemente longeva, debido a que la mayoría de ellos surgieron con la estructuración del PIR; por lo cual, se ubican dentro de un rango de edad entre los 41 – 60 años que representa el 60% del total de la muestra, el otro 40% se encuentra formado por gerentes de edad media comprendida entre los 26 – 40 y un rango mayor al predominante de 61 – 70 años de edad. Ante esto se deduce que la mayoría de empresas son administradas por sus propietarios – fundadores y el restante ha pasado a manos de los herederos o nuevos gerentes.

Tabla 5: Edad promedio gerentes de las empresas de la CEPIR

Edad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total	%
26 a 40	6	1	1	8	20
41 a 50	7	6		13	31
51 a 60	10	2		12	29
61 a 70	6	1	1	8	20
	29	10	2	41	100%

Fuente: Estudio de campo

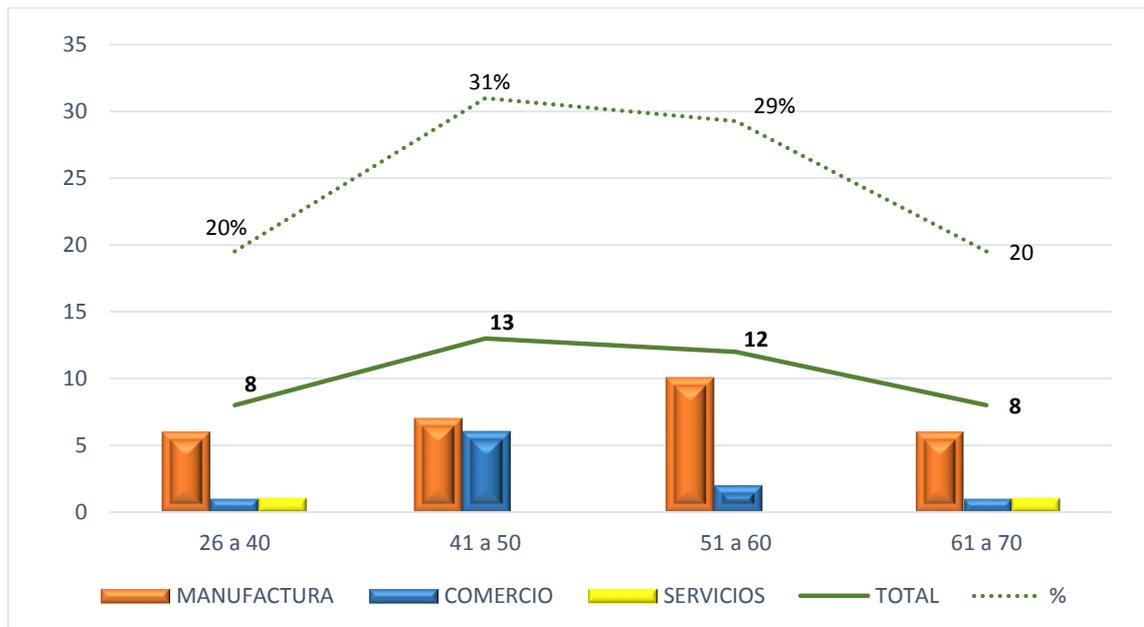


Gráfico 6: Edad promedio gerentes de las empresas de la CEPIR

c. Resultado Diagnóstico de las Profesiones

Dentro de los resultados obtenidos al respecto, se determina que la mayoría de empresarios tienen una formación profesional de tercer nivel, siendo predominante las carreras de ingeniería de empresas e ingeniería mecánica con un 17%, seguido por ingeniería civil y los bachilleres con un 12%, después tenemos los artesanos y aquellos que no especificaron su profesión representados con el 7%, de igual forma se establecen las profesiones de ingeniería industrial y contabilidad y auditoría con una ponderación de 5%, por último especificamos el 2% relacionado a otras profesiones. Esto dimensiona la confiabilidad en la información obtenida ya que los empresarios a través de su formación están en capacidad de percibir como está la relación de las acciones de las empresas con respecto a la RSE.

Tabla 6: Profesiones gerentes de las empresas de la CEPIR

N°	PROFESIONES	SECTORES DE MANUFACTURA					MANUFACTURA	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL CEPIR	%
		Cemento, Cal y Yeso	Metales Comunes	Muebles y Madera	Imprenta y Papelería	Textil y Confección					
1	Artesano			3			3	0	0	3	7
2	Bachiller	1		1			2	2	1	5	12
3	Ing. Banca y Finanzas			1			1	0	0	1	2
4	Ing. Civil	2	1	1		1	5	0	0	5	12
5	Ing. Comercial						0	1	0	1	2
6	Ing. Comercio Exterior						0	1	0	1	2
7	Ing. Contabilidad y Auditoria			1			1	0	1	2	5
8	Ing. De Empresas			1	2	1	4	3	0	7	17
9	Ing. Forestal			1			1	0	0	1	2
10	Ing. Industrial	1				1	2	0	0	2	5
11	Ing. Mecánico	2	5				7	0	0	7	17
12	Ing. Químico						0	1	0	1	2
13	Licenciado en CC.EE					1	1	0	0	1	2
14	Ninguno		2				2	1	0	3	7
15	Tecnólogo						0	1	0	1	2
							29	10	2	41	100

Fuente: Estudio de campo

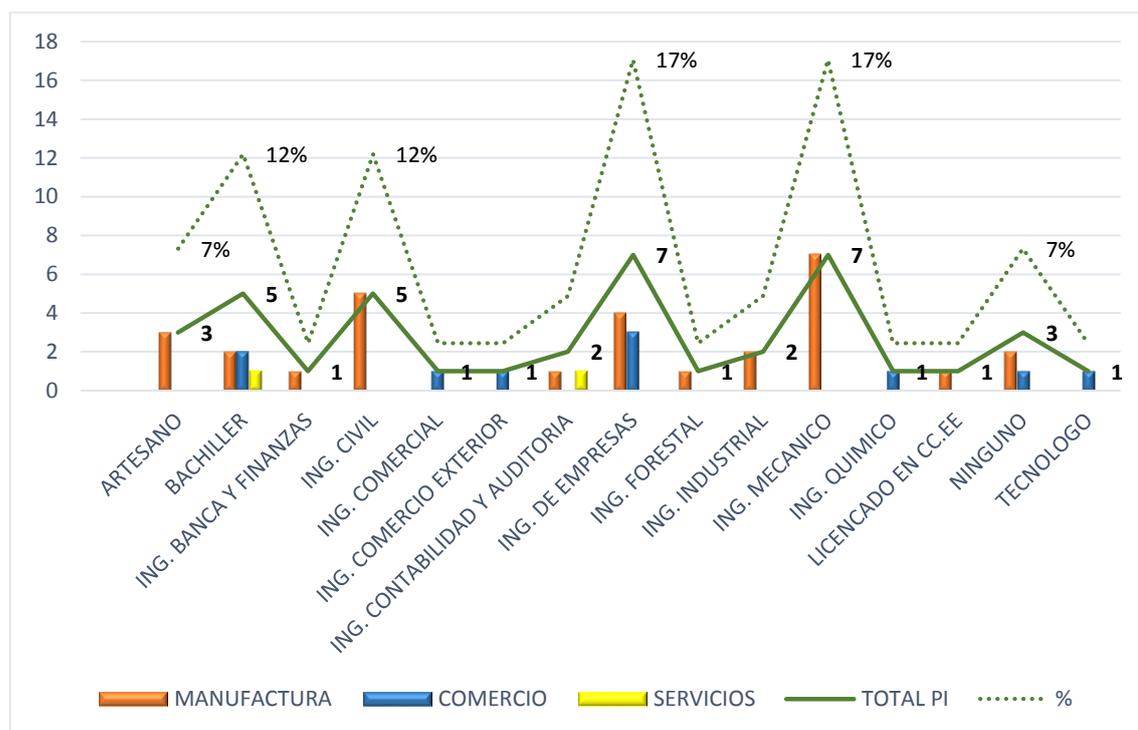


Gráfico 7: Profesiones gerentes de las empresas de la CEPIR

d. Resultado Diagnóstico de los Años de Experiencia

La mayoría de los empresarios han adquirido entre 11 – 30 años de experiencia durante su rol empresarial lo que representa el 49%, siendo este rango predominante porque la mayoría de las empresas han sido fundadoras del parque con sus propietarios, seguido por aquellos gerentes que han acumulado entre 1 – 10 años de experiencia y establecen el 32%; los dos rangos definidos anteriormente están formados por empresarios de los tres sectores, a diferencia de aquellos que presentan entre 31 – 70 años de experiencia en la actividad empresarial, rango estructurado solo por el sector de manufactura y representa el 19%. Esto se debe a la finalidad innata del sector, ya que en sus inicios el PI fue el pilar de fomento industrial y con el pasar de los años dio apretura a nuevas formas económicas. Los datos sustentan la información obtenida debido a que los gerentes mediante la experiencia adquirida en el desarrollo de sus actividades, que es muy apropiada, están en capacidad de definir el desempeño de las empresas con relación a la RSE.

Tabla 7: Años de experiencia gerentes de las empresas de la CEPiR

Años de experiencia	Manufactura	Comercio	Servicios	Total	%
1 - 10	9	4	-	13	32
11 - 30	12	6	2	20	49
31 - 50	7	-	-	7	17
51 - 70	1	-	-	1	2
	29	10	2	41	100

Fuente: Estudio de campo

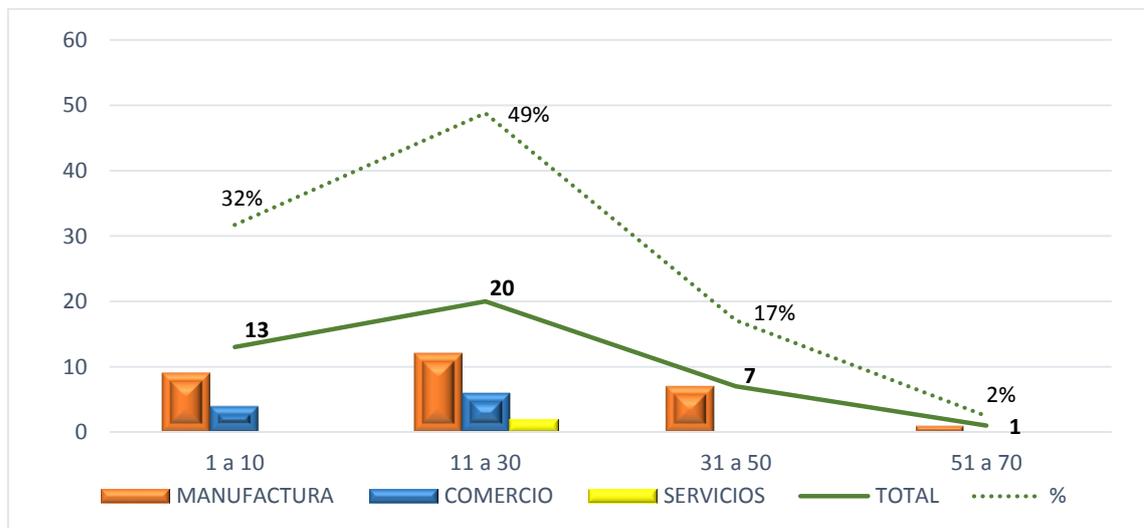


Gráfico 8: Años de experiencia gerentes de las empresas de la CEPiR

4.5.3.2 Sector Manufactura

a. Percepción de la RSE del Subgrupo Fabricación de Cemento, Cal y Yeso:

Tabla 8: Resultados “SM” – Fabricación de cemento, cal y yeso

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	31,0	60	29,0	48,3	51,7	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	11,0	25	14,0	56,0	44,0	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	10,7	15	4,3	28,9	71,1	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	1,8	10	8,2	81,7	18,3	100
Ecología interna	7,17,	2	10	7,5	10	2,5	25,0	75,0	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	19,7	40	20,3	50,8	49,2	100
Comunidades locales	8,13	2	10	3,8	10	6,2	61,7	38,3	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	8,0	15	7,0	46,7	53,3	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	7,8	15	7,2	47,8	52,2	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	50,7	100	49,3	49,7	50,3	100

Tabla 9: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de cemento, cal y yeso

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	50,3
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

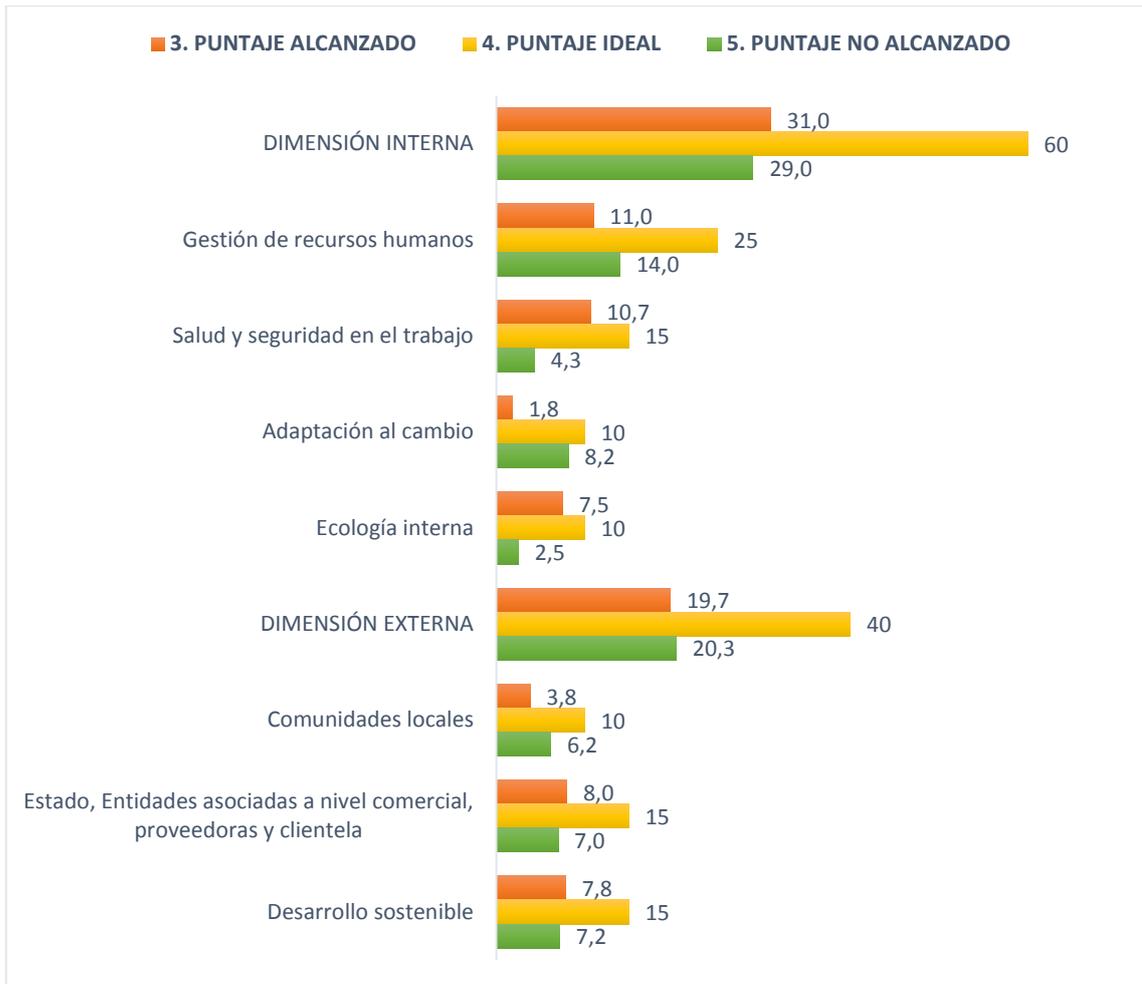


Gráfico 9: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de cemento, cal y yeso

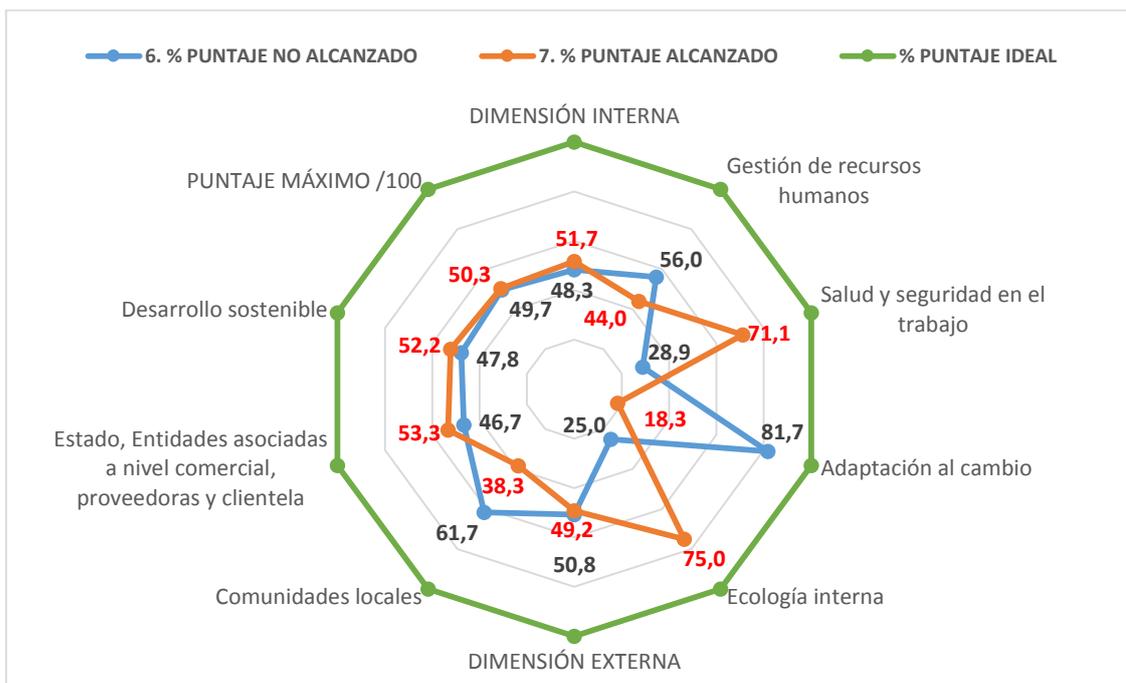


Gráfico 10: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de cemento, cal y yeso

Análisis e interpretación:

Este subgrupo con seis empresas representa el 14% del total de la muestra, el 20% del 71% del total de los establecimientos de manufactura; el 33% del personal ocupado de la muestra y el 52% con un promedio de 46 entre las dos actividades señaladas de puestos de trabajo generados por empresa, la percepción de la RSE de este subgrupo se describe a continuación y con un promedio de entre 33 y 21 años de actividad empresarial en Riobamba.

El perfil de percepción de la RSE de esta actividad alcanzó un total de 50.7 puntos de 100 posibles como evaluación promedio, lo cual significa “que las Empresas están familiarizadas con algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos”, esto sin saber que las acciones están encaminadas en dicho paradigma.

La dimensión interna alcanzó el 51.7% del puntaje ideal y en la externa el 49.2%. Al desglosar la información por subdimensiones con respecto a la puntuación ideal de cada una de ellas, en la Dimensión Interna obtuvo: en Ecología Interna el 75% que resulta interesante dada la actividad y materia prima que utilizan, concomitante con ello el 71.1% de Salud y Seguridad en el Trabajo, por el riesgo laboral, lo cual significa que el trabajo supone riesgos de seguridad y salud por el contacto diario con partículas de polvo muy finas de la materia prima que destruye el sistema respiratorio. En tanto que la Adaptación al Cambio y Gestión de Recursos Humanos, se notan entre y bajo el 44% de la puntuación ideal, hechos vinculados al estado actual del talento humano en la empresa y a la resistencia de administrar la organización de manera técnica en base a lo que significa proceso y funciones administrativas.

Con el mismo tipo de análisis en la Dimensión Externa se tiene que la relación con el Estado y otras entidades, proveedores... alcanza el 53.3% de la puntuación ideal, aun es débil este tipo de compromiso, el 52.2% en Desarrollo Sostenible y el 38.3% en Comunidades Locales, lo cual significa que no desarrollan casi ningún proyecto en favor de las comunidades ni grupos vulnerables, salvo cuestiones muy coyunturales de filantropía. En resumen, sigue ausente la posibilidad de construir mejores empresas socialmente responsables, porque son los aspectos internos claves, son los que frenan en

este subgrupo dicho propósito y no hay por lo visto talento humano que esté destinado a trabajar en estos temas de gestión en dichas empresas.

En este grupo la relación entre la actividad con mayor y menor puntaje, respecto a la percepción de la RSE, se presenta como sigue:

Tabla 10: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Fabricación de cemento, cal y yeso

C2395.01: Fabricación de componentes estructurales, obras de construcción o de ingeniería civil de hormigón, cemento, piedra artificial o yeso.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	62,0
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	
C2396.01: Corte, tallado y acabado de la piedra para construcción.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	41,0
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

La empresa con más alta puntuación no sale del lugar intermedio, esto es el rango de 51 a 75 puntos, y la de más baja puntuación está entre el rango de 26 a 50 puntos, lo cual significa que tiene un nivel de responsabilidad social baja, no tiene tampoco ningún optimismo para alcanzar una meta más significativa al respecto.

b. Percepción de la RSE del Subgrupo Fabricación de Metales Comunes:

Tabla 11: Resultados “SM” – Fabricación de metales comunes

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	37,5	60	22,5	37,5	62,5	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	19,2	25	5,8	23,0	77,0	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	8,9	15	6,1	40,8	59,2	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	3,5	10	6,5	65,0	35,0	100
Ecología interna	7,17,	2	10	5,9	10	4,1	41,3	58,8	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	22,0	40	18,0	45,0	55,0	100
Comunidades locales	8,13	2	10	3,0	10	7,0	70,0	30,0	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	10,4	15	4,6	30,8	69,2	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	8,6	15	6,4	42,5	57,5	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	59,5	100	40,5	44,8	55,2	100

Tabla 12: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de metales comunes

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	59,5
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

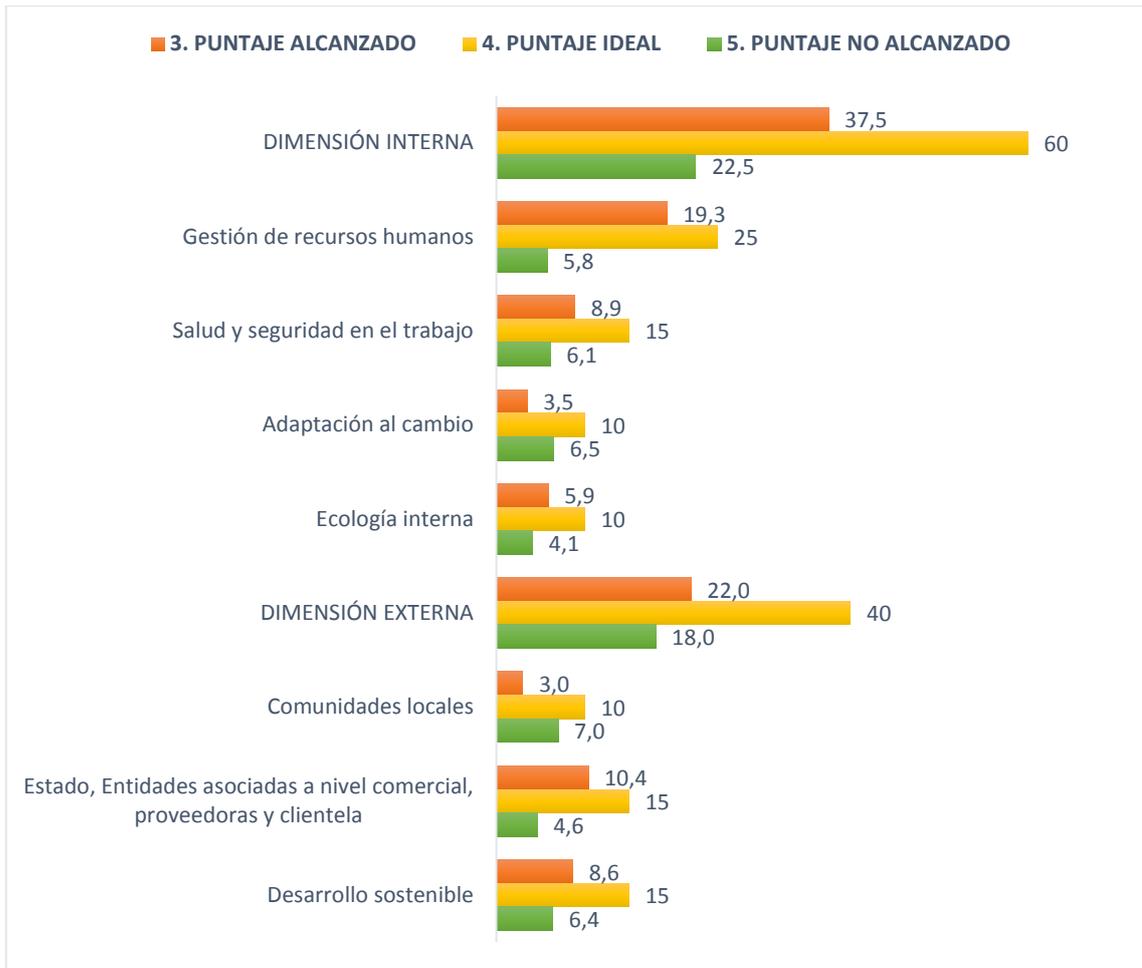


Gráfico 11: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de metales comunes

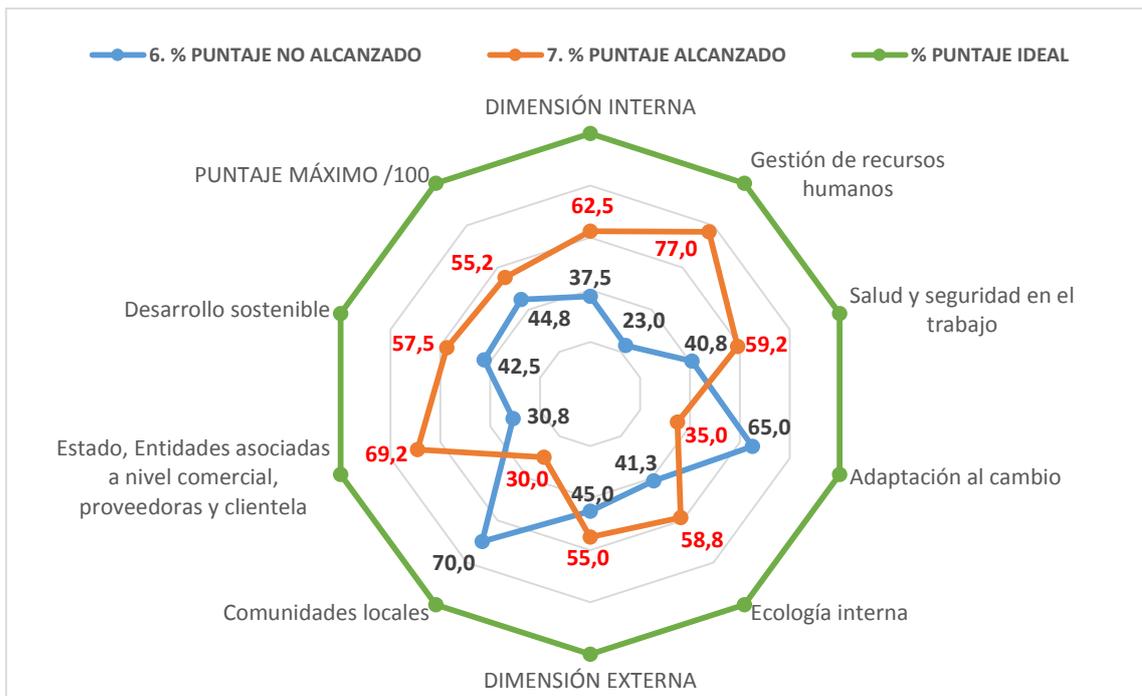


Gráfico 12: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de metales comunes

Análisis e interpretación:

De este subgrupo fueron analizadas ocho empresas las cuales corresponden al 18% del total de la muestra y el 26% del sector manufactura. De acuerdo al número de empleados estos representan el 8% del personal ocupado del sector y el 3% del total de la muestra. Los años de vida promedio de las empresas están entre 5 y 38 años. Algunas de ellas surgieron justamente con el apareamiento del Parque Industrial Riobamba.

Las actividades que desarrollan son fabricación de productos derivados del hierro y acero, puertas y ventanas de metal etc., la producción va decayendo en el sector local ya que el principal obstáculo es competir con productos importados y más convenientes en precio e incluso calidad por lo cual la permanencia en el mercado es todo un reto. Este sector es además resultante de la presencia de personal calificado a nivel de ingeniería y diseño, que desde hace 40 años está formando la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a través de la Facultad de Ingeniería Mecánica.

El perfil de percepción de la RSE de este subgrupo alcanzó un total de 59.5 de 100 puntos del modelo de valorización empleado, lo cual significa “que las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos”. La dimensión interna alcanzó el 62.5% del puntaje ideal y en la externa el 55%.

Al desglosar la información por subdimensiones con respecto a la puntuación ideal de cada una de ellas, la Dimensión Interna obtuvo: en Ecología Interna que se refiere a temas de reciclaje, manejo de residuos y control de energía, alcanzó el 58.8% y resulta algo preocupante por la materia prima que utilizan, Salud y Seguridad en el Trabajo tiene el 59.2%, por el riesgo laboral en la manipulación de herramientas en la producción, aún faltan esfuerzos para lograr acciones responsables que permitan tener mayor seguridad laboral. Por otro lado, tenemos que la Adaptación al Cambio se encuentra con un 35% de la puntuación ideal y es notable una resistencia al cambio si se tratara de insertar esta temática en el modelo de gestión de estas organizaciones, en tanto que Gestión de Recursos Humanos, obtuvo un 77% e indica que estas empresas tratan en lo posible de mantener una buena relación con sus empleados.

Con el mismo tipo de análisis en la Dimensión Externa, se tiene que la relación con el Estado y otras entidades, proveedores... alcanza el 69.2% de la puntuación ideal, el 57.5% en Desarrollo Sostenible y el 30% en Comunidades Locales, aún hay una brecha significativa entre estas empresas y su relación con sus grupos de interés externos. En resumen, de alguna manera se evidencia la posibilidad de construir empresas socialmente responsables, pero aspectos externos, son los que frenan a este subgrupo de dicho propósito.

Tabla 13: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Fabricación de metales comunes

C2410.1: Fabricación de productos primarios de hierro y acero.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	68,3
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	
C2815.01: Fabricación de hornos eléctricos y de otro tipo, para uso industrial y de laboratorio; incluidos incineradores.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	32,0
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

Se presentan dos casos que corresponde a los extremos de percepción de RSE, el uno que alcanza el puntaje de 68.3 ubicándose en el rango de 51 a 75 puntos que debe recorrer mucho para ser una mejor empresa y el siguiente cuya puntuación es de 32 y se encuentra dentro del rango de 26 a 50 puntos, en definitiva son empresas que tienen la idea de que más allá de lo que hacen hay poco que caminar a manera de conformismo de la rutina.

c. Percepción de la RSE del Subgrupo Procesamiento de la Madera y Fabricación de Muebles:

Tabla 14: Resultados “SM” – Procesamiento de madera y Fabricación de muebles

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	30,4	60	29,6	49,3	50,7	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	16,3	25	8,7	34,7	65,3	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	6,4	15	8,6	57,0	43,0	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	2,1	10	7,9	78,9	21,1	100
Ecología interna	7,17,	2	10	5,6	10	4,4	44,4	55,6	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	17,2	40	22,8	56,9	43,1	100
Comunidades locales	8,13	2	10	4,1	10	5,9	58,9	41,1	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	7,3	15	7,7	51,1	48,9	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	5,8	15	9,2	61,5	38,5	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	47,7	100	52,3	55,2	44,8	100

Tabla 15: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Procesamiento de madera y Fabricación de muebles

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	47,7
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

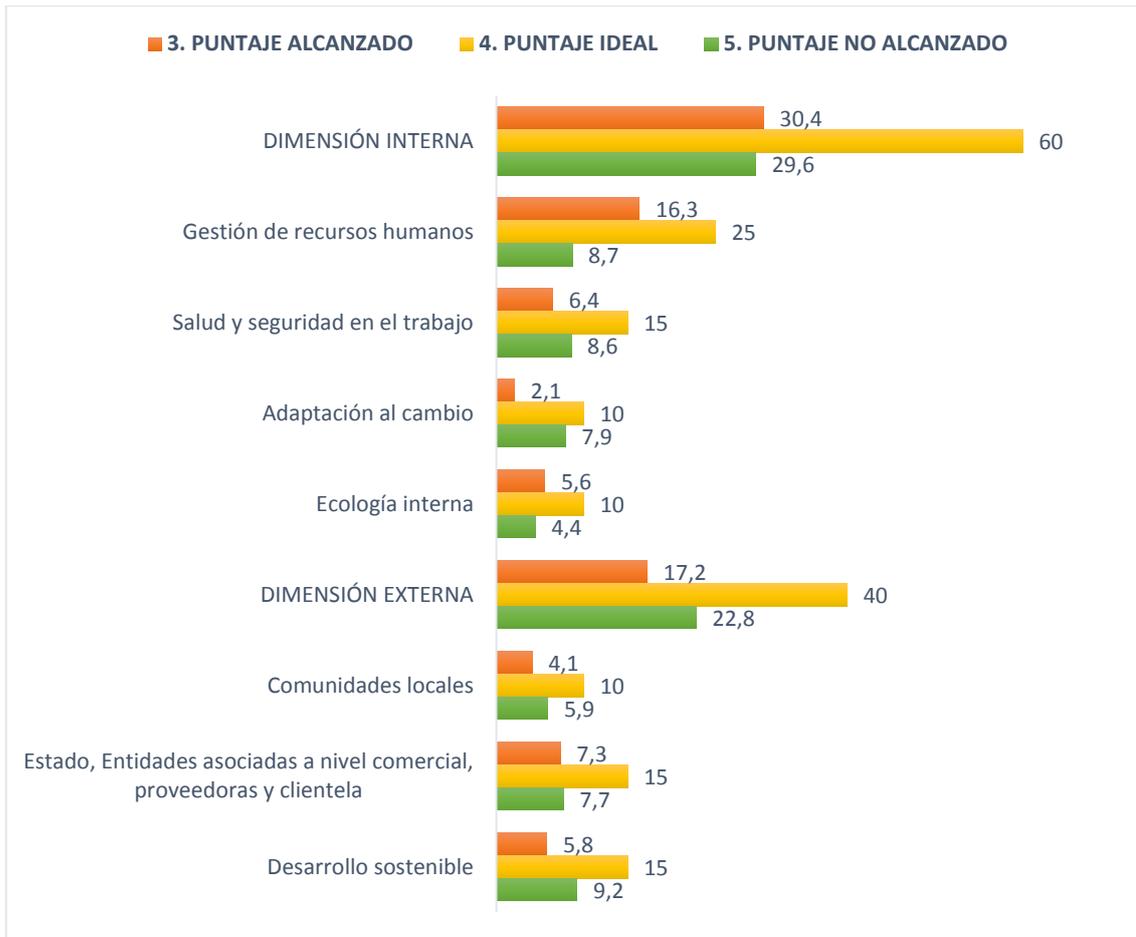


Gráfico 13: Percepción de la RSE "SM" - Procesamiento de madera y Fabricación de muebles

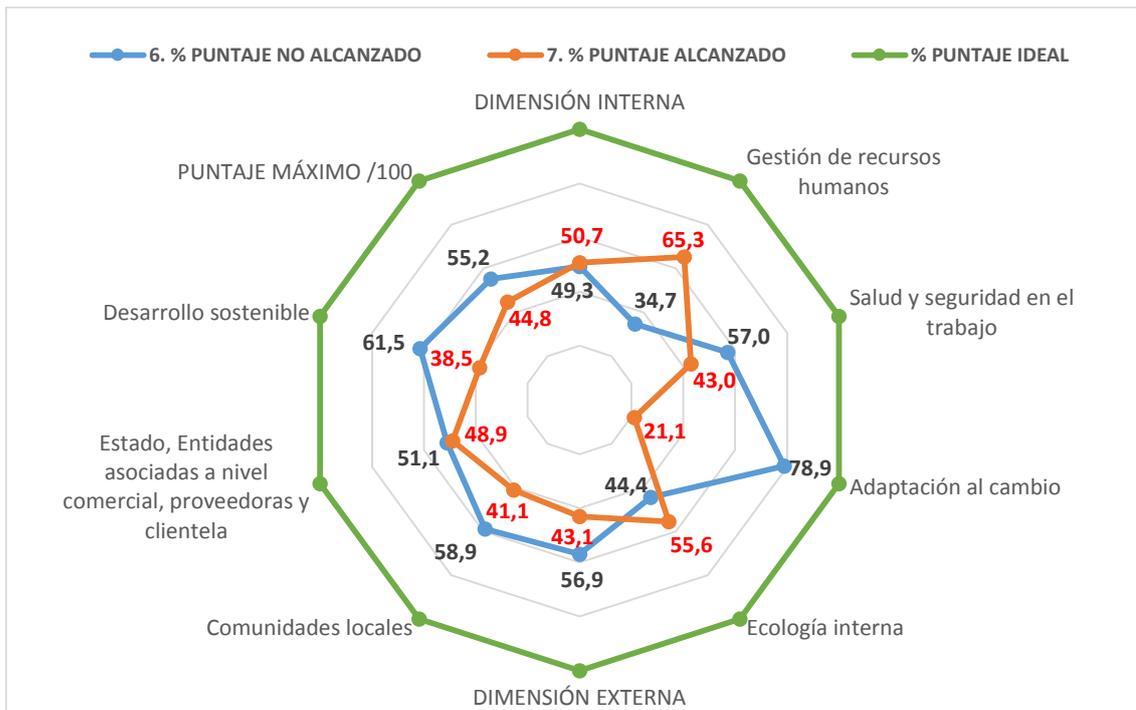


Gráfico 14: Perfil de la RSE "SM" - Procesamiento de madera y Fabricación de muebles

Análisis e interpretación:

Se identificaron nueve empresas que corresponden al 21% del total de la muestra y al 29% del total de los establecimientos de manufactura. Representan el 15% del personal ocupado del sector manufacturero y el 9% del total de generación de empleo de la muestra. Se encuentran empresas con un promedio de vida productiva en el sector madera entre 19 y 39 años, muchas de ellas también se desarrollaron a la par con el nacimiento del Parque Industrial Riobamba.

Las actividades que se desarrollan en este subsector son: secado, aserrado y maquinado de la madera, fabricación de muebles y sus partes, este subgrupo es el más representativo del sector manufactura, esta industria se ha visto afectada en la obtención de la materia prima (madera) su extracción es limitada por la Ley de Gestión del Medio Ambiente, en lo referente al cuidado de la dotación forestal en especial en zonas protegidas o parques nacionales; en tanto, al respecto se deben cumplir con los estándares legales cuya vigencia controla el Ministerio del Ambiente. Por ello, la mano de obra tiende a disminuir y es una industria amenazada por la incorporación de artículos y productos suplementarios al mercado en especial de plástico. Los empresarios comentan que no existe apoyo ni garantías por parte del gobierno para mejorar la situación actual por la cual atraviesa esta industria. El perfil de percepción de la RSE de éste subgrupo alcanzó un total de 47.7 puntos que define a las empresas con poca RSE.

La dimensión interna alcanzó el 50.7% del puntaje ideal y en la externa el 43.1%. Al desglosar la información por subdimensiones de la Dimensión Interna se obtiene lo siguiente: Gestión del TH 65.3% más referido a las obligaciones laborales; Ecología Interna que tiene que ver con el manejo de desechos sólidos como el aserrín en el caso y otras sustancias en las otras empresas, alcanzó el 55.6% del puntaje. En relación a Salud y Seguridad en el Trabajo logró el 43.0% de la puntuación que indica que sus trabajadores están expuestos al polvo de la madera y otros componentes, pese a que en el área existe un dispensario ambulatorio del IESS; y en cuanto la Adaptación al Cambio se encuentra con un 21.1% lo cual demuestra una gestión a más de vertical, tradicional y sin considerar al trabajador como un tema integrar para el desarrollo del negocio.

Con el mismo tipo de análisis en la Dimensión Externa, se tiene que la relación con el Estado y otras entidades, proveedores... alcanza el 48.9% de la puntuación total, que indica que no tiene mayores problemas con el Estado en cuanto al cumplimiento de las obligaciones laborales, tributarias y otras, que le dan una tranquilidad artificial al negocio pese a los problemas; aporta muy poco al Desarrollo Sostenible, lo demuestra el 38.5% del puntaje logrado y no tiene casi ninguna relación con la comunidad peor aún con territorio adjunto al Ex Parque Industrial, lo dice el 41.1% de la valoración alcanzada, hecho que sin duda en el futuro le podrá traer complicaciones.

Tabla 16: Relación puntaje mayor y menor "SM" - Procesamiento de la madera y Fabricación de muebles

C1610.02: Fabricación de tabletas para la ensambladura de pisos de madera (duela, media duela, parquet).	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	64,0
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	
C3100.01: Fabricación de muebles de madera y sus partes: para el hogar, oficinas, talleres, hoteles, restaurantes, etc.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	43,5
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

En cuanto a la comparación entre el caso de la empresa de mayor y menor puntaje, el caso se repite en relación a los rangos de ubicación, la tendencia es la misma y la tabulación de la información va confirmando el comportamiento similar en las actividades y sectores analizados, aquello va también en relación a lo que en el país sucede con las empresas al respecto.

d. Percepción de la RSE del Subgrupo Fabricación de Papel y Actividades de Impresión:

Tabla 17: Resultados “SM” – Fabricación de papel y Actividades de impresión

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	30,0	60	30,0	50,0	50,0	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	14,0	25	11,0	44,0	56,0	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	5,5	15	9,5	63,3	36,7	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	5,0	10	5,0	50,0	50,0	100
Ecología interna	7,17,	2	10	5,5	10	4,5	45,0	55,0	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	19,0	40	21,0	52,5	47,5	100
Comunidades locales	8,13	2	10	1,5	10	8,5	85,0	15,0	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	12,5	15	2,5	16,7	83,3	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	5,0	15	10,0	66,7	33,3	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	49,0	100	51,0	53,0	47,0	100

Tabla 18: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Fabricación de papel y Actividades de impresión

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	49,0
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

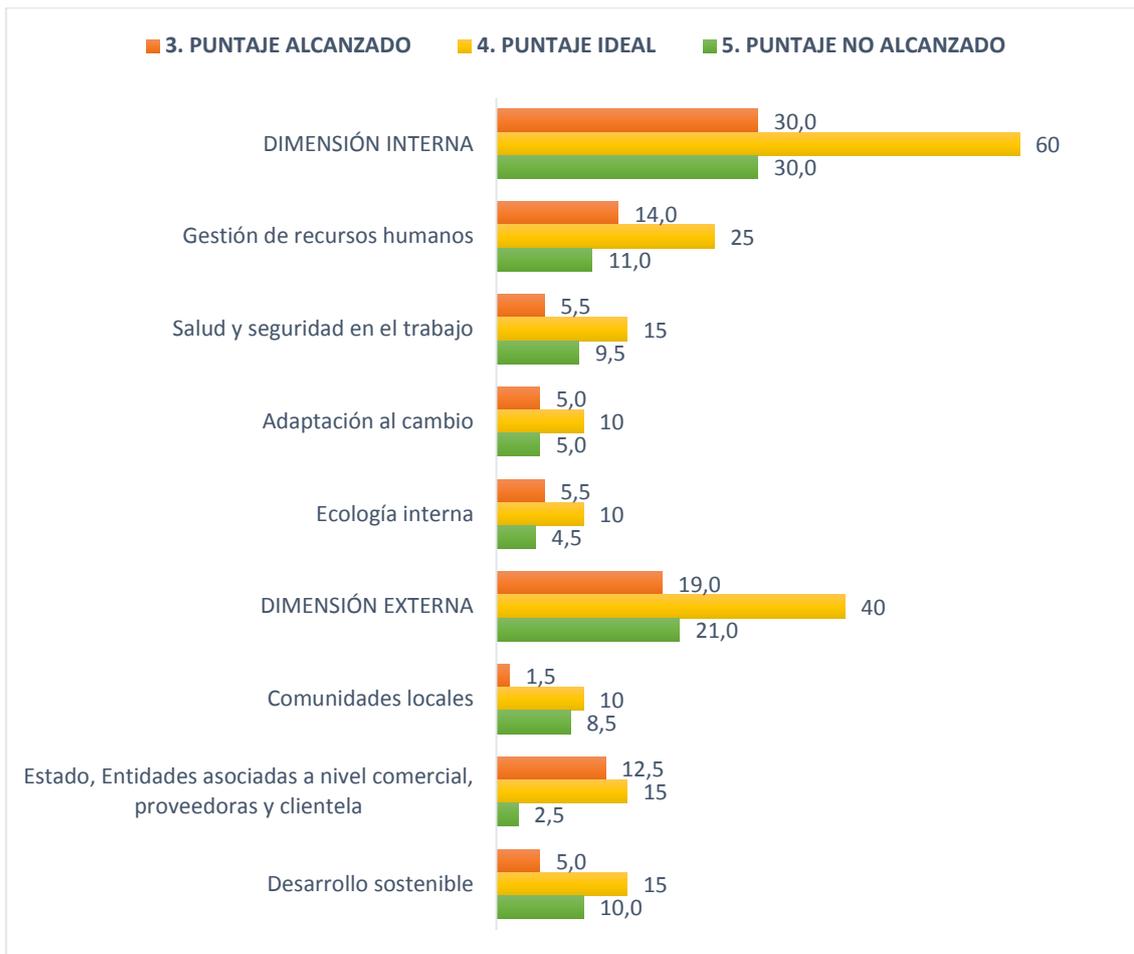


Gráfico 15: Percepción de la RSE "SM" - Fabricación de papel y Actividades de impresión

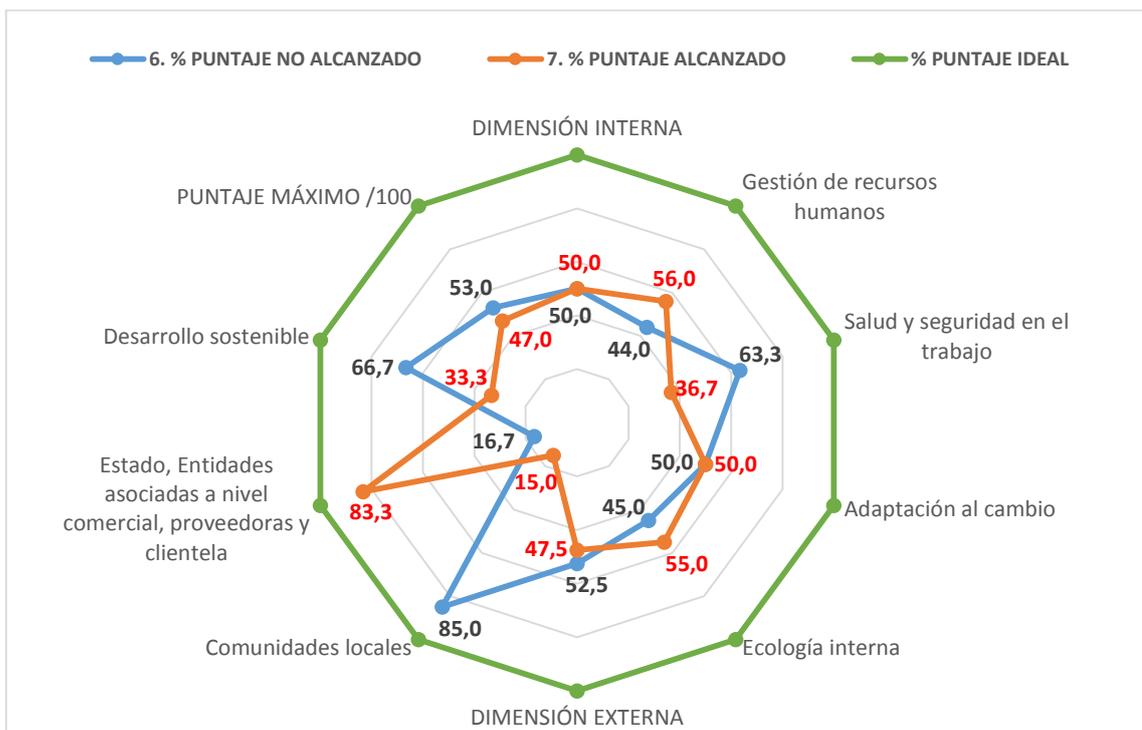


Gráfico 16: Perfil de la RSE "SM" - Fabricación de papel y Actividades de impresión

Análisis e interpretación:

A esta actividad pertenecen dos empresas que representan el 4% del número de establecimientos de la muestra y el 6% de manufactura; generan el 10% de empleos en el total de la muestra y el 16% en el sector. La una está 35 años en el mercado y la otra 6. En relación a los resultados obtenidos este subgrupo alcanzó 49 puntos de 100 posibles, en tanto que la dimensión interna alcanzó el 50% del puntaje ideal y la externa el 47.5%.

Desagregando la información de la Dimensión Interna con respecto a las subdimensiones, Gestión de Recursos Humanos tiene el 56% de la puntuación siempre relacionada con el cumplimiento legal laboral, Ecología Interna con el 55% donde resalta el manejo de los desechos del papel, continuamos con la Adaptación al Cambio cuyo resultado al menos es superior al resto de sectores con el 50% en especial por que una de las empresas está regresivamente sintonizándose con las nuevas condiciones y crisis del entorno, y pese a que está cerca el dispensario médico del IESS en el parque industrial, Salud y Seguridad en el trabajo está descuidada y obtuvo el 36.7% del puntaje de la dimensión.

En cuanto a la Dimensión Externa, la Subdimensión relacionada con el Estado, adquirió el 83.3% de la puntuación en virtud que las empresas se cuidan mucho de no errar en el cumplimiento de sus obligaciones, en especial por el tema de impuestos en el SRI. Por otro lado, el Desarrollo Sostenible, logró el 33.3% de la puntuación ya que son muy limitadas las acciones al respecto desde dichas actividades y la relación con Comunidades Locales es casi nula, esto con el 15% de la puntuación al respecto.

Por lo visto y sin efectuar comparaciones mayores, la una empresa alcanzó 58 puntos lo cual señala que la empresa está realizando algunas acciones al respecto y la otra obtuvo 40 puntos que significa que tiene un nivel de Responsabilidad Social muy bajo.

e. Percepción de la RSE del Subgrupo Producción Textil:

Tabla 19: Resultados “SM” – Producción textil

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	36,8	60	23,3	38,8	61,3	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	15,5	25	9,5	38,0	62,0	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	11,2	15	3,8	25,0	75,0	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	4,5	10	5,5	55,0	45,0	100
Ecología interna	7,17,	2	10	5,5	10	4,5	45,0	55,0	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	21,0	40	19,0	47,5	52,5	100
Comunidades locales	8,13	2	10	4,5	10	5,5	55,0	45,0	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	8,8	15	6,2	41,7	58,3	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	7,8	15	7,2	48,3	51,7	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	57,8	100	42,3	44,0	56,0	100

Tabla 20: Puntaje alcanzado /100 “SM” – Producción textil

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	57,8
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

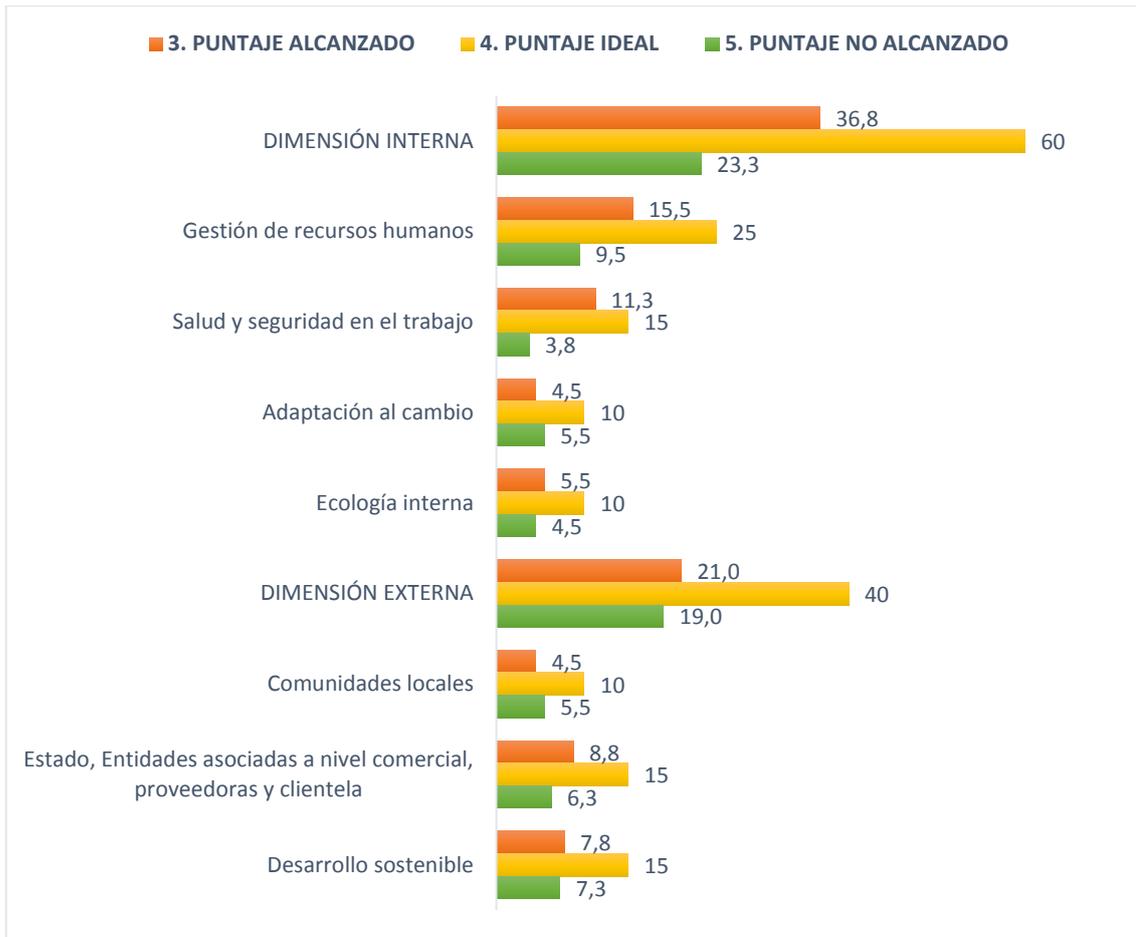


Gráfico 17: Percepción de la RSE "SM" - Producción textil

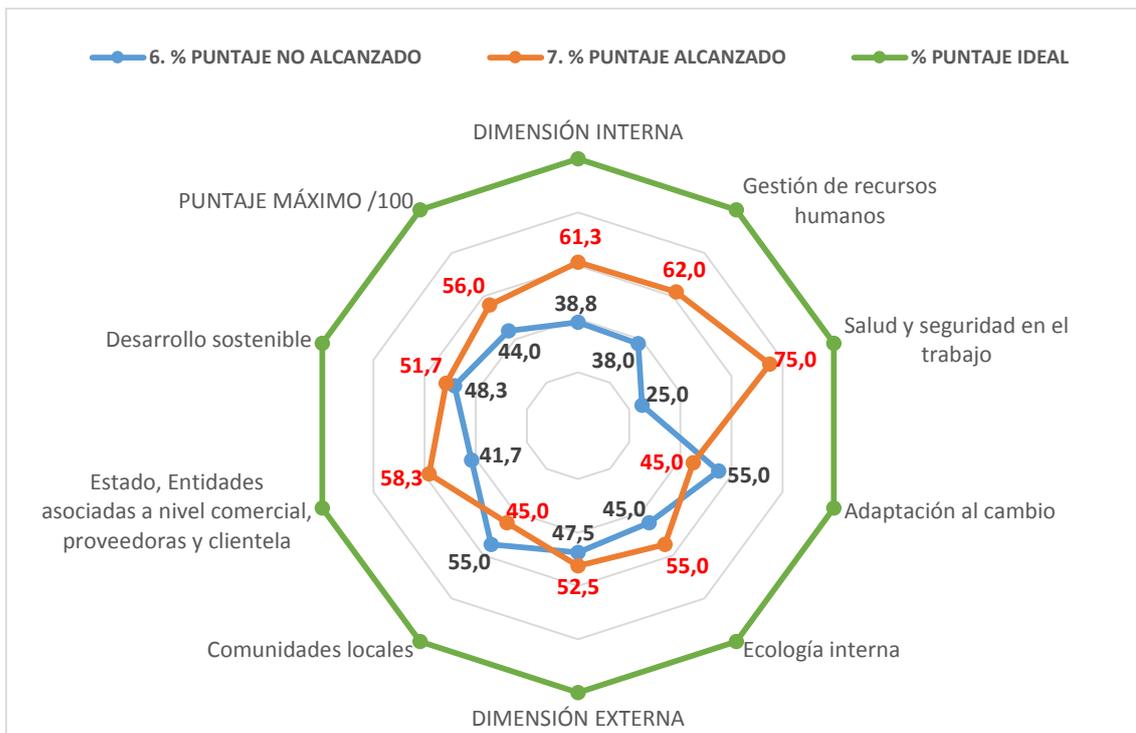


Gráfico 18: Perfil de la RSE "SM" - Producción textil

Análisis e interpretación:

Este subgrupo contiene a cuatro empresas mismas que corresponden al 8% del total de la muestra y el 12% del sector manufactura. En cuanto a la generación de empleo representan el 6% de la muestra y el 10% del total en el sector. La antigüedad de las empresas oscila entre los 12 y 33 años, es importante señalar que también algunas de aquellas empresas se asentaron con el inicio del Parque Industrial Riobamba.

Las actividades que desarrollan son: fabricación de prendas de vestir de cuero, telas, medias etc., la producción de esta industria es media, una de estas empresas dona sus residuos a una Fundación de mujeres que elabora artículos artesanales, además en este subgrupo capacitan al personal periódicamente a fin de elevar el nivel de calidad de sus productos y a la vez innovar los diseños de las prendas, es importante destacar que en esta industria la mano de obra está conformada en su mayoría por mujeres, según comentarios de los empresarios su mayor reto está en competir con el mercado nacional.

El perfil de percepción de la RSE de éste subgrupo alcanzó un total de 57.8 puntos de 100 posibles, lo cual significa... “que las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos”.

La dimensión interna alcanzó el 61.3% del puntaje ideal y en la externa el 52.5%. Al desglosar la información por subdimensiones con respecto a la puntuación ideal de cada una de ellas, la Dimensión Interna obtuvo: en Salud y Seguridad en el Trabajo el 75%, debido a la protección que van desarrollando para proteger a su talento humano de problemas relacionados con la materia prima, la maquinaria y la ergonomía necesaria para que los trabajadores en su mayoría respondan con eficiencia. En cuanto a la Gestión de RR.HH. alcanzó el 62% de la puntuación en vista que manejan adecuadamente los contratos de trabajo, en Ecología Interna alcanzan el 55% de la valoración, debido al control adecuado de desperdicios y uso de energía. El más débil, al igual que los otros sectores, es la Adaptación al Cambio, con el 45% del puntaje.

Con el mismo tipo de análisis en la Dimensión Externa, se tiene que la relación con el Estado y otras entidades, proveedores... alcanza el 58.3% debido a que no cumple con algunas obligaciones en especial laborales, apoya con el 51.7% al Desarrollo Sostenible

y obtuvo el 45% en Comunidades locales, aún hay una brecha significativa entre estas empresas y su relación con los grupos de interés externos; sin embargo ninguna da el primer paso, percibimos que existen limitantes o por alguna razón prefieren mantenerse al margen por temor o porque simplemente no les interesa.

En cuanto a los extremos, la máxima y mínima puntuación, se presenta a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 21: Relación puntaje mayor y menor "SM" – Producción textil

C1410.02: Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras; para hombres, mujeres, niños y bebés.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	73,0
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	
C2219.06: Servicios de apoyo a la fabricación de otros productos de caucho a cambio de una retribución o por contrato.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	26,0
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

Primer caso que se distinguen dos puntajes extremos, el uno con 73 puntos perteneciente a una empresa que está a punto de llegar a la excelencia en RSE, debido al tipo de organización con proyecciones diferentes a las del grupo y la otra con 26 puntos que implica un bajo nivel de RSE, con actividades muy intermitentes, que en un momento determinado le pueden traer serios problemas laborales, con el Estado y el resto de los grupos de interés.

4.5.3.3 Sector Comercio

a. Percepción de la RSE del Grupo Venta al por Mayor y Menor de Alimentos, Otros Productos y Combustible:

Tabla 22: Resultados “SC” – Venta de Alimentos, Otros productos y Combustible

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	29,5	60	30,5	50,8	49,2	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	12,9	25	12,1	48,4	51,6	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	7,2	15	7,8	52,0	48,0	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	4,6	10	5,4	54,0	46,0	100
Ecología interna	7,17,	2	10	4,8	10	5,2	52,0	48,0	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	12,8	40	27,2	68,1	31,9	100
Comunidades locales	8,13	2	10	3,8	10	6,2	62,0	38,0	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	6,2	15	8,8	58,9	41,1	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	2,8	15	12,2	81,3	18,7	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	42,3	100	57,7	58,4	41,6	100

Tabla 23: Puntaje alcanzado /100 “SC” – Venta de Alimentos, Otros productos y Combustible

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	42,3
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

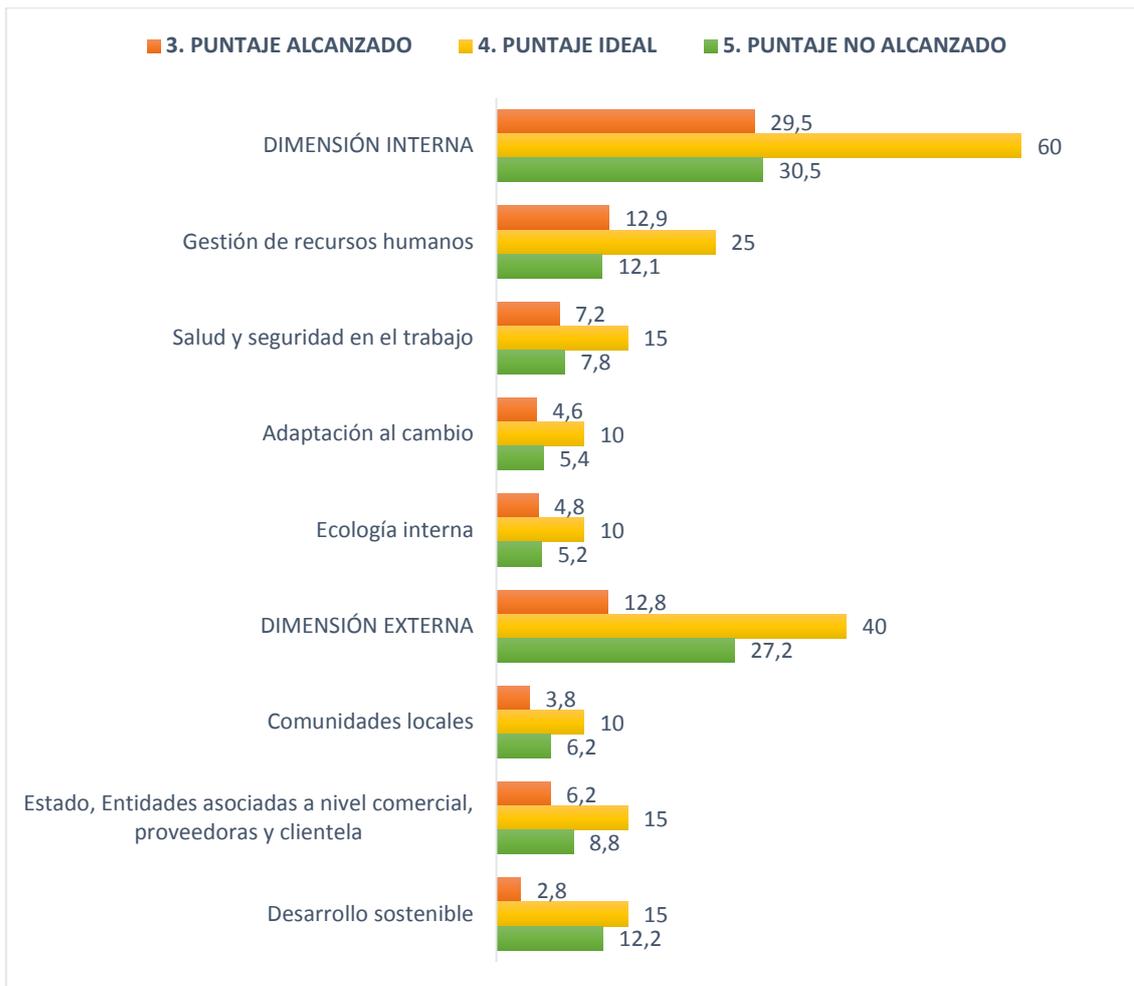


Gráfico 19: Percepción de la RSE "SC" - Venta de Alimentos, Otros productos y Combustible

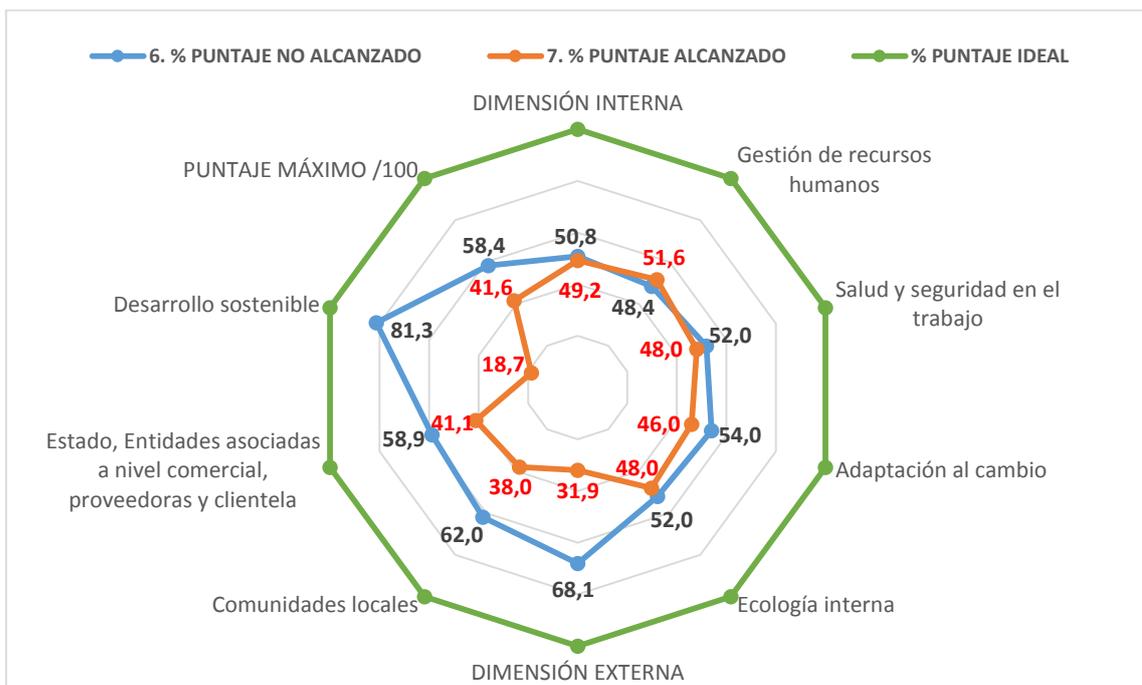


Gráfico 20: Perfil de la RSE "SC" - Venta de Alimentos, Otros productos y Combustible

Análisis e interpretación:

Este grupo contiene a diez empresas que corresponden al 21% del total de la muestra y además representan el 35% de generación de empleos, las actividades que desarrollan son: venta al por mayor de productos alimenticios, lácteos, arroz, alimentos preparados para animales de granja, etc.

Estas actividades aparecen cuando las empresas manufactureras dejaron de producir por diversos factores y la infraestructura es ocupada para comercio, la misma que no fue precisamente planificada para dicho espacio que antes funcionó como Parque Industrial Riobamba.

El puntaje obtenido en términos porcentuales de cada dimensión y subdimensión correspondientes a este grupo de empresas que se encuentran en el sector Comercio de productos terminados y en su mayoría no producidos en Riobamba es el siguiente:

La dimensión interna alcanzó el 49.2% de la puntuación, cabe destacar que dos subdimensiones analizadas registran una percepción muy débil de RSE. Se repite en este grupo que la Adaptación al Cambio va tomando pista con el 46% del puntaje, hecho que ratifica que el comercio por la relación permanente con el mercado, toma sus precauciones ante la recesión que vive el país; la Gestión del RR.HH alcanzó el 51.6% de su puntaje, discutible por cierto, debido a que las relaciones laborales no son tan estables. Salud y seguridad en el Trabajo y Ecología Interna, alcanzaron el 48% de la puntuación cada una; sin embargo, están por debajo del 50% del puntaje ideal en los demás parámetros.

En cuanto a la Dimensión Externa, el tema del desarrollo Sostenible local es increíblemente preocupante porque denota la puntuación más baja de los casos analizados con el 18.7%, al igual que en las Comunidades Locales con 30% del puntaje; en este punto es necesario aclarar que este parámetro es de gran interés porque va en relación al contacto diario que tienen con los consumidores y sus territorios en la distribución de productos; con respecto al Estado cumplen en un 41.1% sus respectivas obligaciones, en especial cuando facturan sus transacciones.

En cuanto a las empresas que alcanzaron el mayor puntaje, se encuentra una que desarrolla actividad de venta de productos alimenticios, que de hecho maneja cierto tipo de estándares elementales para su almacenamiento y alcanzó 63.7 de los 100 puntos posibles, y dentro del menor puntaje se encuentra una empresa comercializadora de vidrio, que no contestó gran parte de las preguntas del diagnóstico rápido aplicado, logrando 15 puntos.

Tabla 24: Relación puntaje mayor y menor "SC" - Venta de Alimentos, Otros productos y Combustible

G4630.9: Venta al por mayor de otros productos alimenticios.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	63,7
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	
G4663.15: Venta al por mayor y menor de vidrio, plano y espejos.	
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	15,0
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

4.5.3.4 Sector Servicios

a. Percepción de la RSE del Grupo Servicios Alquiler de Maquinaria y Mantenimiento de Vehículos:

Tabla 25: Resultados “SS” – Alquiler de maquinaria y Mantenimiento de vehículos

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	30,0	60	30,0	50,0	50,0	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	14,0	25	11,0	44,0	56,0	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	10,5	15	4,5	30,0	70,0	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	4,0	10	6,0	60,0	40,0	100
Ecología interna	7,17,	2	10	1,5	10	8,5	85,0	15,0	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	14,5	40	25,5	63,8	36,3	100
Comunidades locales	8,13	2	10	1,5	10	8,5	85,0	15,0	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	4,0	15	11,0	73,3	26,7	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	9,0	15	6,0	40,0	60,0	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	44,5	100	55,5	59,6	40,4	100

Tabla 26: Puntaje alcanzado /100 “SS” – Alquiler de maquinaria y Mantenimiento de vehículos

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	44,5
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

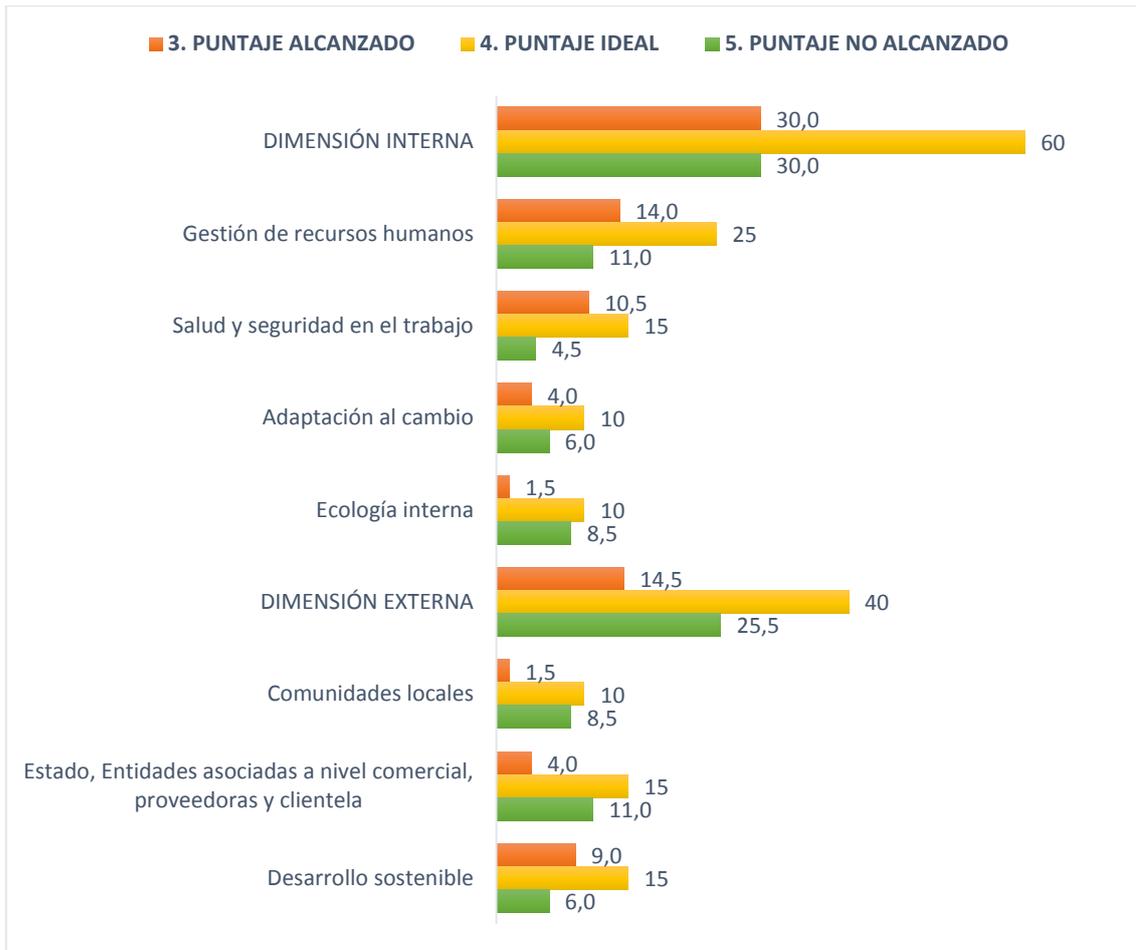


Gráfico 21: Percepción de la RSE "SS" - Alquiler de maquinaria y Mantenimiento de vehículos

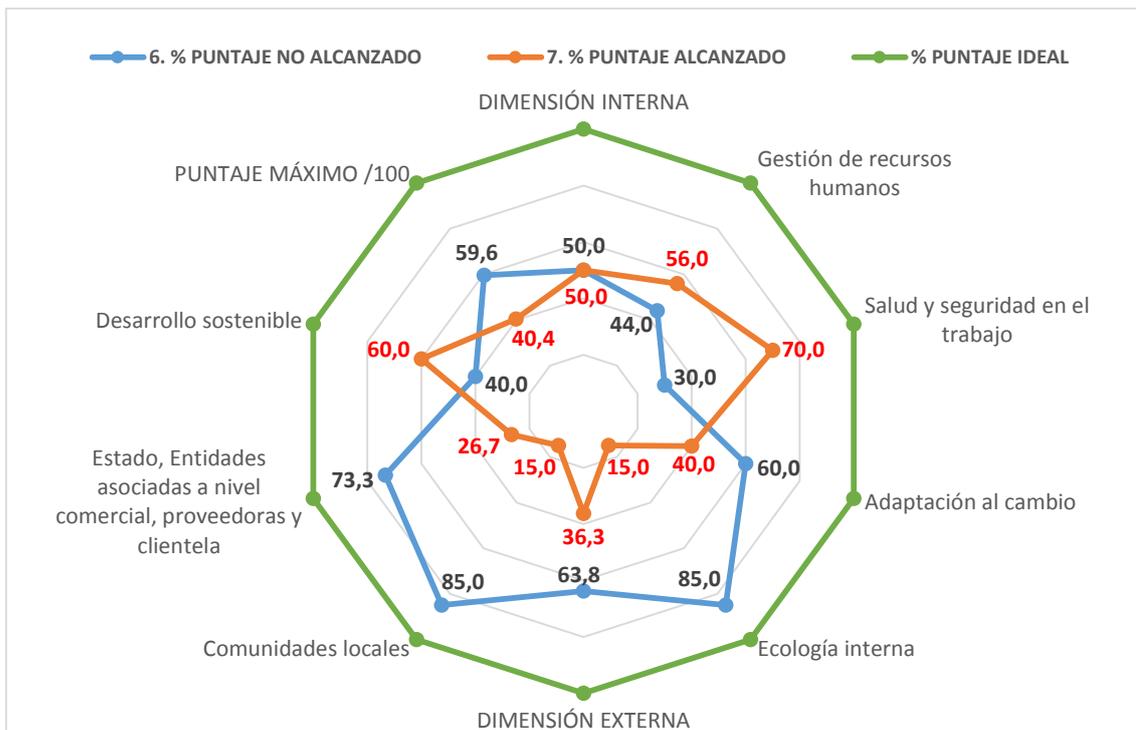


Gráfico 22: Perfil de la RSE "SS" - Alquiler de maquinaria y Mantenimiento de vehículos

Análisis e interpretación:

El puntaje general obtenido es de 44.5/100 de las dos empresas contactadas en el sector Servicios; el mismo que porcentualmente desglosado se expresa como sigue:

La Dimensión Interna alcanzó el 50% del puntaje lo cual indica que hay una brecha muy importante que llenar con el tiempo, teniendo en cuenta que este sector no abarca el conjunto de parámetros evaluados. Sin embargo, por las actividades de servicios que desarrollan; en tal virtud, la subdimensión Salud y Seguridad en el trabajo alcanzó el 70% de la puntuación posible, Gestión del TH 56%, Adaptación al Cambio 40% y la más baja Ecología Interna con el 15%, estas dos últimas subdimensiones están bajo el 50% de la puntuación, lo cual denota una percepción muy débil del tema.

Por otro lado, en la Dimensión Externa se logró el 36.3% del puntaje, el detalle porcentual es el siguiente: Desarrollo Sostenible con el 60% del puntaje, Estado 26.7% y Comunidades Locales el 15%; este tipo de actividades están muy alejadas del concepto de RSE, su percepción es muy baja, así como sus posibilidades de alinearse a un reto de gestión que podrían hacer de estas actividades y empresas socialmente responsables, pues han adquirido la costumbre de remar contra corriente y no visualizar el progreso de la actividad económica.

La representación correspondiente a la relación entre las dos empresas analizadas es mínima, la una obtuvo 44 y la otra 45 puntos, los cuales están muy por debajo del puntaje ideal y significa que tienen un nivel de RS bajo; realizan actividades de apoyo a la industria, pero tienen una percepción común de su aporte al desarrollo sostenible local. Sin embargo, al ser parte de la asociación de Empresarios, entidad con la cual se hace la presente investigación, es importante tomarlas en cuenta pese a que en términos generales no aportan en la medida que se esperaba, para efectuar una aproximación general a la percepción que los gerentes tienen sobre el tema, pues con ellos se trabajó la información procesada.

4.5.3.5 Sistematización de la percepción de la RSE del conjunto de empresas

Con respecto a las empresas y sus actividades de la Corporación de Empresarios Parque Industrial Riobamba, la investigación presenta los siguientes resultados:

Tabla 27: Resumen del porcentaje total alcanzado y no alcanzado por sector “CEPIR”

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CEMENTO, CAL Y YESO		FABRICACIÓN DE METALES COMUNES		PROCESAMIENTO DE LA MADERA/ FABRICACIÓN DE MUEBLES		FABRICACIÓN DE PAPEL Y ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN		PRODUCCIÓN TEXTIL		COMERCIO		SERVICIOS		PROMEDIO CEPIR		TOTAL
	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE QUE SE ALCANZO	
DIMESIÓN INTERNA	48,3	51,7	37,5	62,5	49,3	50,7	50,0	50,0	38,8	61,3	50,8	49,2	50,0	50,0	46,4	53,6	100
Gestión de recursos humanos	56,0	44,0	23,0	77,0	34,7	65,3	44,0	56,0	38,0	62,0	48,4	51,6	44,0	56,0	41,2	58,8	100
Salud y seguridad en el trabajo	28,9	71,1	40,8	59,2	57,0	43,0	63,3	36,7	25,0	75,0	52,0	48,0	30,0	70,0	42,4	57,6	100
Adaptación al cambio	81,7	18,3	65,0	35,0	78,9	21,1	50,0	50,0	55,0	45,0	54,0	46,0	60,0	40,0	63,5	36,5	100
Ecología interna	25,0	75,0	41,3	58,8	44,4	55,6	45,0	55,0	45,0	55,0	52,0	48,0	85,0	15,0	48,2	51,8	100
DIMESIÓN EXTERNA	50,0	50,0	45,0	55,0	56,9	43,1	52,5	47,5	47,5	52,5	68,1	31,9	63,8	36,3	54,8	45,2	100
Comunidades locales	61,7	38,3	70,0	30,0	58,9	41,1	85,0	15,0	55,0	45,0	62,0	38,0	85,0	15,0	68,2	31,8	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	46,7	53,3	30,8	69,2	51,1	48,9	16,7	83,3	41,7	58,3	58,9	41,1	73,3	26,7	45,6	54,4	100
Desarrollo sostenible	47,8	52,2	42,5	57,5	61,5	38,5	66,7	33,3	48,3	51,7	81,3	18,7	40,0	60,0	55,4	44,6	100
PUNTAJE MAXIMO /100	49,7	50,3	44,8	55,2	55,2	44,8	53,0	47,0	44,0	56,0	58,4	41,6	59,6	40,4	52,1	47,9	100

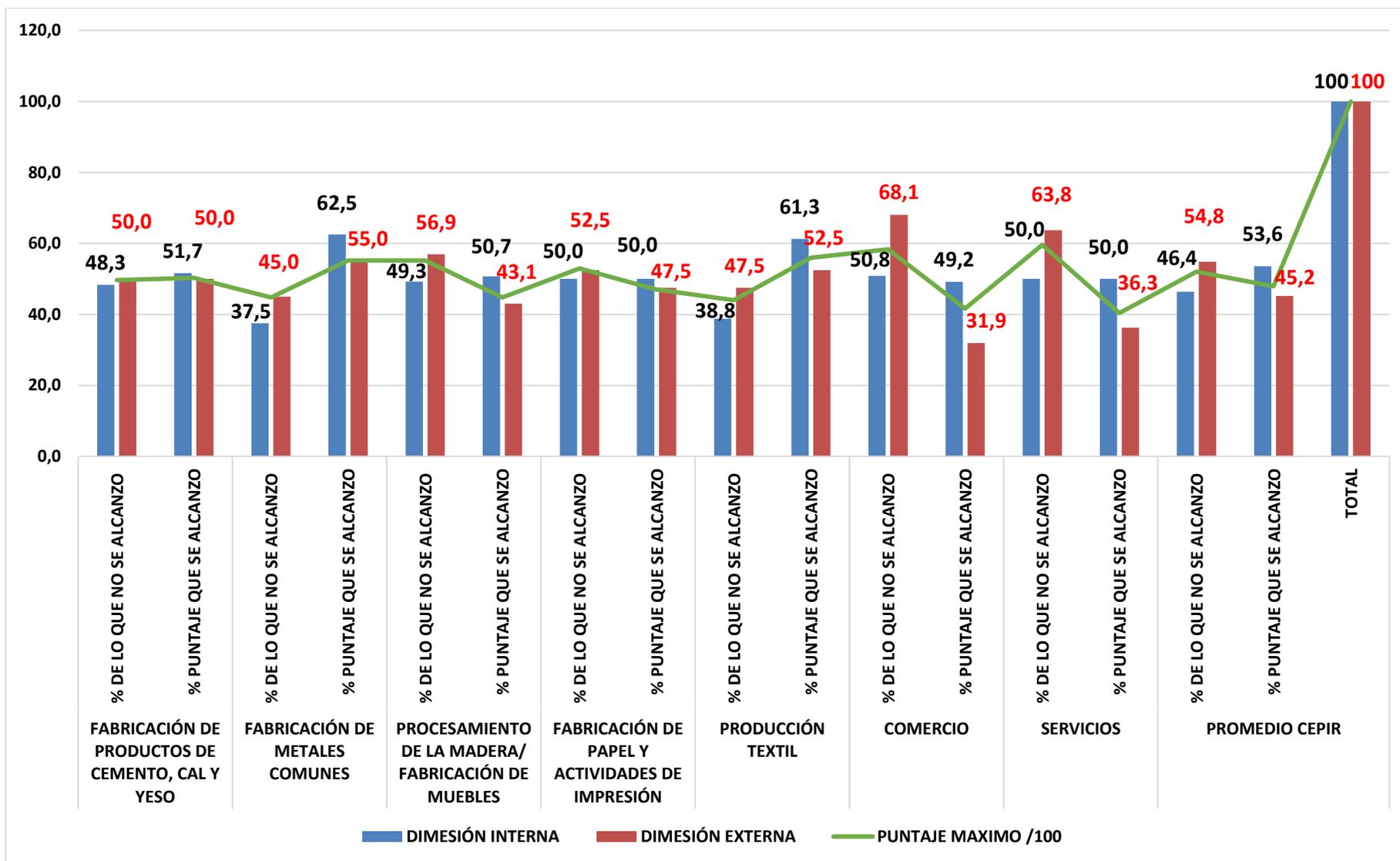


Gráfico 23: Resumen del resultado total del diagnóstico en RSE por Sector “CEPIR”

El puntaje promedio del conjunto de empresas y actividades es de 47.9%, puntuación que se logró determinar por sectores, lo que establece un retroceso de percepción en base a otros estudios respecto al tema en el Ecuador, que han definido un 51% hasta el 2012 (Torresano 2012. pag. 17) de las empresas que introdujeron el tema de RSE como modelo de gestión.

Por tanto, el perfil de la percepción de RSE del total de la muestra se presenta en el siguiente gráfico, donde se destacan las particularidades mantenidas en las tablas y gráficos tanto de la Dimensión Interna (DI) como de la Dimensión Externa (DE) indistintamente de la organización:



Gráfico 24: Perfil de la percepción de la RSE de las empresas de la CEPiR

Tabla 28: Resumen puntaje total alcanzado /100 por sector “CEPIR”

Sector	CIU	Actividad	Promedio de puntos alcanzados	Resultado
MANUFACTURA	C2394 C2395	Fabricación de Cemento, Cal y Yeso.	50,7	Las Empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	C24	Fabricación de Metales Comunes.	59,5	Las Empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	C1610.0	Aserrado y Acepilladura de Madera.	57,5	Las Empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	C3100.0	Fabricación de Muebles.	48,3	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	C1709.2 C1811.0	Fabricación de Papel y Actividades de Impresión.	49,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	C1410.0	Fabricación de Prendas de Vestir.	68,3	Las Empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	C2219.0	Fabricación de otros Productos de Caucho.	26,00	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	Total Promedio			51,3

COMERCIO	G463	Venta al por Mayor de Alimentos, Bebidas y Tabaco.	45,3	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	D3520.0	Distribución de Combustibles Gaseosos.	36,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	G4663.1	Venta al por Mayor de Madera, Materiales de Construcción.	15,0	Nivel de Responsabilidad Social muy bajo.
Total Promedio			32,1	
SERVICIOS	N7730.1	Alquiler de otros Tipos de Maquinaria y Equipo Operacional por las Industrias.	44,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	G4520.0	Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores.	45,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
Total Promedio			44,5	

Como se observa en la tabla 28, se exponen los resultados de la puntuación promedio de acuerdo al número de empresas que ejecutan la misma actividad, tenemos 4 grupos de actividades que presentan una puntuación que aún no se acerca al puntaje ideal, en virtud de que las empresas se limitan a cumplir solo con las disposiciones legales y políticas que regulan el desarrollo de sus actividades económicas para evitar sanciones. En tanto estudiados individualmente la muestra, se presentan dos casos de buen nivel de Responsabilidad Social, representados en las actividades de: Fabricación de productos primarios de hierro y acero con 80p; Fabricación de prendas de vestir para dama caballeros y niños con 73p. Por otro lado, tenemos dos grupos de actividades que presentan un Nivel de Responsabilidad muy baja, que registran puntajes inferiores a 25 puntos, lo cual preocupa en virtud de que son los trabajadores, clientes y otros grupos de interés, quienes se verán afectados por los productos o servicios que reciben las mismas.

4.5.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

H₀: Con la identificación y sistematización de la percepción y acciones de RSE que realizan las empresas de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba, dichas organizaciones SI reconocerán la efectividad de la herramienta y su potencialidad para insertarla en los sistemas de gestión.

H₁: Con la identificación y sistematización de la percepción y acciones de RSE que realizan las empresas de la Corporación de Empresarios del Parque Industrial Riobamba, dichas organizaciones NO reconocerán la efectividad de la herramienta y su potencialidad para insertarla en los sistemas de gestión.

Especificación de lo estadístico

Para la verificación de la hipótesis se utilizaron todas las preguntas, mismas en las que constan alternativas de respuestas como resultado de la percepción de Responsabilidad Social que tienen los empresarios de la CEPIR, donde las organizaciones pueden o no reconocer que las acciones que efectúan están enmarcadas en la esencia del tema.

Para obtener las frecuencias esperadas se multiplica el total de cada columna por el total de cada fila, entre el total de las mismas.

Tabla 29: Cálculo del Chi cuadrado

Frecuencia Observada (o)					Proporción Muestral (p)	Frecuencia Esperada (e)				
PREGUNTAS	SI	INT.	NO	TOTAL		PREGUNTAS	SI	INT.	NO	TOTAL
p1	40	0	1	41	0,052	p1	19,80	7,97	13,23	41
p2	27	0	14	41	0,052	p2	19,80	7,97	13,23	41
p3	8	10	21	39	0,050	p3	18,83	7,58	12,59	39
p4	5	5	31	41	0,052	p4	19,80	7,97	13,23	41
p5	22	12	7	41	0,052	p5	19,80	7,97	13,23	41
p6	8	0	30	38	0,048	p6	18,35	7,39	12,26	38
p7	11	20	9	40	0,051	p7	19,31	7,78	12,91	40
p8	5	2	34	41	0,052	p8	19,80	7,97	13,23	41
p9	23	9	7	39	0,050	p9	18,83	7,58	12,59	39

p10	24	4	11	39	0,050
p11	22	6	13	41	0,052
p12	18	11	9	38	0,048
p13	17	12	11	40	0,051
p14	33	5	0	38	0,048
p15	16	18	5	39	0,050
p16	27	0	9	36	0,046
p17	20	11	9	40	0,051
p18	14	9	13	36	0,046
p19	17	19	4	40	0,051
p20	23	0	16	39	0,050
Total	380	153	254	787	

p10	18,83	7,58	12,59	39
p11	19,80	7,97	13,23	41
p12	18,35	7,39	12,26	38
p13	19,31	7,78	12,91	40
p14	18,35	7,39	12,26	38
p15	18,83	7,58	12,59	39
p16	17,38	7,00	11,62	36
p17	19,31	7,78	12,91	40
p18	17,38	7,00	11,62	36
p19	19,31	7,78	12,91	40
p20	18,83	7,58	12,59	39
total	380	153	254	787

r	20
k	3
(r-1)(k-1)	38
α	0,05
X²Tabla	53,38
Probabilidad	1,36506E-46
X²Prueba	321,54

Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar el grado de libertad considerando que la tabla de frecuencias consta de 20 filas y 3 columnas.

El grado de libertad se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$GI = (r - 1) (k - 1)$$

Simbología:

GI = grado de libertad

r = número de filas (categorías)

k = número de columnas (variables)

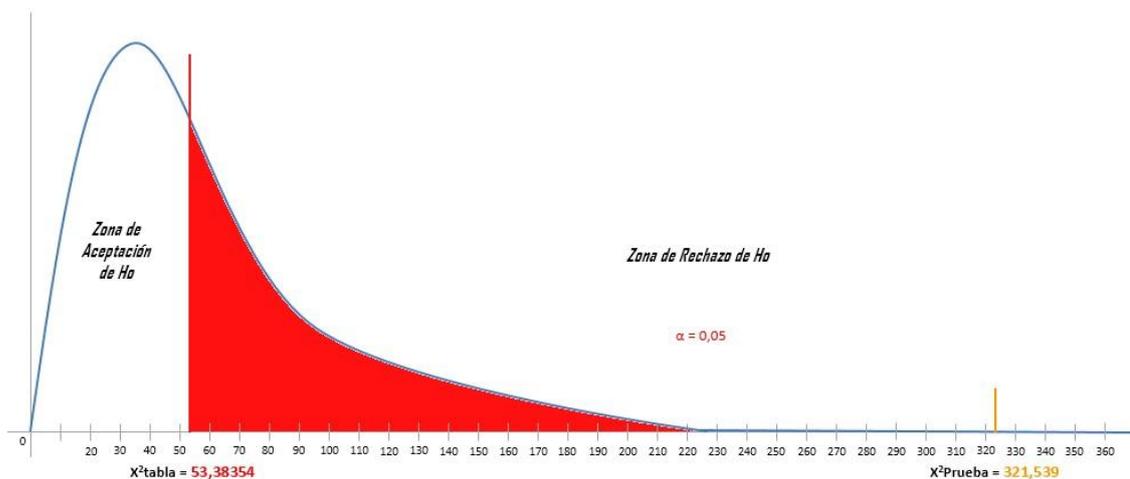


Gráfico 25: Campana de Gaus

De acuerdo a la campana de Gaus, la Hipótesis H_0 (nula) se rechaza; es decir, que las empresas no cuentan con las acciones necesarias para presentar un nivel óptimo de RSE.

A continuación, presentamos una tabla en donde se exponen acciones básicas de RSE enfocándose en los grupos de interés con los que las empresas guardan una relación directa, con el propósito de que éstas reconozcan la efectividad de la herramienta y las conduzcan a insertarlas en sus sistemas para luego convertirlas en buenas prácticas con la implementación de programas socialmente responsables.

Tabla 30: Acciones de responsabilidad social de la empresa ante la sociedad

Elementos de la sociedad	Responsabilidad Social de la empresa
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proporcionar condiciones laborales adecuadas. ➤ Efectuar evaluaciones continuas. ➤ Verificar periódicamente el grado de satisfacción con la conducta social de la empresa. ➤ Ajustar los salarios de acuerdo con la función. ➤ Crear mecanismos de trabajo por incentivos. ➤ Verificar el impacto de las prácticas sociales en el nivel de productividad.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contribuir en la repartición de beneficios. ➤ Mejorar la imagen institucional.

<p style="text-align: center;">Distribuidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener una buena relación con los distribuidores. ➤ Verificar el cumplimiento de plazos. ➤ Atender a las cualidades de los materiales o productos. ➤ Verificar cual es el comportamiento social de los mismo. ➤ Controlar las formas de negociación y gestión de las materias primas escasas.
<p style="text-align: center;">Consumidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar con el objetivo de satisfacer todas sus necesidades. ➤ Tener en cuenta las campañas publicitarias. ➤ Tener en cuenta la calidad de los productos y su garantía. ➤ Proporcionar una aproximación con los servicios post venta de acuerdo a las necesidades. ➤ Concienciar a los consumidores con respecto a la utilización responsable del producto. ➤ Difundir una imagen de sensibilidad hacia los elementos sociales de la comunidad en que está inserta.
<p style="text-align: center;">Comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Demostrar sus actividades de ayuda social. ➤ Proporcionar atención a las reivindicaciones de la comunidad local. ➤ Desarrollar su actividad evidenciando la preocupación por la contribución al interés general y el bienestar social.

CAPÍTULO V: MARCO PROPOSITIVO

5.1 TÍTULO

“PLAN DE ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE RSE EN LAS PYMES AGREMIADAS A LA CORPORACIÓN DE EMPRESARIOS DEL PARQUE INDUSTRIAL RIOBAMBA (CEPIR)”

5.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

5.2.1 Introducción

El Plan de Acción para la implementación a través de la coordinación de la CEPIR de estrategias de RSE definidas en 7 fases, aplicables a las empresas de cualquier sector económico (producción, comercio o servicios), ya que su éxito dependerá únicamente de la validez de la información, el diagnóstico y la asignación de recursos necesarios.

Considerando que es un método que permitirá alcanzar mejores niveles de RSE, es importante apostar a la aplicación del proceso considerando que la RS no se la puede dimensionar como un gasto, al contrario es una inversión que genera valor a la empresa, fortaleciendo su imagen, la comunicación interna y externa, fomentando la mejora continua, el desempeño de los colaboradores, igualdad de oportunidades, entre otros aspectos.

El plan es de aplicación voluntaria; es decir, las empresas de la CEPIR que manifiesten su compromiso de implementarlo, deben actuar de conformidad a la creación de un equipo técnico conformado por la Presidencia y miembros del Directorio apoyados por la asistencia técnica del convenio firmado con la ESPOCH-FADE, hecho necesario explicarlo, porque a partir de dicha realidad el proceso arrancará y cada empresa crecerá a su propia ritmo en la implementación del modelo de gestión propuesto.

5.2.2 Justificación

La RSE no es filantropía, no es caridad ni marketing; es un modelo de gestión de mucha actualidad, ya que con su aplicación se pueden alcanzar profundas transformaciones en las empresas que son necesarias para acoplarse a los cambios políticos, sociales, ambientales y tecnológicos del entorno.

La empresa es un actor fundamental del desarrollo, por ello es imperativo que los empresarios trabajen para crear una conciencia sobre las buenas prácticas de acción social y políticas responsables; así como una cultura de responsabilidades compartidas con el resto de actores del entorno donde operan.

Por tanto, la sociedad en nuestros días también va entendiendo que la empresa no tiene como único afán el lucro sino también el compromiso moral con la sociedad, por ello de manera voluntaria va incorporando a la RSE en sus políticas, pues consideran que deben contribuir a un mejoramiento en sus aspectos económico, social y ambiental.

La responsabilidad social involucra a todos quienes forman parte del tejido social y se hace fundamental el actuar de manera responsable, con buenas acciones y al mismo tiempo expandirse a los grupos de interés internos y externos de la empresa; en la exigencia por asegurar la supervivencia en el planeta, cada uno asume los retos y obligaciones que les corresponde.

Por tanto, una vez explicado el resultado del diagnóstico de percepción de RSE a las empresas de la CEPIR, se evidencia un vacío profundo del conocimiento del tema y por tanto, se hace evidente el reto que implica alcanzar el compromiso de los empresarios, para cambiar el tradicional sistema de gestionar a sus empresas por otro que les provee una visión amplia de lo que en el siglo XXI significa administrar con responsabilidad social a las organizaciones que buscan un espacio de mayor participación en el mercado con comportamiento ético y además el respeto a los derechos humanos.

5.2.3 Objetivos

- ✓ Efectuar procesos de sensibilización, capacitación y asistencia técnica, para a través de la CEPIR lograr el compromiso de las empresas de alinear su sistema de gestión a los objetivos, principios, estrategias y acciones de RSE.
- ✓ Diseñar un plan estratégico de implementación del modelo de gestión con RSE en las empresas afiliadas a la CEPIR que voluntariamente asuman el compromiso, de manera organizada, progresiva y al ritmo que cada empresa asimile el proceso.
- ✓ Apoyar con la asesoría y asistencia técnica de la FADE-ESPOCH a la formulación del diagnóstico empresarial, la identificación y el mapeo de los grupos de interés, para definir las estrategias e implementación de la RSE en la empresa.

5.2.4 La corporación “CEPIR”

La CEPIR es una organización de empresarios situados en el área de lo que antes se llamó Parque Industrial Riobamba, INPRIOCEM sociedad de economía mixta, cuya figura se fue extinguiendo desde que la teoría de la CEPAL de sustitución de Importaciones fue perdiendo vigencia dado el apareamiento del modelo neoliberal, hasta que finalmente el Estado a través de los socios de la misma desinvertió y vendió las acciones y activos a un particular, destinando los terrenos de la cuarta etapa para vivienda taller, especialmente dirigida a las actividades artesanales; sin embargo de ello, la ordenanza municipal de uso de suelo sigue vigente hasta la actualidad.

La CEPIR surge el 14 de enero del 2009 como solución a las complejidades acontecidas en el sector y que sus empresarios han atravesado por años, los miembros del directorio son personas que han vivido los orígenes del ex parque industrial como tal y por lo tanto saben claramente cuáles son los requerimientos que hoy en día exigen las empresas para resurgir y formar parte de una época activa, generando nuevos modelos de gestión.

Actualmente cuenta con 72 empresas socias, las cuales forman parte de los tres sectores económicos, representados de la siguiente manera: industrial con el 64% de empresas,

comercial 20% y de servicios 16%. Por lo cual es considerable la importancia de este sector tanto para la ciudad como el país.

Misión

Somos una corporación que opera con excelencia, pasión y una óptima gestión a través de un grupo humano motivado y comprometido, generando una estructura integral y sólida para lograr una transformación radical y satisfacer las expectativas de nuestros socios en beneficio del desarrollo de sus empresas, con la participación de los recursos de los empresarios y el sector financiero.

Visión

Ser referentes entre las organizaciones de fomento artesanal, industrial y comercial, formada por un equipo innovador y comprometido con la gestión de recursos y acciones que promuevan el bienestar de nuestras empresas, contribuyendo eficazmente al desarrollo económico y social del país.

Objetivos corporativos

- ❖ Promover los sistemas de innovación y desarrollo tecnológicos del plantel industrial existente y su adaptación a las necesidades de nuestros socios, a través de la capacitación general a empresarios y convenios con instituciones especializadas que conlleven al aumento de la productividad.
- ❖ Lograr la reactivación de la producción industrial colaborando con el cambio de la matriz productiva.
- ❖ Propiciar, estimular y fortalecer el desarrollo del eje empresarial del sector, a través del apoyo técnico del MIPRO y entidades financieras especializadas.
- ❖ Desarrollar y consolidar los espacios de uso industrial que reúnan los requerimientos para que se instalen en sus parcelas y galpones, pequeñas y medianas empresas que cuenten con un entorno favorable para ser competitivas.

Estructura

Su estructura interna está determinada de la siguiente manera, a la que se le integrará el área de RSE para la capacitación, evaluación y seguimiento de la implementación de la RSE en sus empresas socias.

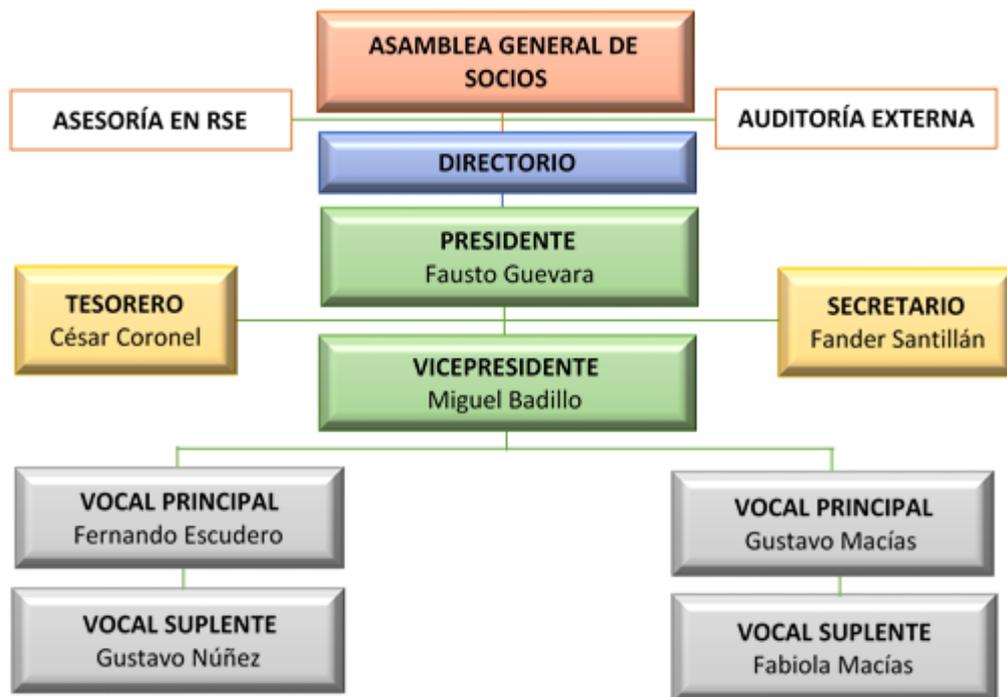


Figura 4: Organigrama propuesto para la CEPIR

Fuente: Estudio de campo

5.2.5 Detalle del plan de acción

El trabajo propuesto guiará a la empresa en la correcta toma de decisiones para diseñar y elaborar su Plan de Acción, considerando los factores antes definidos; en cuanto a la asignación de recursos dependerá en gran parte al tamaño, exigencias y necesidades de la pyme y su sector económico.

Tomaremos como referencia el análisis de los 3 sectores (manufactura, comercio o servicios) determinados en nuestro estudio, para elaborar líneas de acciones por uno y generar una perspectiva general.

Matriz 1: Plan de Acción para la implementación de la RSE en las empresas de la CEPIR

FASE PREVIA										1					
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)								
							2017				2018				2019
							1	2	3	4	5	6	7	8	
Definir nuevo modelo de gestión de la CEPIR alineada a los objetivos y principios de la RSE para que motive a sus empresas socias a la inserción del RSE en sus respectivos sistemas de gestión.	Taller para construir el nuevo modelo de gestión estratégica de la CEPIR alineado a la RSE.	Asamblea General de Socios	Presidente y Directorio	Convenio ESPOCH	\$ 300,00	Nº de empresas socias / Nº de empresas socias asistentes									
Formación del equipo técnico y político en materia de la RSE.	Selección, capacitación y entrenamiento del equipo técnico. Pasantías. Asistencia a eventos. Afiliación al consorcio ecuatoriano de RSE.	Directorio	Presidente	Convenio ESPOCH Convenio con empresas de alianzas estratégicas	\$ 5.000,00 (costo de afiliación de la CEPIR a la CERES según la factibilidad de la propuesta)	Certificación de membresía Nº de empresas socias / Nº de empresas socias voluntarias para implementar RSE									

Comunicación a los socios de la CEPIR sobre procesos de implementación de RSE.	Talleres de capacitación sobre el tema. Reuniones informativas. Pasantías a empresas que desarrollen acciones de RSE.	Directorio	Equipo técnico	Convenio ESPOCH Convenios con empresas de asesoría y asistencia técnica en RSE	\$ 2.000,00	N° de empresas socias / N° de empresas socias asistentes (a: eventos de capacitación, pasantías...)												
Alinear la cultura organizacional a los principios y objetivos de la RSE.	Elaborar el modelo de código de ética de la CEPIR.	Directorio	Equipo técnico Docentes ESPOCH	Convenio ESPOCH	\$ 150,00	N° de empresas socias / N° de empresas socias asistentes a las reuniones de discusión y aprobación												
FASE DE DIAGNÓSTICO																	2	
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)											
							2017				2018				2019			
							1	2	3	4	5	6	7	8				
Diagnóstico de las empresas que voluntariamente asumen a la RSE como modelo de gestión, evaluando: Talento humano Proveedores Gobernabilidad y transparencia Ambiente Comunidad Comunicación	Talleres para promover el cambio del modelo o sistema de gestión de las empresas que voluntariamente se alinean con la RSE.	Directivos Empleados de las empresas	Equipo Técnico CEPIR Tesistas ESPOCH	Convenio ESPOCH Planes de Trabajos de Titulación "TDT" Computadoras, material de oficina, movilización	\$ 200,00 por empresa para movilización y materiales de los Tesistas	N° de empresas socias / N° de empresas socias que elaboran su diagnóstico de RSE												

Identificación de los Grupos de Interés de cada empresa acogida al proceso.	Incluir en el proceso de diagnóstico estudio de campo de identificación y mapeo de los grupos de interés.	Entorno interno y externo	Tesistas Equipos técnicos	Convenio ESPOCH Planes de TDT Computadoras, material de oficina, movilización	\$ 100,00 por empresa para movilización y materiales de los Tesistas	Número de Stakeholders identificados en el Mapeo													
Compromiso de las empresas voluntarias para la implementación de la RSE, el proceso de capacitación y asistencia técnica.	Formación del equipo en RSE. Declaración del compromiso de las empresas voluntarias y la asignación de sus recursos para alinearse a los principios y objetivos de la RSE.	Gerencias	Gerentes	Convenio ESPOCH Planes de Trabajos de Titulación	\$ 100,00	Nº de empresas socias / Nº de empresas socias comprometidas en el proceso de RSE													
FASE DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA																		3	
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)												
							2017				2018				2019				
							1	2	3	4	5	6	7	8					
Efectuar o diseñar el plan estratégico de RSE de las empresas voluntarias alineados a la RSE.	Diseño y aprobación del plan estratégico de RSE a cada empresa que entra al proceso de RSE.	Empresas	Equipo Técnico Tesistas	Convenio ESPOCH Planes de TDT Asesorías. Computadoras, material de oficina, movilización	\$ 1.000,00	Nº de empresas socias / Nº de empresas socias que hacen el diagnóstico de RSE													

Definición de aspectos de intervención: Talento humano Proveedores Gobernabilidad y transparencia Ambiente Comunidad Comunicación	Para cada empresa analizando los siguientes aspectos: Talento Human Proveedores Gobernabilidad y transparencia Ambiente Comunidad Comunicación	Empresas	Tesistas Equipos internos de cada empresa	Gerencia Asesorías	\$300,00	N° de aspectos seleccionados / N° de aspectos priorizados por la empresa														
Establecimiento de necesidades logísticas, tecnológicas y humanas para la implementación del plan.	Elaboración del presupuesto de la empresa dedicando recursos para la implementación de la RSE.	Gerencias Directorio de las empresas	Gerentes	Presupuesto de la empresa	\$ 100,00	Monto Presupuestado / Presupuesto Ejecutado														
Diseño del plan de acción, en temas relacionados a: Talento humano Proveedores Gobernabilidad y transparencia Ambiente Comunidad Comunicación Estado	Aprobación y socialización del plan de acción de cada empresa con respecto a la RSE.	Gerencias	Gerentes	Computadoras, material de oficina, movilización	\$ 300,00	N° de eventos Programados/ N° Eventos Ejecutados N° de personas matriculadas en los eventos / N° personas asistentes														

FASE DE IMPLEMENTACIÓN										4									
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)												
							2017				2018				2019				
							1	2	3	4	5	6	7	8					
Establecer el proceso de Sensibilización. Activación de los equipos técnicos. Desarrollo progresivo del plan. Socialización interna.	Reuniones periódicas del comité de RSE, establecer indicadores de medición, reuniones de evaluación, programación de eventos internos.	De acuerdos a la prioridad definida en cada empresa	Gerente Equipo de cada empresa	Computadoras, material de oficina, movilización, ambientes de motivación y aprendizaje	\$ 2.000,00	N° de eventos Programados/ N° Eventos Ejecutados N° de asistentes/ asistentes que terminan la sensibilización													
FASE DE VERIFICACIÓN										5									
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)												
							2017				2018				2019				
							1	2	3	4	5	6	7	8					
Evaluación e implementación de las medidas correctivas para asegurar el proceso progresivo de mejora continua.	Adecuación y/o diseño de indicadores de evaluación de acuerdo a la metodología de diagnóstico implementada.	Empresa	Gerencia Equipo	Asesores Computadoras, material de oficina, movilización	\$ 500,00	Metas propuestas / Metas alcanzadas en el corto y mediano plazo. N° de procesos de seguimiento programados/ N° seguimientos ejecutados													

FASE DE COMUNICACIÓN										6										
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)													
							2017				2018				2019					
							1	2	3	4	5	6	7	8						
Comunicar los logros obtenidos a los grupos de interés de cada empresa.	Eventos y elaboración de folletos.	Empresa	Gerente	Medios de comunicación, folletería, material audiovisual	\$8.000,00	Reporte de sustentabilidad														
Estrategia de medios de comunicación.	Organizar ruedas de prensa, desayunos con la prensa, talleres con los estudiantes y empresarios. Abrir programas, visitas y pasantías a las empresas.	Gerencia	Equipo técnico	Desayunos o almuerzo con la prensa. Contactos para entrevistas en Medios. Agendas de medios.	\$ 300,00	Número de ruedas de prensa Número de noticias en los medios de comunicación.														
FASE DE APRENDIZAJE										7										
TEMAS	POSIBLES ACCIONES	ÁREA	RESPONSABLE	RECURSOS FACILITADORES DEL PROCESO (técnicos, financieros, humanos)	PRESUPUESTO	INDICADORES	TIEMPO PREVISTO DE DURACIÓN (TRIMESTRAL)													
							2017				2018				2019					
							1	2	3	4	5	6	7	8						
Cultura de inserción de procesos de sistematización de las lecciones aprendidas.	Talleres motivacionales sobre el tema en la empresa.	Colaboradores de la Empresa	Gerencia Equipo técnico	Material de oficina, ambientes de capacitación, logística.	\$ 1.000,00	N° de talleres de sensibilización programados / N° de talleres de sensibilización efectuados.														

Fuente: Herramienta desarrollada por CONQUITO, adaptada a la realidad de la CEPiR; Ejemplo elaborado por las Autoras.

5.2.6 Beneficios para las empresas

Los beneficios de la inserción de la RSE en las empresas de la CEPiR, serán los siguientes:

- Alinear su misión, visión, objetivos y políticas a los principios, materialidad y objetivos de la RSE.
- Crear valor social, económico y ambiental en las empresas.
- Formar a la empresa en la dinámica de la acción empresarial socialmente responsable.
- Ser corresponsable con los otros grupos de interés, de los proceso de desarrollo sostenible en los territorios de influencia.
- Alcanzar compromisos éticos con sus grupos de interés internos y externos.

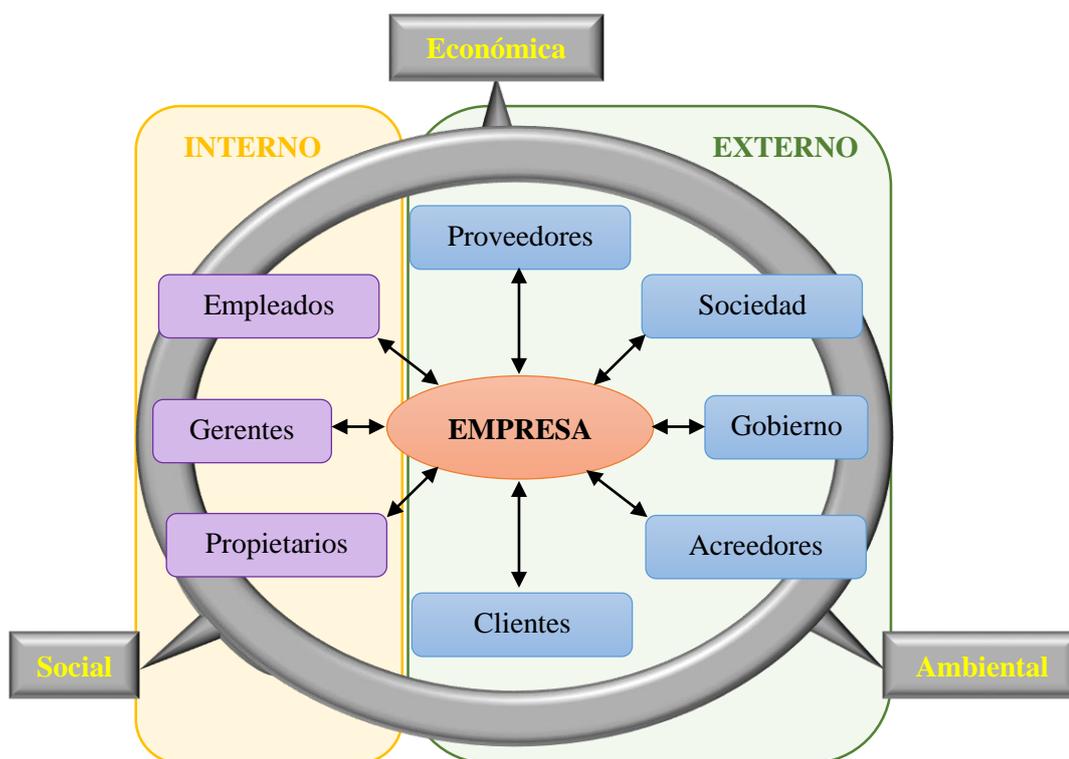
5.2.7 Líneas estratégicas del plan de acción

La CEPiR es el organismo gremial encargado para motivar la implementación de la RSE como parte importante del sistema de gestión de sus empresas asociadas, para lo cual se requiere establecer cierto tipo de condiciones que parten de la aceptación y compromiso de los dueños y administradores de las pymes socias, para acogerse al programa cuyos resultados no se lograrán en el corto plazo sino el mediano y largo plazo.

Por tanto se basará su inserción partir de la aplicación de las siguientes líneas estratégicas:

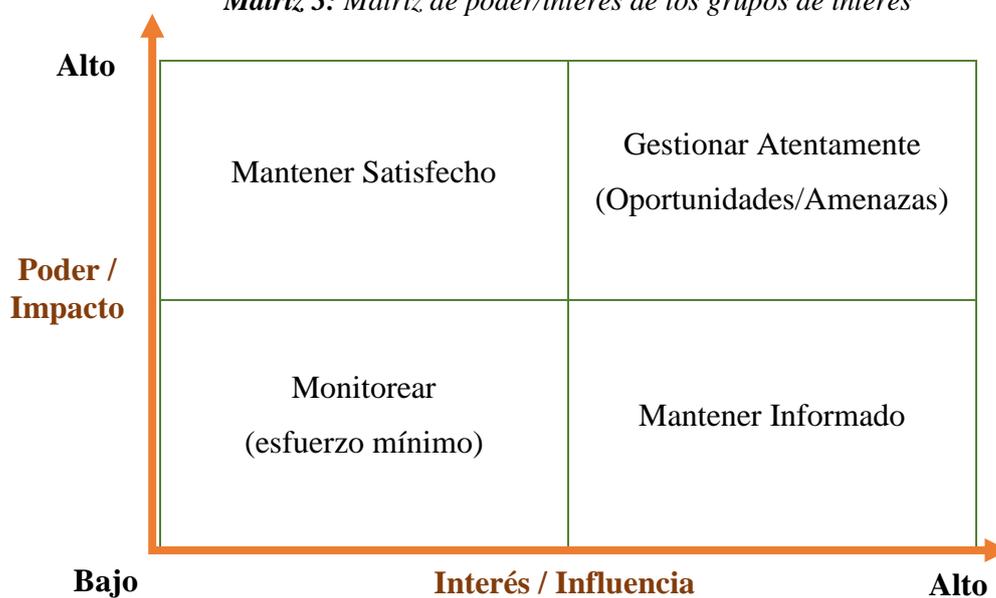
1. Minimizar el impacto ambiental.
2. Asegurar la motivación y la aplicación del TT.HH en la mejora continua de las empresas.
3. Mantener una estrecha relación con los clientes y garantizar su satisfacción.
4. Extender el compromiso de la RSE a los proveedores y empresas subcontratistas.
5. Implicarse con la comunidad y el tejido social.
6. Fomentar y sistematizar el diálogo con los grupos de interés.

Figura 5: Sistema de Gestión de los grupos de interés



Fuente: Recopilación del internet, creado por las autoras.

Matriz 3: Matriz de poder/interés de los grupos de interés



Fuente: Recopilación del internet, creado por las autoras.

Es importante conocer y entender a nuestros grupos de interés porque ellos son actores de cambio y solo así podemos establecer estrategias adecuadas; esta matriz permite clasificar, analizar y definir acciones para cada uno.

Matriz 4: Matriz de mapeo de los grupos de interés

TIPO	CATEGORÍA	GRUPO DE INTERÉS	TEMAS DE INTERÉS		RESPONSABLE	MAPEO DE GRUPOS DE INTERÉS		COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	
			PARA EL GRUPO DE INTERÉS	PARA LA CEPIR		INFLUENCIA (0 Nada; 1 Poco; 2 Media; 3 Considerable; 4 Total)	IMPACTO (0 Nada; 1 Poco; 2 Media; 3 Considerable; 4 Total)	CANALES	PERIODICIDAD
GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS									
Empresas	Socias	Empresarios asociados al CEPIR	Beneficios: asistencia técnica, capacitación, incidencia en la política de desarrollo económico local.	Fidelización, lealtad, aportes económicos y participación de los asociados	Presidente y Directiva	4	4	Encuestas de satisfacción, revista, folletos, internet, etc.	Quincenal
GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS									
Universidad y ESPOCH	Instituciones de Educación Superior	Facultades y escuelas de administración y técnicas	Investigación, prácticas estudiantiles, organización de eventos de capacitación y asistencia técnica.	Capacitación, elaboración de estudios, diseño de procesos, sistemas de gestión para las empresas.	Presidente CEPIR Coordinador de convenios de cada IES	3	3	Convenio, reuniones periódicas, encuestas.	Mensual, trimestral Semestral Anual de acuerdo al programa o proceso implementado
Fuente: Herramienta desarrollada por CONQUITO, adaptada a la realidad de la CEPIR; Ejemplo elaborado por las Autoras.									

Matriz 5: Matriz de definición de objetivos y priorización de estrategias

OBJETIVO GENERAL EN RSE: Construir organizaciones de fomento artesanal, industrial y comercial, comprometidas con la gestión de recursos y acciones que promuevan el bienestar social, ambiental y económico, contribuyendo eficazmente al desarrollo de nuestras empresas.							
Objetivos Específicos	Grupo de Interés	Estrategias Propuestas	Criterios (Valoración 1 a 5)			Priorización	Área de Mejora
			Costo	Factibilidad	Impacto		
1. Definir un sistema de gestión simple y ordenado, donde se fijen claramente los términos: social, ambiental y económico.	Clientes	1.CL.1. Estructurar listas de verificación para evaluar la satisfacción del cliente.	4	3	4	11	Ventas
	Comunidad	1.CO.1. Formalizar un plan de acción para recuperar áreas verdes en el sector.	2	3	3	8	Gestión

Fuente: Cuadernos de trabajo de RSE para pyme, Cámara Valencia.

La identificación de los objetivos específicos debe implementarse en afinidad a tres aspectos: enfrentar las debilidades de la empresa, potenciar sus fortalezas y tener relación directa con su objetivo general.

Una vez definidos los objetivos específicos se deben desarrollar las estrategias asociadas, las mismas que en su mayoría serán formuladas en base a las recomendaciones extraídas del diagnóstico previo; considerando una estrategia para cada objetivo en concordancia al objetivo general, capacidades y recursos disponibles de la empresa.

Teniendo definida las estrategias, deben ser priorizadas dentro de cada uno de los objetivos; este proceso responde a la característica de que los recursos en cada empresa son limitados, por tal motivo no todas las acciones se van a realizar simultáneamente ni en el mismo plazo. El equipo

debe establecer las prioridades de acuerdo a criterios relacionales, entre los cuales proponemos costo, factibilidad e impacto. Vale recalcar que los criterios establecidos en esta matriz son referenciales, debido a que éstos dependerán de la situación y característica de cada empresa, por tal razón son susceptibles de ser modificados.

Los criterios se valoran de 1 a 5, considerándose desde lo más bajo a lo más alto; una aclaratoria pertinente es en cuanto al costo es la valoración, si se califica con 1 no significa que va a costar menos si no que es poco viable económicamente. Considere que el puntaje va de menor a mayor (de negativo a positivo) en cada una de las opciones y el valor final es la simple sumatoria del valor de los criterios.

En relación a los resultados, las acciones con calificación más alta son las que se van a ejecutar en un corto plazo y a las que se le asignen los limitados recursos de acuerdo a la planificación. Además estas ponderaciones sirven de base para realizar los planes de mediano y largo plazo.

Matriz 6: Matriz de Plan de Acción en RSE

OBJETIVO GENERAL EN RSE: Construir organizaciones de fomento artesanal, industrial y comercial, comprometidas con la gestión de recursos y acciones que promuevan el bienestar social, ambiental y económico, contribuyendo eficazmente al desarrollo de nuestras empresas.							
Objetivos Específicos	Estrategias Priorizadas			Responsable	Periodo de Ejecución (fecha)		Presupuesto (\$)
	Código	Nombre	Actividades		Inicio	Fin	
1. Definir un sistema de gestión simple y ordenado, donde se fijen claramente los términos: social, ambiental y económico.	1.CL.1.	Crear listas de verificación para evaluar la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Generar base de datos de los clientes. - Diseñar cuestionarios. - Realizar conversaciones y acercamientos periódicos con los clientes. 	Gerencia Jefe de Producción	2017 1 – ene.	2017 1 – mar.	\$ 300,00

Fuente: Cuadernos de trabajo de RSE para pyme, Cámara Valencia.

La elaboración del Plan de Acción es la parte nuclear de este proceso, el equipo de trabajo, en la cual se determina el responsable, los recursos necesarios, el cronograma de trabajo y el presupuesto proyectado; para desarrollar este plan, el equipo de trabajo debe coordinarse de forma directa con el jefe financiero o la persona encargada del manejo del recurso económico para la asignación del presupuesto en esta fase.

Matriz 7: Matriz de seguimiento y control

OBJETIVO GENERAL: Construir organizaciones de fomento artesanal, industrial y comercial, comprometidas con la gestión de recursos y acciones que promuevan el bienestar social, ambiental y económico, contribuyendo eficazmente al desarrollo de nuestras empresas.											
Objetivos Específicos	Estrategias		SEGUIMIENTO Y CONTROL								
	Cód.	Nombre	Indicador	Fórmula	Responsable	Valor meta	Fecha inicio	Valor inicio	Fecha actual	Valor actual	%
1. Definir un sistema de gestión simple y ordenado, donde se fijen claramente los términos: social, ambiental y económico.	1.CL.1	Crear listas de verificación para evaluar la satisfacción del cliente.	Cientes evaluados	Cientes analizados / Total clientes	Gerencia Jefe de Producción	100%	2017 1 – ene.	0	2017 1 – abr.	0,624	62

Fuente: Cuadernos de trabajo de RSE para pyme, Cámara Valencia.

Como se puede observar, esta matriz permite dar seguimiento al avance de cada una de las estrategias definidas en el Plan Acción; el porcentaje (%) hace referencia al avance de las operaciones, es decir, la medición del indicador en grado porcentual y la suma total de este valor muestra el avance medio del proyecto en función a todas las actividades que deben ser desarrolladas. Además, cada indicador tiene un responsable ejecutor quien será el encargado de informar sobre el valor del mismo.

Matriz 8: Plan de Comunicación

Asunto	Canal	Estrategia	Grupo de interés	Responsable	Recepción		Indicador	Fórmula	Valor	%
					Si	No				
Reporte de sustentabilidad	Medio televisivo	Emitir el comunicado a inicios del próximo año, 1 vez por semana durante el primer mes.	Comunidad	Gerencia Jefe de Marketing		x	Sector de influencia	N° de habitantes comunicados / Total población	-	-
			Cientes		x		Cientes potenciales	N° de clientes comunicados / Total clientes	0,525	53
	Página web institucional	Publicar el reporte cada año de forma permanente.	Empresa		x		Actores internos	N° de personas informadas / Total de personas en la empresa.	0,675	68

Fuente: Elaboración propia.

Esta matriz permite transmitir las estrategias definidas en materia de RSE, la relevancia que éstas tienen para los diferentes grupos de interés y los canales de comunicación disponibles. Es importante considerar que la comunicación es por naturaleza bidireccional, y que debemos también definir mecanismos mediante los que la empresa escucha activamente a sus grupos de interés (comunicación personal, reclamaciones por vía telefónica o por correo electrónico, formularios web, reuniones con los trabajadores, etc.), puesto que estas vías transmiten información de las partes interesadas, sus opiniones y sugerencias en materia de RSE.

Matriz 9: Plan de Mejora Continua

OBJETIVO GENERAL EN RSE: Construir organizaciones de fomento artesanal, industrial y comercial, comprometidas con la gestión de recursos y acciones que promuevan el bienestar social, ambiental y económico, contribuyendo eficazmente al desarrollo de nuestras empresas.						
Objetivo específico	Estrategia inicial	Área de mejora	Acción correctiva	Responsable	Estrategia modificada	Criterios u observaciones
Definir un sistema de gestión simple y ordenado, donde se fijen claramente los términos: social, ambiental y económico.	Crear listas de verificación para evaluar la satisfacción del cliente.	Ventas	Aumentar los niveles de venta a través de la satisfacción de los clientes.	Gerencia Jefe de Producción	Crear eventos donde se relacione directamente la alta gerencia con sus clientes potenciales.	La mayoría de clientes potenciales definidos en la base de datos de la empresa, no están de acuerdo con las condiciones y porcentaje de créditos.

Fuente: Elaboración propia.

Para desarrollar esta matriz se necesita la información de la planificación estratégica, para establecer los puntos débiles y que necesitan correcciones; una vez seleccionadas las áreas de mejora, es conveniente que la empresa disponga de un tiempo para reflexionar sobre la idoneidad de las mismas, consultando para ello con las personas y/o departamentos que considere necesario, y en su caso, revisar el resultado de los ejercicios realizados hasta conseguir ajustar al máximo las áreas de mejora seleccionadas antes de dar el siguiente paso de nuestro Plan de Actuación.

Tabla 31: Resumen de las fases del Plan de Acción

Fase	Acción	Estrategia	Herramienta
Previa	Nuevo modelo de Gestión para la CEPIR.	Taller de trabajo.	-
	Estructuración del equipo técnico.	Selección, capacitación y entrenamiento.	-
	Formación	Capacitación a las empresas y a los miembros del equipo de trabajo.	Ficha de observación
	Socialización del proceso a los socios	Talleres de capacitación.	
	Alinear la cultura objetivos y principios en materia de RSE	Política y código de conducta en RSE.	Inventario de RE
Diagnóstico	Identificar grupos de interés.	Análisis de las áreas de RSE.	Sistema de Gestión de los grupos de interés
		Información de los grupos de interés.	Matriz de mapeo de los grupos de interés
		Relaciones de los GI con la empresa.	Matriz de poder/interés
	Análisis de la empresa.	Sensibilización y adaptación al cambio.	Inventario de RE
	Compromiso	Declaración de compromiso voluntario	-
Planificación estratégica	Revisar misión y visión.	Formular un objetivo general enmarcado en RSE.	-
	Definir objetivos y estrategias.	Detectar las acciones priorizadas y áreas de mejora.	Matriz de definición de objetivos y priorización de estrategias
	Asignación de recursos y elaboración del presupuesto.	Distribución eficiente de recursos. Estrategias sostenibles.	Matriz de Plan de Acción en RSE
	Diseño y aprobación del Plan de Acción.	Estructurar la información en conjunto. Establecer un plan financiero.	

Implementación	Captación y adaptación al cambio.	Incluir a todos los niveles. Mejorar los niveles de RS interna.	Organigrama estructural
	Desarrollo progresivo	Elegir grupos de relación directa.	Inventario de RS
	Socialización interna	Reuniones y eventos.	-
Verificación	Seguimiento y control. Evaluación.	Diseñar indicadores para evaluar los niveles de RSE.	Matriz de seguimiento y control
	Retroalimentación	Intercambio de experiencias y opiniones.	Ficha de Observación
	Informe de resultados	Toma de decisiones estratégicas.	Revista, folletos, videos, etc.
	Mejora continua	Cada empresa es un foco generador de experiencias de RS.	Foros y debates empresariales. Plan de Mejora Continua.
Comunicación	Logros obtenidos	Eventos e informes	Reportes de sustentabilidad de GRI
	Estrategia de Comunicación	Estructurar vías de interacción directa con los medios de comunicación.	Plan de comunicación
Aprendizaje	Sistematización de las lecciones aprendidas.	Perfeccionar la motivación.	Programas de motivación personal.
	Crecimiento económico sostenible.	Producción limpia.	-

Tabla 32: Resumen del tiempo de ejecución y presupuesto del plan

Fase	N° Acciones	Tiempo de Ejecución		Presupuesto
		Años	Trimestres	
Previa	4	2017	4	\$ 7.450,00
Diagnóstico	3	2017 - 2018	8	\$ 400,00
P. Estratégica	4	2017 - 2018	8	\$ 1.700,00
Implementación	1	2017 2018	2 2	\$2.000,00
Verificación	4	2017 2018	2 4	\$ 2.700,00
Comunicación	2	2017 - 2018	8	\$ 8.300,00
Aprendizaje	1	2017 - 2018	8	\$ 1.000,00
Total	19	2 años	8 trimestres	\$ 23.550,00

CONCLUSIONES

1. Gestión de Recursos Humanos (DI): 58.8% de 100 Puntos

Esta Subdimensión al parecer cobra importancia en el análisis del perfil que se está describiendo, al igual que con la actitud hacia el Estado, el tema va de la mano del cumplimiento de la Ley porque no se registró por sí, ningún programa específico que refiera un proceso de capacitación sostenida del TH, peor aún un modelo que relacione Empresa-Trabajador-Familia.

Es ante todo el temor a ser castigado o demandado por los trabajadores con respecto a temas laborales o de la seguridad social, las que mantienen las relaciones obrero-patronales en concordancia con los salarios y demás prestaciones al respecto.

2. Salud y Seguridad en el Trabajo (DI): 57.6% de 100 Puntos

Este es el tema que más preocupación conlleva a la mayoría de empresas de la CEPIR, en función de la productividad que se requiere alcanzar con un trabajador que no cause problemas por las enfermedades o deficiencias que puedan adquirir durante el trabajo. Por ello la infraestructura del IESS para apoyar aquello se encuentra en el entorno de las empresas del ex parque industrial Riobamba.

Sin embargo de ello, se encuentran casos de empresas que no dan protección a los trabajadores que directamente trabajan con materias primas como el cemento, la cal, la madera, el agua, los lubricantes, en fin... es una preocupación que no es asimilada en su conjunto pero que va tomando pista por las consecuencias que ello trae, una vez que el IESS y el Ministerio del Trabajo, está en permanente inspección de los establecimientos, para verificar que se cumpla la ley y demás regulaciones de la Seguridad y salud del trabajo.

3. Adaptación al Cambio (DI); 36.5% de 100 Puntos

En el contexto nacional se encuentran empresas que aún no han implementado ninguna política de responsabilidad social corporativa por miedo o por desinformación. Este es el caso de la mayoría de las PYMES locales analizadas, que presentan resistencias al cambio, entre otras cosas porque desconocen de que se trata el tema, están muy preocupadas por el *coste* de la RSC o simplemente no le interesa implantar el sistema de gestión, al mismo que lo confunden con cumplir con el estado, los trabajadores y la sociedad, de acuerdo a lo que dispone la Constitución y la Ley ecuatoriana.

La resistencia al cambio 36.5% del puntaje es la debilidad que más presumen las empresas locales, a la que se la puede interpretar como la reacción negativa que ejercen los individuos o los grupos que pertenecen a una organización ante la modificación de algunos parámetros del sistema organizativo el mismo que debe ser modificado o adaptado a los constantes cambios el entorno y a los avances que registran la ciencia económica y administrativa.

4. Ecología Interna (DI): 51.8% De 100 Puntos

Este es un tema cuya inquietud describe la preocupación empresarial y organizacional por las condiciones del medio ambiente y la ecología que es posible desarrollarla desde la propia empresa hacia el entorno. La importancia que las personas y la sociedad en común daban sobre las cuestiones ecológicas, han cambiado de forma radical en especial cuando se va cuestionado el rol de las grandes empresas como responsables el efecto invernadero y de la emisión de millones de toneladas del CO₂ a la atmósfera.

Esta preocupación ha ido tomando un protagonismo importante, en su totalidad, hay posturas que demuestran una mayor concientización por la calidad del medio ambiente, sin embargo lamentablemente no podemos generalizar para el caso de las empresas analizadas organizadas alrededor de la CEPIC. Podemos atrevernos a suponer que las empresas y las industrias han dado un paso esencial frente a las exigencias ambientales; han transcurrido con el tiempo a su aceptación y reconocimiento de la necesidad de una política empresarial idónea, ambiental y ecológica, como requisito único y esencial para el buen camino hacia el éxito empresarial y humano.

En realidad, menciona el reciclaje o reutilización de materiales que es realmente mínimo, el tratamiento de todo tipo de residuos que van a red de alcantarillado pública que esta desemboca en el Río Chambo. Hay empresas que aún no siembran conciencia ambiental ni en sus propios empleados peor aún en su entorno, la prueba está en la presencia que hoy tiene dicha área, pensada para favorecer al desarrollo económico local.

5. Comunidades Locales (DE): 31.8% de 100 Puntos

Fernández García entre otras cuestiones al respecto señala que, la responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, nacional e internacional. Estas contribuyen al desarrollo de las comunidades de influencia, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Así, por ejemplo, dado que la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado local, estarán interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que requieran.

Las empresas precisan de un entorno adecuado para su producción y su oferta de servicios: unas adecuadas redes de comunicación y un medioambiente limpio. Puede igualmente existir una atracción de trabajadores a la región donde éstas están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local (por ejemplo, la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores o el patrocinio de actividades deportivas o culturales) y la consiguiente acumulación de “capital social” es especialmente interesante. Sin embargo, en el caso investigado, la comunidad entendida ésta como el conjunto de relaciones económicas, sociales y ambientales con la empresa, pasa por desapercibida para las PYMES locales, salvo acciones muy coyunturales que desarrollan en la medida de las estacionalidades festivas o de alguna otra índole, que despiertan una “solidaridad” puntual pero no sostenida con los distintos actores de la comunidad, por ello alcanza una puntuación 31.8%.

6. Estado, Entidades Asociadas a Nivel Comercial, Proveedoras y Clientela (DE): 54.4% de 100 Puntos

En este grupo de stakeholders, resalta el cumplimiento con las disposiciones del Estado con respecto al desarrollo del negocio, todas las empresas están conscientes de aquello y evitan problemas en especial con el SRI, IESS y Ministerio del Trabajo, por las sanciones drásticas que el incumplimiento implica. Por tanto, las acciones consideradas en los procesos de gestión con RSE, son en su mayoría resultantes del temor a sanciones.

No así con el resto de los grupos de interés citados, cuando de manera general han transformado en una rutina la gestión al respecto y no hay el tratamiento especial, por ejemplo: la participación que los clientes deben tener en el proceso de relación con el mercado. Quizá estos argumentos abonaron para que el parque industrial como concepción de desarrollo haya perdido espacio en el propio desarrollo local, son muchas las empresas que están paradas o simplemente que se auto eliminaron del mercado, quedando infraestructuras baldías que son utilizadas para fines diferentes.

7. Desarrollo Sostenible (DE): 44.6% de 100 Puntos

El desarrollo sostenible implica dos ideas principales sobre las que existe un amplio consenso. El desarrollo tiene una dimensión económica, social y ambiental o llamada triple balance de resultado y solo será sostenible si se logra e equilibrio entre los distintos factores que influyen en la calidad de vida de los trabajadores y de la comunidad en general. La generación actual tiene la obligación, frente a las generaciones futuras de dejar suficientes recursos para que puedan disfrutar, al menos, del mismo grado de bienestar que ellos.

En síntesis, el desarrollo sostenible es la combinación de tres aspectos: crecimiento económico, el progreso y la cohesión social; y el medio ambiente; que al estar interrelacionados entre si obligan a tratarlos con un enfoque integrador y estratégico. Estos factores están ligados en las PYMES locales, que desconocen en contexto de que se trata el desarrollo sostenible y la propia RSE.

RECOMENDACIONES

1. Gestión de Recursos Humanos (DI):

El principal activo de la empresa, generador de conocimiento y resultados, no debe ser tratado solo como un dato que alude al cumplimiento de la ley, por tanto, las empresas deben desarrollar programas para mejorar la calidad de vida laboral, inserción de la familia del trabajador en el ámbito de interés de la empresa, con ello se verán elevados los nivel de productividad del recurso humano.

2. Salud y Seguridad en el Trabajo (DI):

Este tema se debe efectuar de manera asociativa para el conjunto de empresas de la CEPİR, a través de convenios con el IESS y el resto del sistema de salud pública o privada, desarrollar programas de salud y seguridad laboral, para establecer con los trabajadores y demás colaboradores una cultura empresarial al respecto, con el propósito de establecer medidas correctivas que determina la Ley al respecto.

3. Adaptación al Cambio (DI):

En la fase previa de implementación de un programa de RSE en las empresas de la CEPİR, es fundamental comenzar con procesos de inducción que permitan, sobre todo, lograr el cambio de actitud de la gerencia, accionistas, dueños y colaboradores; en función de una capacitación que abarque en conjunto: características, beneficios, ámbitos de aplicación, elaboración de proyectos internos, identificación y mapeo de stakeholderes, entre otros temas, que progresivamente deben ser parte del lenguaje común corporativo, a fin de romper con ello la visión tradicional de lo que significa hasta ahora administrar un negocio; que de paso no se involucra en la realidad, cambios y crisis del entorno.

4. Ecología Interna (DI):

Las empresas locales de acuerdo a las características que demuestran con respecto a: manejo de desechos sólidos, líquidos y gaseosos; energía, educación ambiental, reciclaje,

entre otros; deberán involucrarse en programas de reducción de la “huella de carbono” y en acciones del ambiente que conciernen a su entorno y comunidades de influencia, para evitar reacciones negativas hacia los grupos de interés y la paz ciudadana al respecto.

5. Comunidades Locales (DE):

Las empresas locales para lograr una mejor interacción con las comunidades, deberán a medida de sus posibilidades, desarrollar programas relacionados al giro del negocio, que incentiven la generación de empleo, apoyo a iniciativas comunitarias como: dotación de materia prima, insumos entre otros, a través de microempresas organizadas con grupos vulnerables; a fin de mantener buenas relaciones con las comunidades locales aledañas que en su momento ejercerán presión por los problemas que puedan generar.

6. Estado, Entidades Asociadas a Nivel Comercial, Proveedoras y Clientela (DE)

Las empresas de la CEPIR deben asumir que el tratamiento con estos grupos de interés, deben superar el estricto cumplimiento a la Ley que condicionan su participación en el mercado. Por tanto, la relación con el Estado debe eludir las barreras legales con las empresas asociadas, involucrarse en la proyección de negocios que implican el desarrollo del proceso de negociación con proveedores, entidades relacionadas con las empresas y sobre todo con los clientes, sin los cuales el negocio se paralizaría. Al respecto es importante efectuar la identificación y mapeo de sus stakeholders, a fin de potenciar la interacción adecuada en función de su importancia e intereses.

7. Desarrollo Sostenible (DE):

Cuando las empresas no entienden la importancia de ser socialmente responsables, es complicado que entiendan que su aporte al desarrollo sostenible del territorio es nulo. Por tanto esta realidad debe tratarse mediante procesos de capacitación, pasantías y vinculación desde la CEPIR a organismos como: la Corporación para el Desarrollo Sostenible (CODESO), Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEMDES), Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social Empresarial (CERES), entre otras; sobre todo con la academia, para que logre información permanente que le encamine a efectuar buenas acciones empresariales, esto debe ser parte de su programa de RSE.

BIBLIOGRAFÍA

- Benabides. J., et al. (2012). Glosario sobre Responsabilidad Social para la Investigación y el Debate Terminológico. Madrid: Une: Imprenta Kadmos, S.C.I.
- Quiñónez, E. (2012). Responsabilidad Ambiental Empresarial. Bogotá: Ediciones de la U.
- Raufflet, E., et al. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México: Pearson Educación.
- Arismendi, E. (2013). Tipos y Diseño de la investigación. Recuperado de Blogs arismendi: <http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com>
- Bandeira, M. L., et al. (2013). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Recuperado de Fundación CODESPA-CERES: <http://www.codespa.org>
- Barba, D. (2015). Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba. Recuperado de Revista Ciencia UNEMI: ciencia_unemi@unemi.edu.ec
- Business World Cía. Ltda. (2011). Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Recuperado de <http://www.negocioseinversionecuador.com>.
- Cicutta, L. (2012). Origen y evolución del concepto sobre Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de <https://prezi.com/nnh5ygvn8wv4/origen-y-evolucion-del-concepto-sobre-responsabilidad-social-empresarial/#>
- Diario el Mercurio. (2014). La Responsabilidad Social genera utilidad a empresas. Recuperado de Anuario Corresponsable Ecuador: <http://www.elmercurio.com.ec>
- Duque, Y. V., et al. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Recuperado de Revista Cuadernos de Administración: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Expok News. (2008). Responsabilidad Social: definición y clasificación. Recuperado de <http://www.expoknews.com/responsabilidad-social-definicion-y-clasificacion/>
- Fernández, V., et al. (2010). Percepciones del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado de Revista Académica hologramatica www.unlz.edu.ar
- Galarza, I. M. (2014). Propuesta de un Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Pymes en elementos de la Norma ISO26000. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec>
- Garriga, E., et al. (2011). Mapa de Teorías de la RSE. Recuperado de <http://www.comunicarseweb.com.ar/biblioteca/mapa-de-teorias-de-la-rse>

- González, G. (2011). La Responsabilidad Social: Definiciones y Alcances (I). Recuperado de Fundación BOD: <https://accionsocialbod.wordpress.com>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. Recuperado de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>. INEC.
- Kowszyk, Y. et al. (2011). El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. Recuperado de Red Forum Empresarial: <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/12/estado-rse-2011-libro.pdf>
- Maza, A. R. (2013). Evolución de la responsabilidad social en el mundo y en Latinoamérica. Recuperado de <http://blogs.peru21.pe>
- Medina, M. C., et al. (2012). Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Recuperado de http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbienta/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf
- Osorio, B. F., et al. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial: una mirada desde el Cooperativismo. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/259>
- Peralta, M. (2012). El Paternalismo en la Administración Empresas Familiares. Recuperado de <http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/984-empowerment-cuando-el-empresario-trabaja-para-sus-subordinados>
- Ruiz, J. L. (2013). Diseño de Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en Pyme. Recuperado de <http://docplayer.es/9017896-Diseno-de-modelo-de-responsabilidad-social-empresarial-en-pyme-constructora-araucana-jose-luis-ruiz-barrios.html>
- Servicios de Rentas Internas. (2013). Publicaciones tributarias. Recuperado de www.sri.gob.ec/web/10138/32@public. SRI.
- Torres, J. M. (2014). El rol del Estado en la Responsabilidad Social. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/241.pdf>
- Zuñiga, A. D. (2014). Responsabilidad Social y la Percepción del Consumidor desde la Dimensión Económica y Filantrópica. Recuperado de Universidad Autónoma de Querétaro: <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/2382/1/RI001917.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Formato de Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTADA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS CONVENIO FADE-ASOCIACION DE EMPRESARIOS DEL PARQUE INDUSTRIAL RIOBAMBA		
DATOS DE LA EMPRESA		
RAZÓN SOCIAL:	Cocac Asción y Desarrollo Ltda	
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:	Intermediación Financiera	
NOMBRE DEL GERENTE: M (X) F ()	Alfred Chacón Tizán	
EDAD (AÑOS):	20 A 30 (); 31 A 40 (X); 40 A 50 (); +50 () 34	
AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA GERENCIA:	<1 A 3 (); 4 A 6 (); 7 A 9 (X); 10 A 13 (); 13 A 16 (); +16 () 7	
PROFESIÓN GERENTE:	Ingeniería Contabilidad y Actuarial	
UNIVERSIDAD:	UNACH	
POST GRADO:	Dirección de Empresas	
UNIVERSIDAD:	ESPOCH	
FECHA DE LA ENCUESTA:	08-09-2016	
1. ¿La empresa toma en cuenta los impactos que tiene en la sociedad y en el medio ambiente al momento de tomar decisiones de negocio?	SI	NO
	X	
2. ¿La empresa ha hecho un inventario de sus grupos de interés con los cuales trabaja?	SI	NO
	X	
3. ¿La empresa ofrece productos o servicios que contribuyen al desarrollo social de la comunidad y la protección del medio ambiente?		
SI, contamos con una Fundación o programas de apoyo de largo plazo a proyectos sociales y ambientales.		
Apoyamos proyectos, pero no de manera constante.		X
No.		
4. ¿La empresa monitorea a través de mecanismos formales que sus proveedores no violen derechos humanos (en especial laborales)?		
SI, realizamos auditorias con nuestros proveedores.		
No, pero nuestros proveedores firman una cláusula de respeto a los derechos humanos.		
No.		X
5. ¿Tu empresa cuenta con políticas formales para promover un equilibrio entre la vida personal y vida laboral de sus empleados? (Por ejemplo, posibilidad de trabajar desde casa para madres solteras en caso de que se enferme su hijo, horarios de trabajo flexibles, etc.)		
SI, es uno de los principales objetivos de nuestras políticas en materia de recursos humanos.		X
Ofrecemos cierto grado de flexibilidad, pero no hay políticas formales.		
No.		
6. ¿Tu empresa cuenta con un mecanismo de denuncia para casos de corrupción?	SI	NO
	X	
7. ¿Tu empresa implementa medidas para reducir su impacto negativo en el medio ambiente?		
SI, contamos con un sistema de gestión ambiental (por ejemplo, ISO 14000, licencia ambiental).		
SI, tomamos medidas, aunque no contamos con un sistema de gestión ambiental.		X
No.		
8. ¿Tu empresa publica o informa sobre sus acciones a la comunidad?		
A través de que medio publica:	SI, cada año	
Página Web	SI, pero no cada año	X
	No.	
9. ¿Tu empresa ofrece productos o servicios que contribuyen al desarrollo social de la comunidad y la protección del medio ambiente?		
SI, es el principal objetivo de nuestros productos y servicios.		X
SI, tenemos algunos productos o servicios sustentables.		
No.		
10. ¿Su empresa cuenta con un inventario de riesgos de salud e higiene en las plantas y oficinas?		
SI, y se han tomado medidas al respecto.		
SI, pero no se han tomado las medidas correctivas necesarias.		X
No.		
11. ¿Cuenta con un plan de capacitación personalizado para sus empleados?		
SI, para todos nuestros empleados.		X
SI, pero no se han tomado las medidas correctivas necesarias.		
No.		
12. ¿Cuenta con políticas para evitar la discriminación de género, racial, étnica, religiosa, etc.?		
SI.		X
No Tenemos políticas, pero no hay mecanismos de denuncia.		
No.		
13. ¿Cuenta con mecanismos de control para erradicar el empleo infantil?		
SI.		
SI contamos con políticas pero no con mecanismos de control formales.		X
No.		
14. ¿Cumplen sus productos con la legislación vigente sobre seguridad e higiene?		
SI.		
No aplica a mi empresa.		X
No.		
15. ¿Incluye su producto un manual sobre su uso adecuado y seguro?		
SI.		
No aplica a mi empresa.		X
No.		
16. ¿La empresa estuvo alguna o algunas veces en la lista blanca del SRI?	SI	NO
	X	
17. ¿Tiene procedimientos para reducir el consumo de energía en sus oficinas?		
SI, tenemos procedimientos obligatorios para reducir el consumo de energía.		
No, pero recomendamos a los empleados implementar un número de medidas voluntarias.		
No, no hacemos nada al respecto.		X
18. ¿Cuida su empresa que su cabildeo con instituciones gubernamentales sea ético (a través de procedimientos y mecanismos de control)?		
SI, el cabildeo está regulado y cada donativo político se tiene que autorizar y documentar.		X
No, pero recomendamos a los empleados implementar un número de medidas voluntarias.		
No, no hacemos nada al respecto.		
19. ¿Sus empleados tienen la libertad de organizarse para cuidar de manera formal para luchar por sus legítimos intereses y eso está garantizado por la empresa mediante un escrito?		
SI, está formalmente garantizada.		
No está escrito, pero si tienen esta libertad.		
No, no permitimos que se organicen.		X
20. ¿Cuenta con políticas y procedimientos para promover la participación laboral de minorías en su organización (por ejemplo mujeres abandonadas, personas con capacidades especiales, etc.)?		
SI, promovemos de manera activa la participación de estos grupos vulnerables en la organización mediante políticas y procedimientos especiales.		X
No.		



Firma de Responsabilidad

Anexo 2: Formato de Diagnóstico Empresas

DIAGNÓSTICO DE LAS ACCIONES RELACIONADAS CON LA RSE																							
CORPORACIÓN DE EMPRESARIOS DEL PARQUE INDUSTRIAL RIOBAMBA 2016																							
BLOQUE 1: SECTOR PRODUCCIÓN																							
CIU 4.0																							
C2394 FABRICACIÓN DE CEMENTO, CAL Y YESO.																							
C2395 FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE HORMIGÓN, DE CEMENTO Y YESO																							
Pregunta 1 ¿La empresa toma en cuenta los impactos que tiene en la sociedad y en el medio ambiente al momento de tomar decisiones de negocio?																							
si-5	5	5	5	5	5	5																	5
no-0																							0
																							5,00
Pregunta 2 ¿La empresa ha hecho un inventario de sus grupos de interés?																							
si-5			5		5	5																	2,5
no-0	0	0		0																			0
																							2,50
pregunta 3 ¿La empresa ofrece productos o servicios que contribuyen al desarrollo social de la comunidad y la protección del medio ambiente?																							
Si. Contamos con una Fundación o programas de apoyo de largo plazo a proyectos sociales y ambientales.-5					5																		0,83
Apoyamos proyectos, pero no de manera constante.-3	3		3	3																			1,50
NO -0		0				0																	0,00
																							2,33
pregunta 4 ¿La empresa monitorea a través de mecanismos formales que sus proveedores no violen derechos humanos (en especial laborales)?																							
Si, realizamos auditorias con nuestras proveedores -5																							0
No, pero nuestros proveedores firman una cláusula de respeto a los derechos humanos-3			3																				0,5
NO -0	0	0		0	0	0																	0
																							0,50
pregunta 5 ¿Tu empresa cuenta con políticas formales para promover un equilibrio entre la vida personal y vida laboral de sus empleados? (Por ejemplo, posibilidad de trabajar desde casa para madres solteras en caso de que se enferme su hijo, horarios de trabajo flexibles, etc.)																							
Si, es uno de los principales objetivos de nuestras políticas en materia de recursos humanos.-5		5																					0,83
Ofrecemos cierto grado de flexibilidad, pero no hay políticas formales			3	3		3																	1,50
NO.	0				0																		0,00
																							2,33

Anexo 3: Observaciones del libro de campo

De acuerdo a resultados del Diagnóstico se evidenció que las empresas que laboran en el Parque Industrial Riobamba presentan una puntuación media del puntaje ideal, el cual indica que las empresas están implementando algunas acciones de RS, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos, estas empresas se centran en cumplir con lo que les obliga la ley, solo dos casos presentaron un buen nivel de Responsabilidad social. Por tanto, a efecto de lo expuesto presentamos varias observaciones mismas que dificultan una adecuada inserción de la RSE en sus sistemas de gestión.

Lista de Observaciones:

- ✓ Los colaboradores realizan sus actividades en la empresa a cambio de una retribución económica pero mucho de ellos no cuentan con los beneficios determinados por la ley y para su adecuado desarrollo integral dentro de los aspectos de capacitaciones, convivencias familiares y facilidades de trabajo.
- ✓ No cuentan con sistemas de gestión ambiental implementados, donde se puedan evaluar las fallas y emitir correcciones, vale recalcar que la mayoría de empresas pertenecen al grupo de las pymes, por tal razón realizan sus operaciones económicas de forma empírica.
- ✓ En cuando al sector competitivo y empresas de similares líneas productivas, no cuentan con alianzas estratégicas que le permitan generar ventajas competitivas en el sector, tomando como referencia sus igualdades y desarrollando métodos de inserción en el mercado.
- ✓ La actividad económica, social y laboral se ha visto afectada por intereses públicos y políticos tras varias generaciones, dando cabida a la creación de dificultades que disminuyeron el número de empresas en el sector.
- ✓ La falta de políticas coherentes de las administraciones municipales ha determinado que la actividad industrial, que debería haberse concentrado en el parque, se haya diseminado por algunos sectores de la periferia urbana.
- ✓ Dentro de toda la vida y trayectoria del parque industrial no se han dado facilidades para el desarrollo de sus actividades, tanto así que existen exagerados controles a las empresas y el pago de ciertos rubros es más elevado de lo normal.

Anexo 4: Resultado del Diagnóstico Empresas Externas

Al igual que en las empresas pertenecientes a la CEPiR; presentamos el procesamiento de datos, con el resultado de la información general y los puntajes alcanzados en las empresas externas, la muestra fue seleccionada aleatoriamente de la Base de Datos del Ministerio del Trabajo y de la Superintendencia de Economía Solidaria, obteniendo de éstas un total de 86 empresas: 33 desarrollan actividades de comercialización y 53 ejecutan actividades de prestación de servicios financieros, el propósito de este estudio es tener una visión más amplia sobre el nivel de percepción con acciones relacionadas a la RSE en empresas del área local.

En resumen, la muestra de las empresas externas se clasifica así:

Tabla 33: Resumen caracterización de la muestra empresas externas

Sector	Total empresas	%
Comercio	33	38
Servicios Financieros	53	62
Total	86	100%

Fuente: Estudio de campo

a. Datos generales de las Empresas Externas

Resultado Diagnóstico de Género

De acuerdo a los resultados pertenecientes al tema; el género masculino predomina en ambos sectores con una valoración del 35% en comercio, y el 65% respecto a servicios. Por otro lado, tenemos el género femenino que presenta igual puntaje en los dos sectores con un 50%; dando un total de la muestra del 78% representado por hombres y el 22% de mujeres; porcentaje que es igual al obtenido en las empresas de la CEPiR.

Tabla 34: Género gerentes de las empresas externas

SECTOR	GÉNERO					
	Masculino	% Sector	% E.E.	Femenino	% Sector	% E.E.
Comercio	23	35	27	10	50	11
Servicios	43	65	51	10	50	11
Total E.E.	66	100%	78%	20	100%	22%

Fuente: Estudio de campo

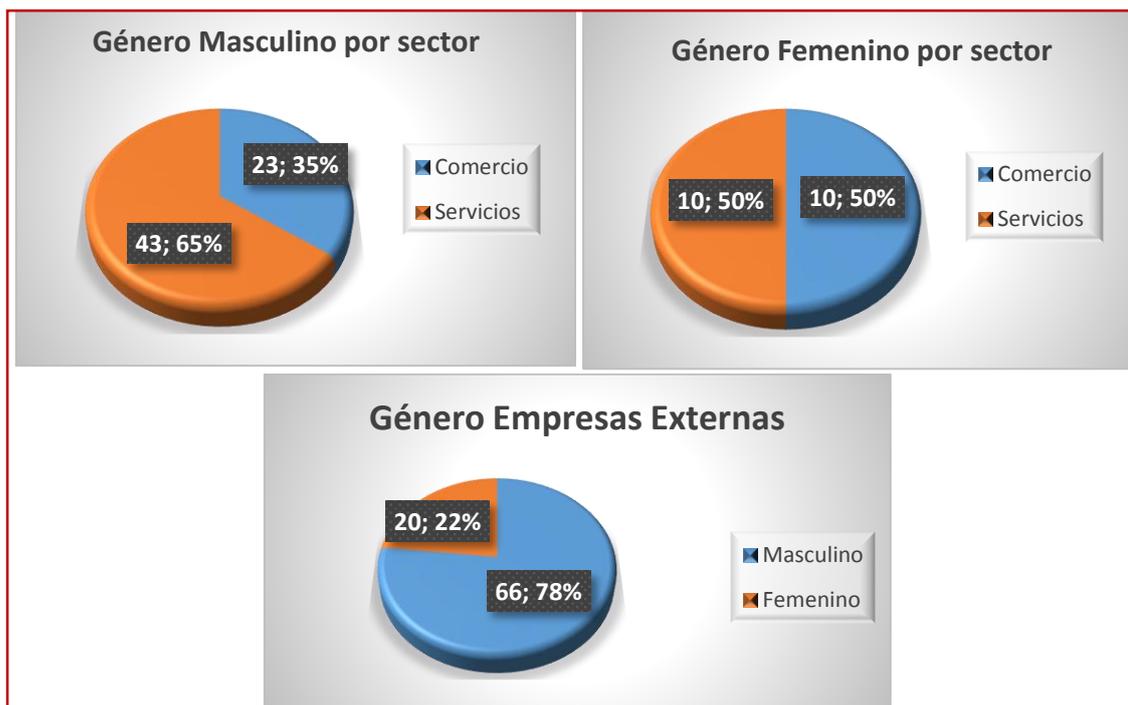


Gráfico 26: Género gerentes de las empresas externas

Resultado Diagnóstico de las Edades

A diferencia de los empresarios de la CEPiR, los gerentes de las empresas externas constituyen una población considerablemente joven, debido en gran parte por los años de existencia de las empresas y por la actividad que desarrollan; teniendo, dentro del rango de edad entre los 26 – 40 años que representa el 51% del total de la muestra, seguido de aquellos que tienen entre 41 – 50 años con el 27%, por último el 22% restante se encuentra formado por gerentes de edad alta comprendida entre los 51 – 80 años.

Tabla 35: Edad promedio gerentes de las empresas externas

Edad	Comercio	Servicios	Total	%
26 a 40	14	30	44	51
41 a 50	9	14	23	27
51 a 60	9	4	13	15
61 a 80	1	5	6	7
	33	53	86	100%

Fuente: Estudio de campo

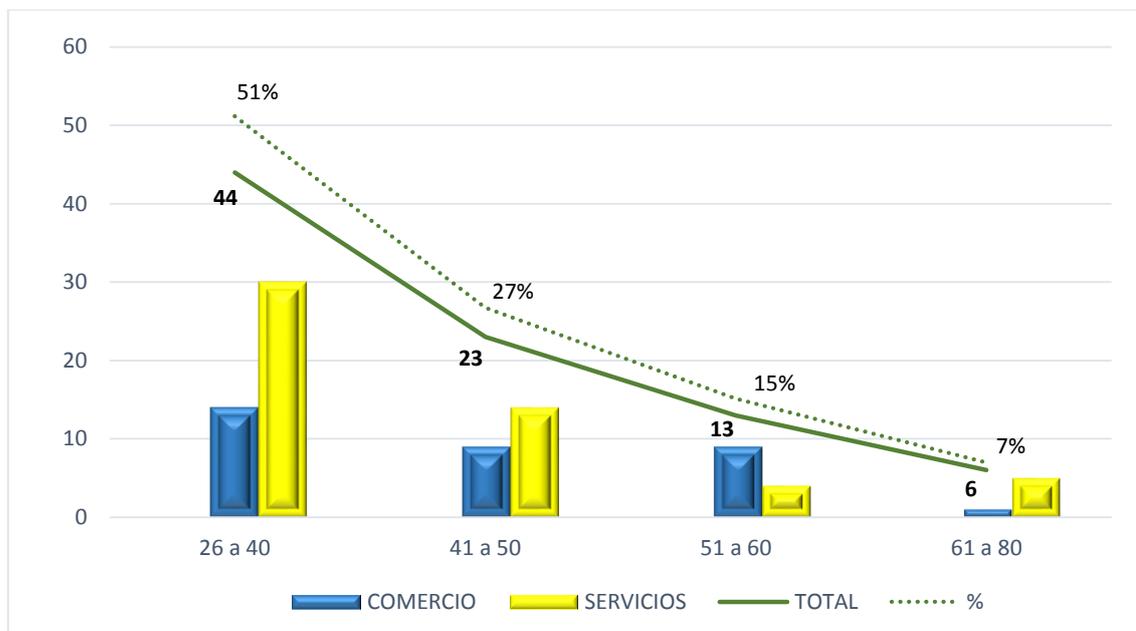


Gráfico 27: Edad promedio gerentes de las empresas externas

Resultado Diagnóstico de las Profesiones

Dentro de los resultados obtenidos al respecto, se determina que la mayoría de empresarios tienen una formación profesional de tercer nivel, sin considerar la falta de especificación con un 28%, siendo predominante las carreras de ingeniería de empresas y contabilidad y auditoría con un 20% y 18% respectivamente, seguido por ingeniería comercial con un 10%, después tenemos licenciatura en CC.EE. con el 7%, de igual forma se alude a ingeniería agrónoma con una ponderación de 5%, por último detallamos el 1, 2, y 3% concerniente a otras profesiones. Esto certifica la confiabilidad de la información adquirida ya que los administradores o empresarios a través de su formación están en capacidad de distinguir como está la relación de las acciones de las empresas con respecto a la RSE.

Además, según los datos obtenidos en los dos análisis (CEPIR y exterior), se deduce que la mayoría de gerentes son profesionales de la Facultad de Administración de Empresas y sobre todo nuestra prestigiosa escuela; esto nos da la certeza de que estamos generando un buen perfil para cubrir la plazas de trabajo existentes, pero sobre todo crear nuevos emprendimientos para aportar significativamente al desarrollo la ciudad y el país.

Tabla 36: Profesiones gerentes de las empresas externas

N°	PROFESIONES	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL E.E	%
1	Ing. Agrónomo	3	1	4	5
2	Ing. Banca y Finanzas		3	3	3
3	Ing. Comercial	2	6	8	10
4	Ing. Comercio Exterior		1	1	1
5	Ing. Contabilidad y Auditoría	2	13	15	18
6	Ing. de Empresas	6	11	17	20
7	Ing. Industrial		1	1	1
8	Ing. Marketing		1	1	1
9	Ing. Mecánico	1		1	1
10	Ing. Sistemas	2		2	2
11	Ing. Químico	1		1	1
12	Licenciado en CC.EE	3	3	6	7
13	Ninguno	13	11	24	28
14	Tecnólogo		2	2	2
		33	53	86	100%

Fuente: Estudio de campo

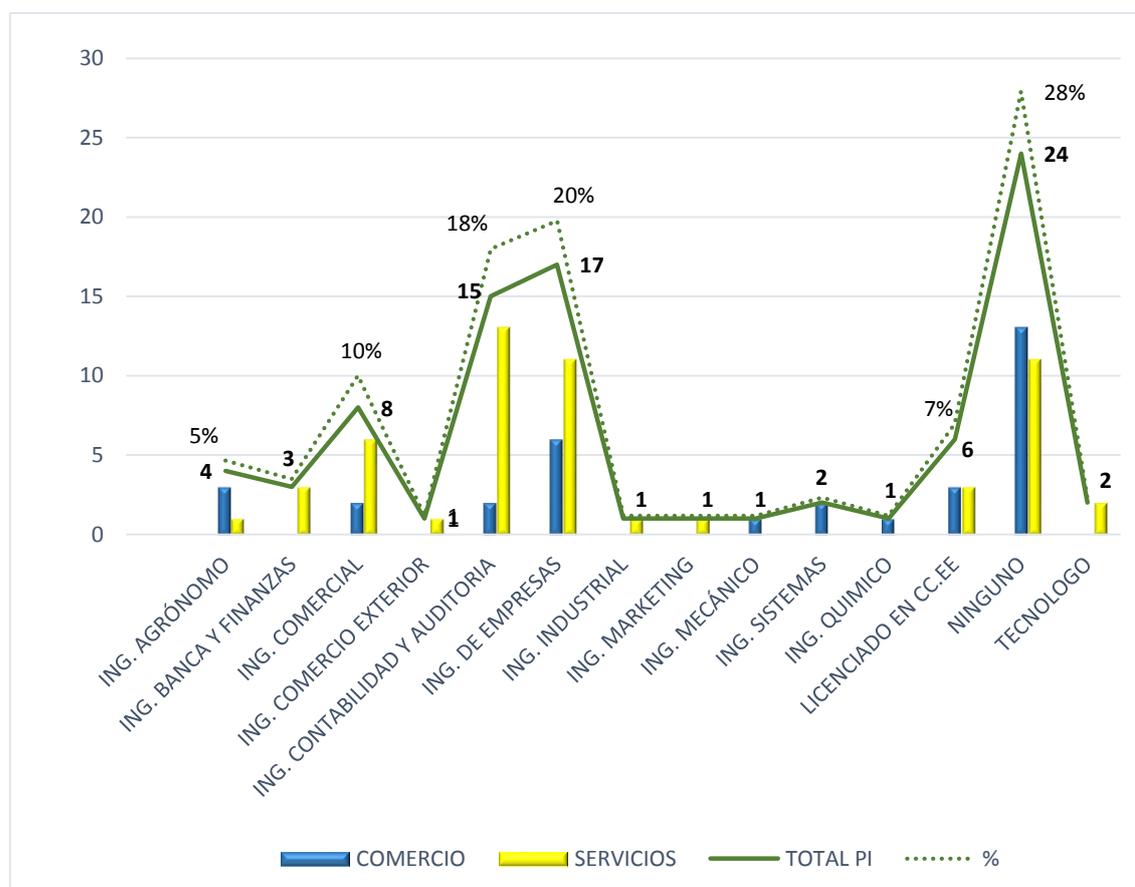


Gráfico 28: Profesiones gerentes de las empresas externas

Resultado Diagnóstico de los Años de Experiencia

Contrario a lo que se obtuvo en el sector del parque industrial; en las empresas externas en su mayoría, los gerentes han logrado entre 1 – 10 años de experiencia durante su papel dentro de la gerencia lo que representa el 63%, esto connota que la mayoría de empresas están dirigidas por profesionales jóvenes en el área lo que puede ser una ventaja y desventaja a la vez debido al grado de percepción que puedan tener, seguido por aquellos gerentes que han obtenido entre 11 – 20 años de práctica y establecen el 31%; por ultimo tenemos a aquellos que presentan entre 21 – 40 años de experiencia en la actividad que desempeña y representa el 6%. En comparación a las empresas de la CEPPIR, estas organizaciones alcanzan como máximo hasta 40 años de dominio en el área, mientras que las pymes del PIR han logrado hasta 70 años.

Tabla 37: Años de experiencia gerentes de las empresas externas

Años de experiencia	Comercio	Servicios	Total	%
1 - 10	16	38	54	63
11 - 20	13	14	27	31
21 - 40	4	1	5	6
	33	53	86	100%

Fuente: Estudio de campo

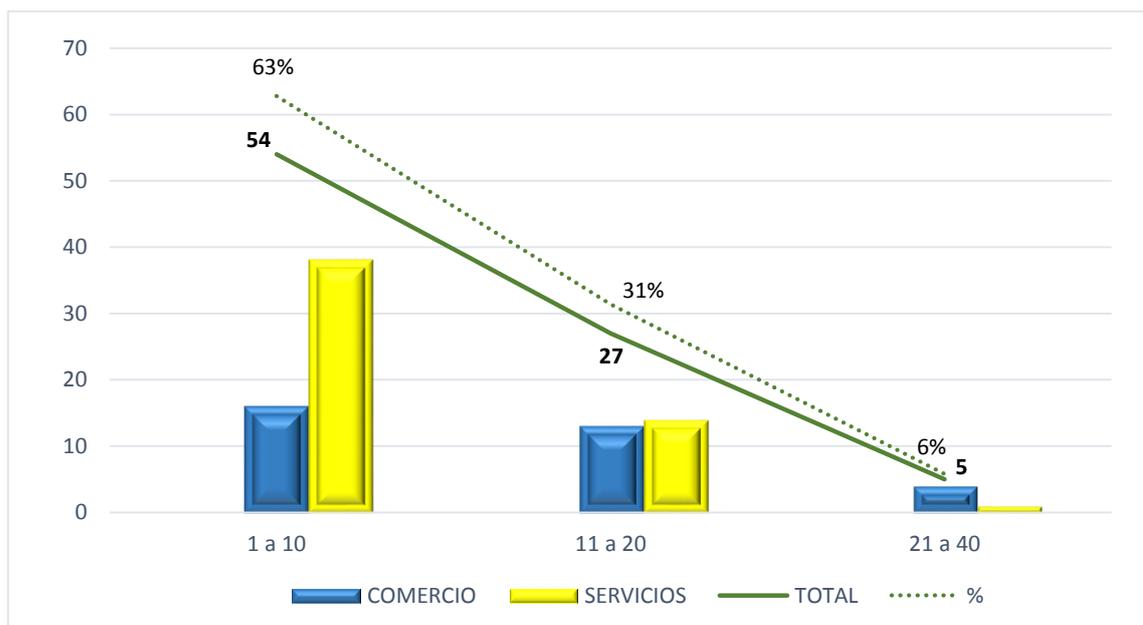


Gráfico 29: Años de experiencia gerentes de las empresas externas

b. Percepción de la RSE en las Empresas Externas – Sector Comercio

Tabla 38: Resultados “EE” – Sector Comercio

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	37,0	60	23,0	38,3	61,7	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	14,7	25	10,3	41,2	58,8	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	12,3	15	2,7	18,0	82,0	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	3,8	10	6,2	61,8	38,2	100
Ecología interna	7,17,	2	10	6,2	10	3,8	37,9	62,1	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	23,4	40	16,6	41,6	58,4	100
Comunidades locales	8,13	2	10	4,1	10	5,9	59,4	40,6	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	11,0	15	4,0	26,9	73,1	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	8,3	15	6,7	44,4	55,6	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	60,4	100	39,6	41,4	58,6	100

Tabla 39: Puntaje alcanzado /100 “EE” – Sector Comercio

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad Social muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	60,4
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

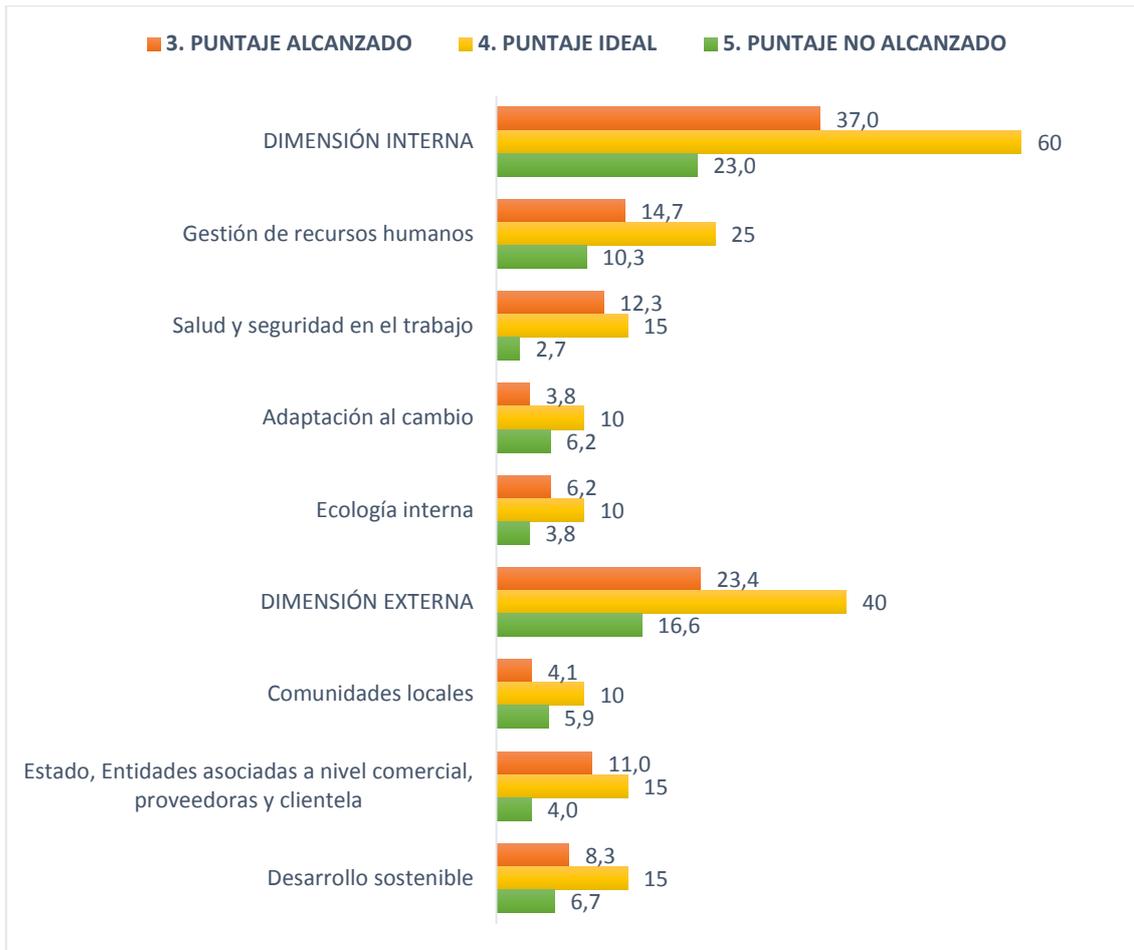


Gráfico 30: Percepción de la RSE “EE” – Sector Comercio

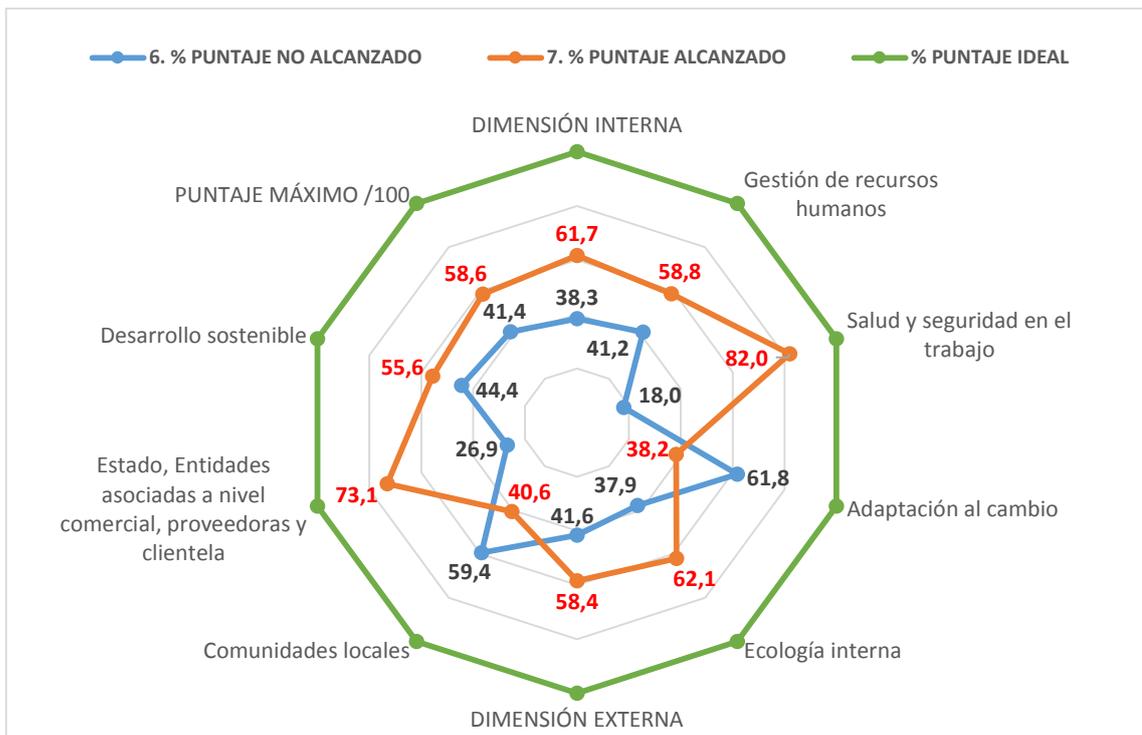


Gráfico 31: Perfil de la RSE “EE” – Sector Comercio

Análisis e interpretación:

Como se puede observar presentamos el puntaje obtenido en términos porcentuales de cada dimensión y subdimensión correspondientes a un grupo de empresas que no forman parte del Parque Industrial y que se encuentran en el sector Comercio; estas empresas en la Dimensión Interna alcanzaron el 62.1%, varias subdimensiones no alcanzaron el puntaje ideal, como es el caso de la Adaptación al Cambio que tiene 38.2%. Por otro lado, tenemos la Dimensión Externa en donde se muestra un 58.4% del puntaje, el cual indica que las empresas presentan buen interés en ejecutar acciones responsables en su entorno. Es importante destacar que las empresas presentan más preocupación en la dimensión interna en cuanto a Salud, Seguridad en el trabajo y a Ecología Interna con un 82% y 62.1% respectivamente; por ende, estas organizaciones toman mayor importancia al cumplimiento de las leyes del gobierno que regulan dichas acciones.

c. Percepción de la RSE en las Empresas Externas – Sector Servicios Financieros

Tabla 40: Resultados “EE” – Sector Servicios Financieros

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMESIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	40,8	60	19,2	31,9	68,1	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	19,3	25	5,7	22,9	77,1	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	9,1	15	5,9	39,4	60,6	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	6,1	10	3,9	39,2	60,8	100
Ecología interna	7,17,	2	10	6,4	10	3,6	35,8	64,2	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	25,4	40	14,6	36,5	63,5	100
Comunidades locales	8,13	2	10	5,8	10	4,2	41,7	58,3	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	10,7	15	4,3	28,7	71,3	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	8,9	15	6,1	40,9	59,1	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	66,2	100	33,8	35,5	64,5	100

Tabla 41: Puntaje alcanzado /100 “EE” – Sector Servicios Financieros

1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad Social muy bajo.	
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.	
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	66,2
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.	
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE	

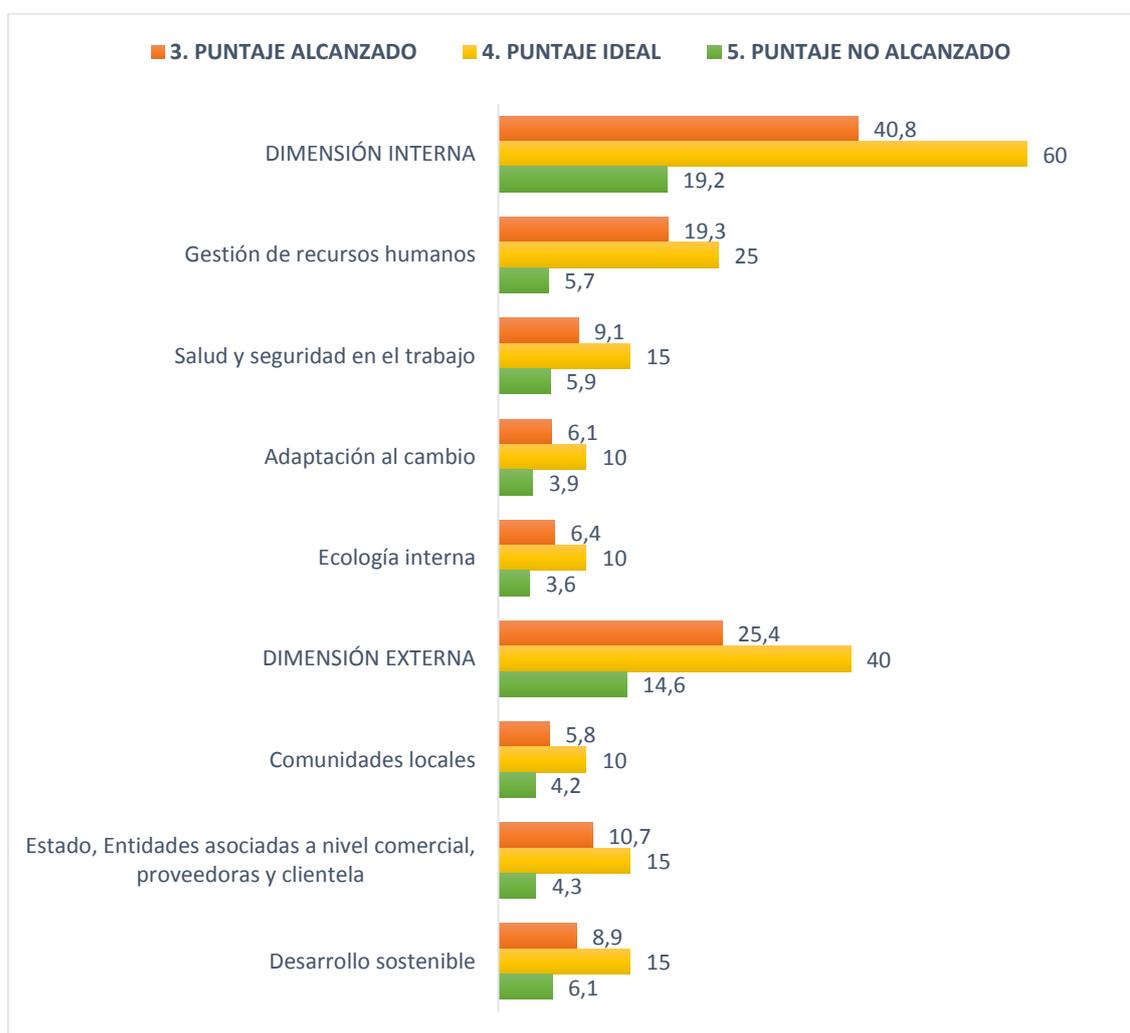


Gráfico 32: Percepción de la RSE “EE” – Sector Servicios Financieros



Gráfico 33: Perfil de la RSE “EE” – Sector Servicios Financieros

Análisis e interpretación:

Como se puede observar presentamos el puntaje obtenido en términos porcentuales de cada dimensión y subdimensión correspondientes al otro grupo de empresas que no forman parte del Parque Industrial y que se encuentran en el sector Servicios, éstas prestan servicios financieros nos referimos a las Cooperativas de Ahorro y Crédito e Instituciones Bancarias; estas organizaciones en la Dimensión Interna alcanzaron el 68.1%, las subdimensiones que la contienen mantienen una puntuación porcentual que oscila entre el 60% hasta el 77% mismo que indica que se están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social. Por otro lado, tenemos la Dimensión Externa en donde se muestra un 63.5% del puntaje, a diferencia de la dimensión interna la puntuación varía en cada subdimensión, es importante mencionar que estas empresas por el tipo de actividad que desarrollan se preocupan por salvaguardar su imagen y generar beneficios sociales.

Tabla 42: Resumen del puntaje total de las Empresas Externas

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	N° DE PREGUNTAS Y % DE CADA SUBDIMENSIÓN			VALORACIÓN, DIFERENCIAS y % ALCANZADOS					
	N° DE PREGUNTAS ENCUESTA	1. No.	2. % PREGUNTAS/ DIMENSIÓN	3. PUNTAJE ALCANZADO	4. PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	5. PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO Diferencia 4-3	6. % DE LO QUE NO SE ALCANZO (5 con respecto a 4)	7. % PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM (3 con respecto a 4)	TOTAL 6+7
DIMENSIÓN INTERNA		12	60	38,9	60	21,1	35,1	64,9	100
Gestión de recursos humanos	5,11,12, 19, 20	5	25	17,0	25	8,0	32,1	67,9	100
Salud y seguridad en el trabajo	10,14,15,	3	15	10,7	15	4,3	28,7	71,3	100
Adaptación al cambio	6,18,	2	10	4,9	10	5,1	50,5	49,5	100
Ecología interna	7,17,	2	10	6,3	10	3,7	36,9	63,1	100
DIMENSIÓN EXTERNA		8	40	24,4	40	15,6	39,0	61,0	100
Comunidades locales	8,13	2	10	5,0	10	5,0	50,3	49,7	100
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	2,9,16	3	15	10,8	15	4,2	27,7	72,3	100
Desarrollo sostenible	1,3,4	3	15	8,6	15	6,4	42,8	57,2	100
PUNTAJE MÁXIMO /100		20	100	63,3	100	36,7	38,4	61,6	100

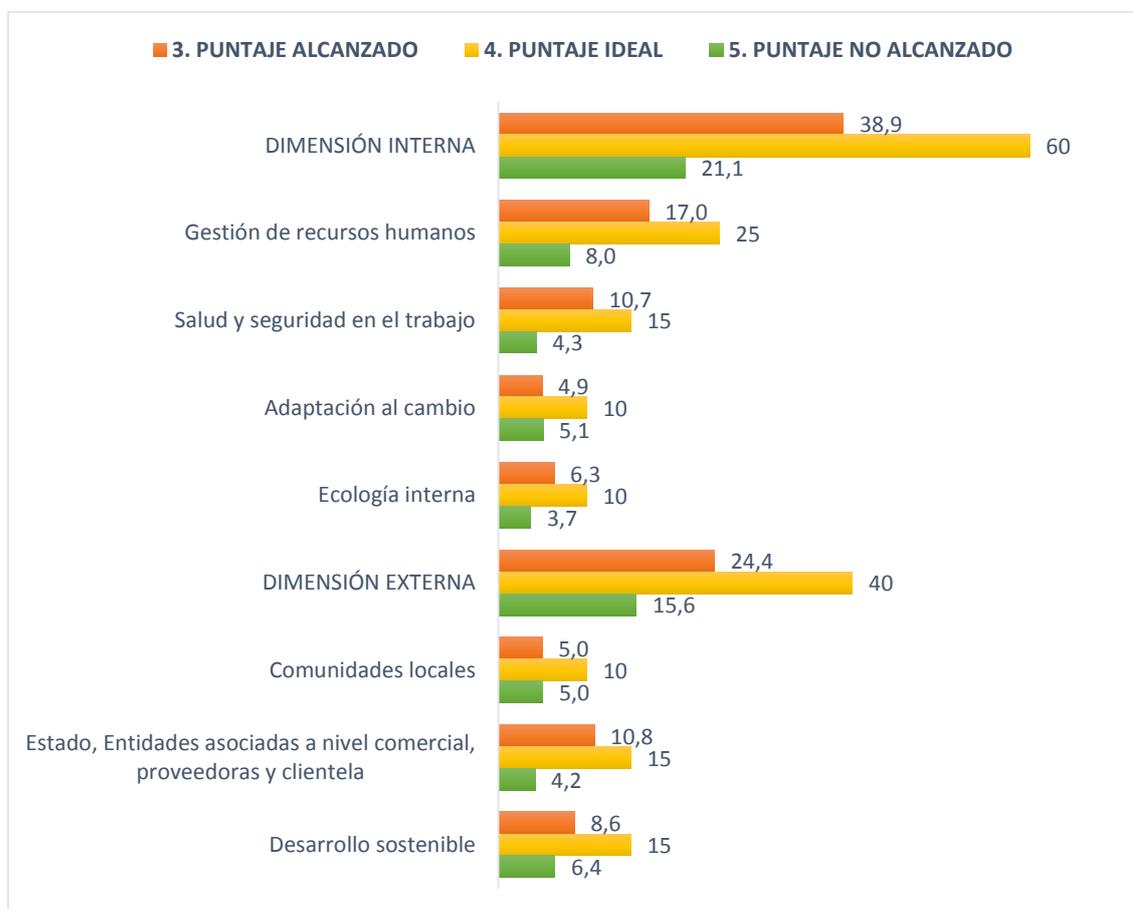


Gráfico 34: Percepción de la RSE en las Empresas Externas

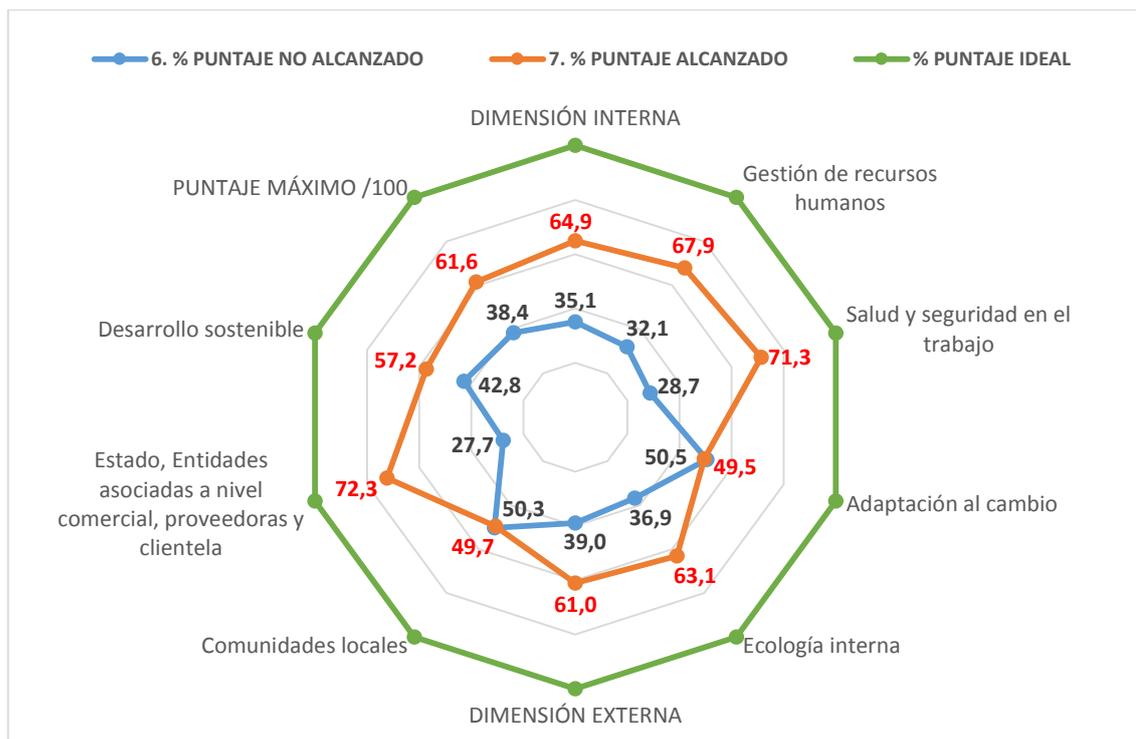


Gráfico 35: Perfil de la RSE en las Empresas Externas

Tabla 43: Resumen puntaje total alcanzado /100 por sector de las Empresas Externas

Sector	CIU	Actividad	Promedio de puntos alcanzados	Resultado
COMERCIO	G4530.0	Venta de Partes, Piezas y Accesorios para Vehículos Automotores.	45,8	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	G4520.0	Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores.	69,0	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	G4773.2	Venta al por Menor de Flores, Plantas, Semillas, Fertilizantes, Mascotas y Alimento para Mascotas en Comercios Especializados.	63,8	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.

	G4653.0	Venta al por Mayor de Maquinaria, Equipo y Materiales Agropecuarios.	56,0	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	G4651.0	Venta al por Mayor de Computadoras, Equipo y Programas Informáticos.	58,3	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	G4663.1	Venta al por Mayor de Madera, Materiales de Construcción.	76,5	Buen Nivel de Responsabilidad Social.
	G4663.2	Venta al por Mayor de Artículos de Ferreterías.	36,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	G4630	Venta al por Mayor de Alimentos, Bebidas y Tabaco.	63,0	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	G4669.2	Venta al por Mayor de Productos Semielaborados.	40,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
	G4649.1	Venta al por Mayor de Aparatos Electrodomésticos, Muebles, Colchones, Alfombras y Aparatos de Iluminación para el Hogar.	65,2	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
	G4659	Venta al por Mayor de Otros Tipos de Maquinaria y Equipo.	49,0	Nivel de Responsabilidad Social bajo.
Total Promedio			56,6	
SERVICIOS	K6419.01	Actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fondos.	52,0	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.

	K6419.03	Actividades de concesión de crédito para compra de vivienda de instituciones especializadas que reciben depósitos (mutualistas).	87,0	Buen Nivel de Responsabilidad Social
	K6492.01	Actividades de otorgamiento de crédito de instituciones dedicadas a la intermediación monetaria en las que el crédito puede adoptar diferentes formas como: préstamos, hipotecas, tarjetas de crédito, etc.	66,4	Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesitan formalizarlas en políticas y procedimientos.
Total Promedio			68,5	

En la tabla 43, se exponen los resultados de las puntuaciones promedio obtenidas por los grupos de actividades de acuerdo al número de empresas que desarrollan la misma actividad, en general, 8 grupos de actividades presentan un nivel de Responsabilidad Social satisfactorio, las puntuaciones obtenidas indican que se están implementando algunas acciones pero estas necesitan ser formalizadas en el sistema de gestión de las empresas, en el ámbito individual existen dos casos en el que se presenta un buen nivel de Responsabilidad Social, hacemos referencia a las empresas que realizan las actividades de: Venta al por mayor de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico 98p y; Actividades de concesión de crédito para compra de vivienda de instituciones especializadas que reciben depósitos (mutualistas) con 87p. Por otro lado, tenemos cuatro grupos de actividades que presentan un Nivel de Responsabilidad Baja, en general son empresas que realizan actividades de: Venta al por mayor de artículos de Ferreterías con 36p; Venta al por mayor de productos Semielaborados con 40p; Venta de partes, piezas y accesorios para Vehículos Automotores con 46p y Venta al por mayor de otros tipos de Maquinaria y Equipo con 49p.

Anexo 5: Comparación de las acciones en RSE entre las empresas de la CEPİR y las externas

Tabla 44: Resultados Diagnóstico entre las empresas de la CEPİR y las empresas externas

DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES	EMPRESAS DE LA CEPİR					EMPRESAS EXTERNAS				
	PUNTAJE ALCANZADO	PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO	PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM	PUNTAJE ALCANZADO	PUNTAJE QUE NO SE ALCANZO	PUNTAJE MAXIMO QUE LA EMPRESA DEBE ALCANZAR	% DE LO QUE NO SE ALCANZO	% PUNTAJE ALCANZADO EN C/DIM
DIMENSIÓN INTERNA	35,4	24,6	60	41,0	59,0	39,3	20,7	60	34,4	65,6
Gestión de recursos humanos	16,0	9,0	25	36,2	63,8	17,5	7,5	25	30,1	69,9
Salud y seguridad en el trabajo	9,5	5,5	15	36,6	63,4	10,3	4,7	15	31,2	68,8
Adaptación al cambio	4,0	6,0	10	59,7	40,3	5,2	4,8	10	47,9	52,1
Ecología interna	5,9	4,1	10	40,7	59,3	6,3	3,7	10	36,6	63,4
DIMENSION EXTERNA	21,2	18,8	40	47,1	52,9	24,6	15,4	40	38,5	61,5
Comunidades locales	3,7	6,3	10	62,9	37,1	5,2	4,8	10	48,5	51,5
Estado, Entidades asociadas a nivel comercial, proveedoras y clientela	9,9	5,1	15	33,8	66,2	10,8	4,2	15	28,0	72,0
Desarrollo sostenible	7,5	7,5	15	49,9	50,1	8,6	6,4	15	42,4	57,6
PUNTAJE MAXIMO /100	56,6	43,4	100	45,7	54,3	63,9	36,1	100	37,8	62,2

RESULTADOS	CEPIR	EXT.
1 a 25 puntos: Nivel de Responsabilidad muy bajo.		
26 a 50 puntos: Nivel de Responsabilidad Social baja.		
51 a 75 puntos: Las empresas ya están implementando algunas acciones de Responsabilidad Social, pero necesita formalizarlas en políticas y procedimientos.	56,6	63,9
76 a 90 puntos: Buen nivel de Responsabilidad Social.		
91 a 100 Puntos: Excelencia en RSE		

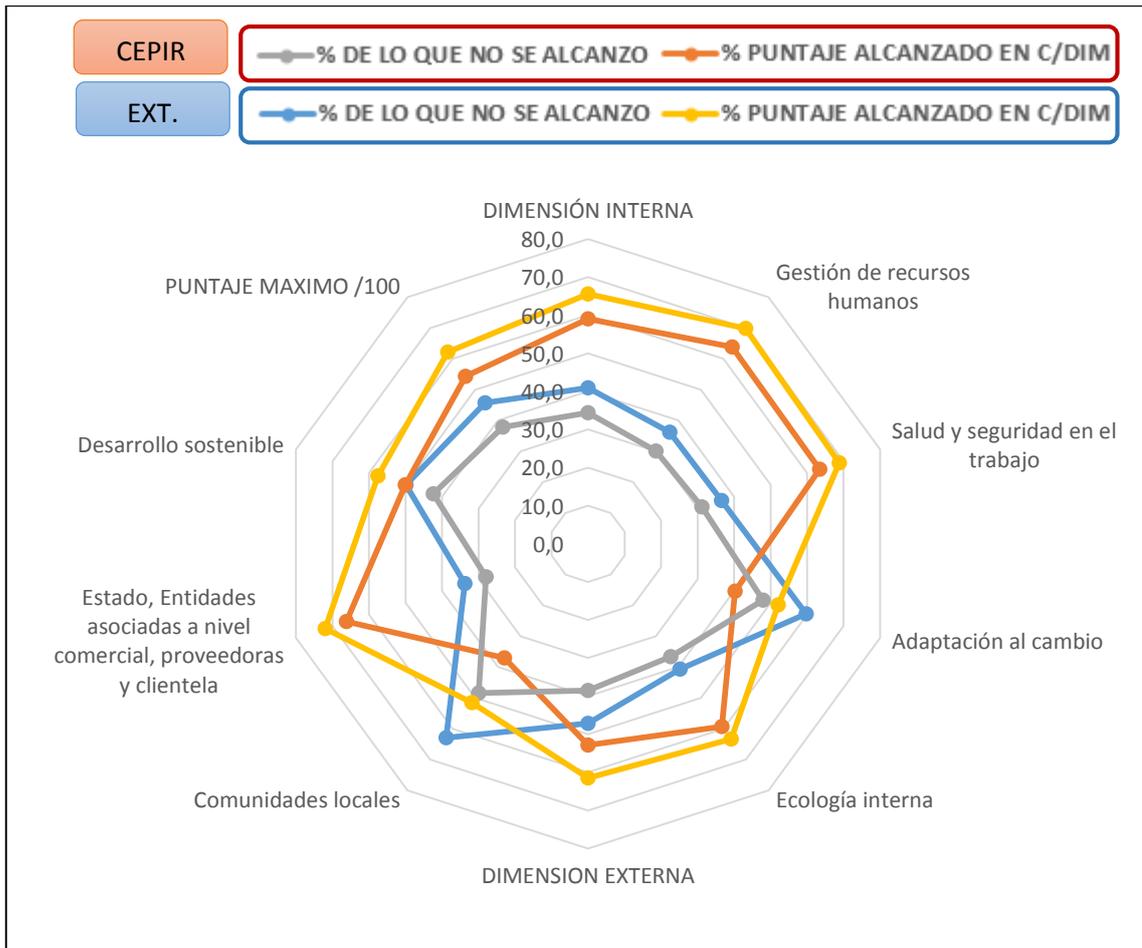


Gráfico 36: Perfil percepción de la RSE en las empresas de la CEPIR y las Externas

Análisis e Interpretación:

Como se puede observar presentamos el puntaje obtenido en términos porcentuales de cada dimensión y subdimensión correspondientes a la relación entre las empresas de la CEPIR y las empresas externas; las empresas de la CEPIR en la Dimensión Interna alcanzaron el 59% y las externas 65.6%. Por otro lado, tenemos la Dimensión Externa de la CEPIR en donde se muestra un 52.9% del puntaje y las ajenas al sector un 61.5%. Deduciendo de estos valores que las empresas que se encuentran fuera del sector tienen mejores niveles de RSE, esto en su gran parte se debe a la actividad que presentan y los años de experiencia que tienen en el sector al cual pertenecen.