

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**TEMA: DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL PARA PYMES**

AUTOR: NELSON OLMEDO

TUTOR: ING. JOSÉ LUIS ROMÁN

2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe, Nelson Wilfrido Olmedo Aguirre, CC No 1708274012, hace constar que es el autor del Proyecto de tesis previo al título de Ing. En Administración de Empresas titulado “DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PYMES”, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del tutor de dicho trabajo, el Ing. José Luis Román; en tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo, interpretación esto de datos y la elaboración de las conclusiones, dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de la tesis de Grado. En la ciudad de Quito, a los 30 días del mes de mayo 2012

NELSON WILFRIDO OLMEDO AGUIRRE

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Nelson Wilfrido Olmedo Aguirre, certifico que el proyecto titulado “DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PYMES”, el cual presento como requisito para el grado de Ingeniero en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel, es producto de mi labor investigativa.

Así mismo doy fe que este trabajo es original e inédito.

Nelson Wilfrido Olmedo Aguirre

Quito, 30 de Mayo 2012

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen María que me han bendecido y guiado mi camino hasta la feliz consecución de este proyecto, al Ing. José Luis Román por su acertada dirección en la elaboración de este trabajo y a mi familia por su apoyo incondicional, paciencia y motivación para alcanzar mi título.

Para todos ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres Nelson Julio Augusto y Blanca Teresa, a mi esposa María Amparo y a mis hijos Nicole y Julio Augusto.

A los pequeños y medianos empresarios, que con su esfuerzo y dedicación brindan oportunidades de trabajo a miles de personas y fomentan el desarrollo económico de nuestro país.

RESUMEN

En el primer capítulo de la presente investigación, se efectuará un estudio exhaustivo concerniente a los conceptos sobresalientes de la Responsabilidad Social Empresarial, que permita al investigador familiarizarse con este ámbito que pretende el bienestar de la sociedad en general.

En el segundo capítulo, el tema central es un diagnóstico sobre las pequeñas y medianas empresas que efectúan sus actividades localmente, para la cual se destacarán las estadísticas actuales de estas, su marco legal, etc.

También se relacionará las Responsabilidad Social Empresarial con las pequeñas y medianas empresas, esto se efectuará para determinar el campo de acción referente al bienestar de la comunidad que pretenden generar las PYMES.

Por último, se desarrollará un ejercicio práctico en la aplicación de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial, con la finalidad que sirva de guía a las PYMES en sus actividades cotidianas.

ABSTRACT

In the first chapter of this research, we conduct a comprehensive study concerning the salient concepts of Corporate Social Responsibility, which allows the researcher to familiarize with this area that seeks the welfare of society.

In the second chapter, the focus is a diagnosis of small and medium enterprises that conduct their activities locally, for which will highlight the current statistics of these, its legal framework, etc.

Also list the Corporate Social Responsibility to small and medium enterprises, this will be done to determine the scope regards the welfare of the community who seek to generate SMEs.

Finally, we develop a practical exercise in applying a model of corporate social responsibility, in order to guide SMEs in their daily activities.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	2
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA.....	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE DE CUADROS	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I	15
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	15
1.1 Historia de la Responsabilidad Social	15
1.2 Elementos o Implicancias de la RSE	18
1.2.2 Materialidad	19
1.2.3 Verificabilidad.....	20
1.2.4 Visión Amplia	20
1.2.5 Mejora Continua.....	20

1.2.6 Naturaleza Social de la Organización	20
1.3 Principios Básicos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	21
1.4 Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial	22
1.5 Antecedentes de la Responsabilidad Social en las Pequeñas y Medianas Empresas	23
1.6 Consideraciones Legales	25
1.6.1 Requisitos Apertura Cuenta de Integración de Capital Trámite	30
1.6.3 Obtener la Patente Municipal y Certificado de Inscripción ante la Dirección Financiera	32
1.6.4 Nombramientos de la Directiva de la Compañía	34
1.6.5 Obtener el Ruc.....	34
1.6.6 Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía	35
1.7 Consideraciones sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	36
1.8 La Responsabilidad Social, como Ventaja Competitiva para la Organización	38
1.8.1 Resultados en el Ámbito Financiero.....	38
1.8.2 Resultados en el ámbito Comercial	38
1.9 Pensamiento del Equipo Directivo, hacia el tema de Responsabilidad Social Empresarial.....	39
1.10 Los stakeholders en las pequeñas y medianas empresas	40
CAPÍTULO II	42

DIAGNÓSTICO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.....	42
2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas en la Ciudad De Quito	42
2.1.1 Premios a las Empresas Distinguidas.....	43
2.1.2 Qué son las pymes	44
2.2 Datos Estadísticos de las Pequeñas Y Medianas Empresas en la Ciudad De Quito	47
2.3 Participación de las Pequeñas y Medianas Empresas en la Generación De Empleo.....	48
2.4. La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes	51
2.4.1 Por qué Aplicar la RSE en las Pymes	53
2.4.2 Actividades de Responsabilidad Social Empresarial orientadas a los trabajadores.....	54
2.4.3 La Responsabilidad Social en el Ámbito Legal	55
2.5 La Constitución como base legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador	56
2.6 Responsabilidad Filantrópica De Las Pymes	58
 CAPÍTULO III: CREACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PYMES	 60
3.1. Formulación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas.....	60
3.2. Aplicación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas.....	65
	10

3.3. Conclusiones del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas.....	78
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1: Características Generales de las pequeñas y medianas empresas	25
Cuadro 2.1: Clasificación de las Pymes.....	46
Cuadro 2.2: Microempresas en Quito	48
Cuadro N° 3.1	66
Cuadro N° 3.2	67
Cuadro N°3.3	68
Cuadro N°3.4	68
Cuadro N°3.5	70
Cuadro N° 3.6	70
Cuadro N°3.7	71
Cuadro N°3.8	71
Cuadro N°3.9	72
Cuadro N°3.10	73
Cuadro N°3.11	74
Cuadro N°3.12	75
Cuadro N°3.13	76
Cuadro N°3.14	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1 RSE	54
Gráfico N°3.1: Fases en el Proceso de Implantación de la Responsabilidad Social en las PYMES	60

INTRODUCCIÓN

En el presente estudio, el tema central lo constituirá la gestión de Responsabilidad Social Para Pymes.

En el capítulo I, se abarcará la Responsabilidad Social como una fundamentación teórica, la cual tiene por objetivo detallar la concepción universal del este principio y consecuentemente, poder desarrollar los posteriores capítulos, con el mencionado contexto.

En el capítulo II, se realizará un diagnóstico de las pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de conocer sus definiciones, surgimiento, evolución, relevancia económica, social y cultural, posteriormente se determinará el marco legal que reglamenta a las pequeñas y medianas empresas.

En el capítulo referente a la creación del modelo de Responsabilidad Social, lo que se busca es que este estudio no constituya una simple investigación teórica, ya que lo que se pretende es poner las palabras en la práctica y que a su vez se constate la importancia de este tipo de estudio.

CAPÍTULO I

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

1.1 Historia de la Responsabilidad Social

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones; desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad.

En el transcurso del tiempo, la responsabilidad social empresarial se ha ido fortaleciendo de tal manera, que en la actualidad, su definición ha tomado un alto renombre en el mundo empresarial.

En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado a la empresa como una unidad de producción que cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su

contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad.

Se trata del mismo planteamiento en que se basa el propio Estado, que utiliza a la empresa como vehículo para intervenir en el medio social, a través de la política económica y social. El intervencionismo del Estado en la economía puede ser entendido como una toma de conciencia por parte del sistema político acerca de la dimensión social del hecho económico, lo que por otra parte conlleva una fuerte carga política, pues la intervención del Estado se orienta hacia la protección de unos intereses y valores abstractos, justicia, salud y seguridad.

“La estrechez de este planteamiento se evidencia a través de diversas consideraciones críticas a la visión tradicional de la función de la empresa, que pueden sintetizarse en:

a) Su concepción restrictiva de la empresa, que no se corresponde con su naturaleza real, ya que los efectos de la actividad empresarial trascienden lo meramente económico. (CASTILLO, 1990, pág.2)

b) Su atribución exclusiva de las funciones sociales al Estado, sin considerar que otros agentes sociales puedan ser partícipes en la política social.

c) Su errónea visión de la evolución del medio hacia una creciente conciencia social. (LÓPEZ, 2007, pág. 146)

Las citadas consideraciones conducen hacia una nueva definición de las funciones de la empresa en el marco socioeconómico. La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes; pero para ello, tiene que producirse necesariamente una mayor y más estrecha colaboración entre las instituciones

públicas y la empresa en la resolución de muchos de los problemas de la sociedad.

El concepto de la responsabilidad social de la empresa ha sido poco y mal definido, puesto que se ha hecho muchas veces de forma descriptiva, aludiendo al contenido y dando lugar a definiciones que no poseen la suficiente generalidad, universalidad y permanencia.

La responsabilidad social es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa. (CASTILLO, 1990, pág. 23)

Este concepto requiere también algunas matizaciones:

- En primer lugar, la responsabilidad social de la empresa no debe ser entendida como una actividad marginal, adicional a la económica y más o menos oportunista y esporádica, sino como una nueva actitud de la empresa hacia el entorno social, actitud que debe impregnar en toda la filosofía y la conducta empresarial.
- En segundo lugar, la responsabilidad social de la empresa requiere una capacidad para establecer compromisos y rendir cuentas de los mismos, por lo que se requiere no sólo asumir declarativamente la responsabilidad social sino también y sobre todo gestionarla.
- En tercer lugar, la responsabilidad social es una obligación de la empresa hacia la sociedad, que se articula como obligaciones concretas hacia los estamentos y grupos que conforman la coalición empresarial y sus entornos específico y general.

1.2 Elementos o Implicancias de la RSE

El objetivo básico de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistente para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables.

Para lograr estos objetivos la empresa debe partir de unos principios básicos congruentes con el concepto de RSE y las necesidades de los grupos de interés. Los propuestos por el Marco Conceptual son: transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

El principio de transparencia constituye la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones; las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la RSE.

El último aspecto se refiere a los elementos o implicancias de la RSE sobre la dirección y gestión de las organizaciones. En este sentido se han observado implicaciones sobre cinco áreas funcionales: gobierno corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información y verificación, y certificación; además, surgen otras dos facetas de la actividad de las organizaciones:

- Inversión socialmente responsable.
- Comunicación y reconocimiento externo.

El gobierno corporativo es la forma en que las empresas se organizan, son dirigidas y controladas. La RSE aplicada al gobierno corporativo implica la presencia e influencia de los principios sociales y medioambientales de gestión en los órganos que ejercen dicha dirección.

Las regulaciones y normativas, han centrado principalmente su interés en un solo grupo de interés, los inversores.

El gobierno corporativo socialmente responsable; sin embargo, busca la satisfacción de todos los grupos de interés, mediante el establecimiento de relaciones de poder equilibradas, asociando la creación de valor económico para el accionista con el compromiso social de la actividad empresarial.

La dirección estratégica de la empresa orientada a satisfacer necesidades diversas; a veces contrapuestas de los distintos grupos de interés, introduce factores diferenciales de innovación, que desarrollados adecuadamente con los aspectos de dirección y gestión, otorgan a la empresa ventajas competitivas duraderas.

1.2.1 Transparencia

Está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas Sociales.

1.2.2 Materialidad

Supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE; así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.

1.2.3 Verificabilidad

Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.

1.2.4 Visión Amplia

La organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social empresarial en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones

1.2.5 Mejora Continua

La RSE va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.

1.2.6 Naturaleza Social de la Organización

La RSE está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

1.3 Principios Básicos de la Responsabilidad Social Empresarial

La implementación de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial se está extendiendo progresivamente en las empresas como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social; así como de la propia conciencia empresarial.

La gestión de la misma no debe quedarse en una mera gestión a nivel operativo sino que debe integrarse en la gestión estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas. Las entidades que sepan integrar adecuadamente la RSE en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico. El proceso estratégico centrado en los grupos de interés (Stakeholders Strategy Process) es un modelo de dirección estratégica que sirve para analizar la importancia de dichos grupos en la consecución de los objetivos marcados, así como los riesgos de no alcanzar éstos por la influencia de aquellos. (LESSER, 2008, 82)

En la medida que el principal instrumento del principio de transparencia es la información, la organización deberá orientar parte de sus esfuerzos a proporcionar información externa relativa a su impacto económico, social y medioambiental.

La utilización de modelos reconocidos internacionalmente, como la guía para la elaboración de Informes de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), aminora estos problemas de comparación, proponiendo un marco para la normalización de la información social y medioambiental. (LESSER, 2008, pág. 43)

La evaluación de la información por expertos independientes externos es aconsejable para alcanzar mayores cotas de fiabilidad y compromiso.

De la misma forma que la auditoría financiera aporta credibilidad a las cuentas anuales de cara a sus usuarios, la verificación debe hacer lo propio con el Informe de Sostenibilidad respecto a los grupos de interés.

1.4 Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial

En este escenario cambiante, donde aparece la Responsabilidad Social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

- **Alcance social y de desarrollo:** Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
- **Alcance solidario e igualitario:** En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
- **Alcance de autorreferencia:** Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.
- **Alcance ético sistémico:** Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo. (REYNO, 2012, pág 70)

1.5 Antecedentes de la Responsabilidad Social en las Pequeñas y Medianas Empresas

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental.

El Desarrollo Sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión.

La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. (GUILBERT, 2012, pág. 280)

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la RSE, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la RSE, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social.

La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración. (MOMBERG, 2012)

La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas.

- **Definición de Pyme Familiar**

Una empresa familiar será aquella sociedad donde la mayoría de los votos está en poder de la familia controladora, incluyendo al fundador(es) que buscan traspasar la empresa a sus descendientes. Las expresiones “empresa familiar”, “compañía familiar”, “compañía propiedad de una familia” y “compañía controlada por una familia” se usan indistintamente a lo largo para referirnos a las pymes.

También, y de un modo general, se acepta que una empresa familiar es una organización controlada por una familia, donde dos o más miembros de ella trabajan activamente en esa organización; definiciones que demandan aclarar la dimensión de la propiedad, entendida en el sentido de que una parte suficiente de la misma debe ser poseída por la familia; lo mismo sucede en relación con el ejercicio del poder: pues alguno o varios de los propietarios dedicarán la totalidad o una parte importante de su tiempo a trabajar habitualmente en la empresa familiar ya como directivos o en la calidad de miembros de un consejo de administración. Desde la continuidad, se requiere que, al menos, esté en el ejercicio gerencial una segunda generación, como señal de transmisión exitosa de la empresa hacia las generaciones futuras, como testimonio de una práctica de valores de la familia en la empresa.

- **Definición de Pymes en el Ecuador**

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de MIPYMES. (Plan Nacional de Desarrollo, 2010)

Sin embargo, para este documento se ha utilizado la definición que contempla el Proyecto de Ley para las PYMES, consensuado con los actores públicos y privados, que también lo recoge el Proyecto de Estatuto para las MIPYMES preparado por la Comunidad Andina de Naciones, y se sintetiza en lo siguiente:

Cuadro 1.1: Características Generales de las pequeñas y medianas empresas

	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número empleados	1-9	Hasta 49	50-199	Mayor a 200
Valor bruto de ventas anuales	100.000	Hasta 1'000.000	1'000.001 a 5'000.000	Mayor a 5'000.000
Valor activos totales	Menor a 100.00	De 100.001 hasta 750.000	750.001 a 4'000.000	Mayor a 4'000.000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

1.6 Consideraciones Legales

- **Norma Iso 26000: Guía Sobre Responsabilidad Social**

La Organización Internacional para la Normalización ISO, ha decidido emprender el desarrollo de una Norma Internacional que provea una guía para la Responsabilidad Social (RS). La guía, se publicó a comienzos de 2009, como ISO 26000, y será de uso voluntario, no incluirá requisitos, y de esta manera, no será una norma certificable.

Para su desarrollo, existen diversas opiniones sobre cuál es el enfoque adecuado, desde una legislación muy estricta en un extremo, hasta una total libertad en el otro. Para ello, se está tratando de encontrar un punto medio que promueva el respeto y la responsabilidad basándose para su desarrollo en documentos de referencia conocidos pero sin limitar la creatividad y el desarrollo. En este sentido, nuestro trabajo apuntará a fomentar el compromiso voluntario con la Responsabilidad Social y liderará una guía común sobre conceptos, definiciones y métodos de evaluación.

- **Iso Rs**

En septiembre de 2004 se estableció dentro de ISO, un Grupo de Trabajo para desarrollar una Norma Internacional que fuera una guía para la Responsabilidad Social (RS). El objetivo de este Grupo es realizar un documento guía, escrito en un lenguaje simple que sea entendible y utilizable por no-especialistas, y no un documento de especificación previsto para certificaciones de terceras partes. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

El trabajo pretende agregar valor, y no reemplazar los acuerdos intergubernamentales existentes que tienen relevancia para la Responsabilidad Social, como son la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y aquellas adoptadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). La norma debe ser aplicable para organizaciones de todos los tamaños, en países en cualquier etapa de desarrollo.

- **Acerca De La Norma**

De acuerdo con la nueva propuesta de ítem de trabajo, la norma debería: (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

- Ayudar a las organizaciones a abordar su Responsabilidad Social, a la vez que se respeten las diferencias culturales, sociales, ambientales y legales, y las

condiciones de desarrollo económico. Esta norma tiene los siguientes parámetros:

- Proporcionar una guía práctica tendiente a hacer operativa la Responsabilidad Social, identificar y comprometer a los stakeholders, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre Responsabilidad Social;
- Dar énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora;
- Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otros stakeholders en las organizaciones;
- Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO;
- No estar destinada a reducir la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones;
- Promover una terminología común en el campo de la Responsabilidad Social;
- Aumentar el conocimiento y conciencia sobre Responsabilidad Social.

- **Perspectiva actual de la Responsabilidad Social en las Pequeñas Y Medianas Empresas**

Cada intento de definición utiliza sus propias variables de análisis, lo que en la realidad provoca una falta de uniformidad de los estudios realizados, conllevando la imposibilidad de delimitar con precisión el fenómeno pyme y en especial las características que diferencian una micro, de una pequeña, de una mediana o de una gran empresa.

La diversidad de objetivos que persiguen los diferentes estudios y las políticas públicas justifican esta falta de uniformidad. No obstante ello, se cree que existen algunos criterios y variables comunes, aunque varíen en sus rangos y/o

indicadores. Así nos encontramos con la utilización de criterios cuantitativos y cualitativos, e incluso alguna combinación de ellos.

Este criterio es predominante, casi exclusivo, en las definiciones de políticas públicas. El intento de lograr mayor objetividad justifica su utilización en el diseño de las mismas. En cuanto a las investigaciones, éstas se ven favorecidas con el criterio cuantitativo, en especial cuando el análisis es eminentemente económico.

- **Consideraciones Legales de la Responsabilidad Social en el Ecuador**

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social es una red compuesta principalmente por empresas y fundaciones empresariales que promueve el concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social, con enfoque al negocio núcleo de la empresa, y para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

Es la entidad líder en gestión del conocimiento e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador. CERES cuenta con alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional para brindar los mejores servicios a sus miembros. Es un ente que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad.

En las empresas privadas, entidades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil de Ecuador el concepto de Responsabilidad Social (RS) si bien es conocido, es muy poco aplicado en muchos sectores. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

El término hace referencia a la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el ambiente a través de un comportamiento transparente y ético.

El primer informe llamado “Línea base de responsabilidad social en el Ecuador 2008”, elaborado por Unicef, Catholic Relief Services, Swisscontac, Care International e IDE Business School, calcula que en el país apenas el 30% de los empresarios conoce ciertas herramientas relacionadas con RS. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

Las acciones de las empresas responsables socialmente deben: ser consistentes con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad; tomar en cuenta las expectativas de cualquier grupo o individuo que pueda resultar afectado por la consecución de los objetivos de una organización; cumplir con las leyes locales y ser coherentes con las normas internacionales de comportamiento; y estar integradas a través de toda una organización.

En las conclusiones de la línea base de responsabilidad social en el Ecuador las cifras evidencian que el cumplimiento de la RS es parcial. La principal falencia encontrada en el primer eje la tienen las empresas privadas, las cuales deben desarrollar más destrezas en el conocimiento de los riesgos e impactos de sus decisiones en los grupos de interés. Además, solo el 50% de las compañías del sector particular reveló a sus empleados los resultados económicos obtenidos anualmente; mientras que el 80% de las entidades públicas, probablemente por la Ley de Transparencia y Acceso a información, sí permitió conocer esos datos. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

El mejoramiento del diálogo es otro asunto que deben mejorar patronos y empleados. El 87% de las compañías ecuatorianas, públicas y privadas, carece de sindicatos o asociaciones de empleados, pues son catalogados como negativos por las empresas. Sin embargo, los mismos trabajadores no confían completamente en sus representantes.

1.6.1 Requisitos Apertura Cuenta de Integración de Capital Trámite

- **Apertura de una Cuenta De Integración De Capital De La Nueva**

Documentación

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito. (Ventanilla Única Empresarial, 2012)

- **Celebrar La Escritura Pública Trámite**

Se debe presentar en una notaría la minuta para constituir la compañía.

Documentación

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco.
- Minuta para constituir la Compañía.
- Pago derechos Notaría. (Ventanilla Única Empresarial, 2012)

Las escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la superintendencia de compañías.

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución.

- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
 - Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.
 - Obtener La Resolución De Aprobación De Las Escrituras Trámite.
-
- La superintendencia de compañías nos entregará las escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

Documentación

Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

- Cumplir con las disposiciones de la Resolución Trámite.
- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
- Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

1.6.2 “Escritura Pública para Constituir una Compañía”

Trámite

- Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación

- Copia de cédula.
- Apertura cuenta de Integración de Capital Celebrar la Escritura Pública.
- Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras Cumplir con las disposiciones de la Resolución Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías Obtener el RUC.
- Retirar la cuenta de Integración de Capital.
- Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía.
- Obtener permiso para imprimir Facturas. (Ventanilla Única Empresarial, 2012)

(Ver anexo 1)

1.6.3 Obtener la Patente Municipal y Certificado de Inscripción ante la Dirección Financiera

Registro de patentes

Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y, o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.

Registro De Patente: Personas Naturales

Requisitos generales:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”.
- Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

Registro De Patente: Personas Jurídicas

Requisitos generales:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
- Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
- Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).
- Nombramientos de la Directiva de la Compañía.
- Obtener el Ruc.

- Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía. (Ventanilla Única Empresarial, 2012)

(Ver anexo 2)

1.6.4 Nombramientos de la Directiva de la Compañía

Trámite

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).

Documentación

- Ninguna.
- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente.

(Ver anexo 3)

1.6.5 Obtener el Ruc

Trámite

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

- Formulario OÍA con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando. (Ventanilla Única Empresarial, 2012)

1.6.6 Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía

Trámite

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
- Copia de un planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

1.7 Consideraciones sobre Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es él: Hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera.

La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto se generará:

- **Mayor productividad:** a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación.
- **Lealtad del cliente:** satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras; y Acceso a mercados: por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- **Credibilidad:** la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza. La RSE no es una

cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico. (Consejo Empresarial para el desarrollo sostenible, 2008)

La RSE es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios.

Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa. (CASTILLO, 1990)

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

1.8 La Responsabilidad Social, como Ventaja Competitiva para la Organización

Los programas dirigidos a la comunidad interna conllevan a una mayor concentración y menor presión por cumplimiento de metas, por la percepción de valor y consideración de los empleados, estos intervienen en hábitos, conductas y su comportamiento dentro de la empresa, pudiéndose apreciar resultados como:

- Reducción del ausentismo y atraso laboral.
- Aumento de la motivación en el desarrollo de tareas.
- Alcance de un compromiso más allá de las recompensas.
- Captación y retención de talentos.

1.8.1 Resultados en el Ámbito Financiero

En este ámbito se puede apreciar que tras la incorporación de RSE se produce un mejoramiento del desempeño financiero, ya que influye directamente en las operaciones de la empresa, potenciando y trabajando aspectos no considerados antes de la integración de este concepto. (MARCHAN, 2006, pág. 104)

1.8.2 Resultados en el ámbito Comercial

Los esfuerzos y las estrategias de comunicación que ponga en práctica la empresa, para transmitir sus acciones socialmente responsables al consumidor, traen como resultado el reconocimiento de la sociedad y el mercado. En que la dedicación y los esfuerzos de la empresa por contribuir al desarrollo, se traduce en una reputación corporativa positiva, posicionamiento y diferenciación de marca, destacándose principalmente los valores y el

comportamiento ético con que identificarán los consumidores con la empresa y lograrán una fidelización en su consumo.

- Reputación corporativa positiva.
- Fidelización de los consumidores.
- Posicionamiento y diferenciación de marca.
- Acceso a nuevos mercados.
- Resultados en el Ámbito Medioambiental.

El que las empresas, ya sean que trabajen directamente en actividades que repercutan en efectos al medioambiente o indirectamente ocupando sus recursos, experimentarán beneficios de trabajar bajo valores y en una actitud de respeto tanto al medio como las personas, como: el aumento del rendimiento económico, reducción de costos de producción a través de control de desechos y eficiencia en el uso de sus recursos, una mejor calidad e innovación tanto en productos como en servicios y un aumento en la reputación e imagen de marca por llevar sus procesos de forma consiente con los efectos e impacto que puede producir en el medio.

1.9 Pensamiento del Equipo Directivo, hacia el tema de Responsabilidad Social Empresarial

El objetivo básico de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables.

Para lograr estos objetivos la empresa debe partir de unos principios básicos congruentes con el concepto de RSE y las necesidades de los grupos de interés. Los propuestos por el Marco Conceptual son: transparencia,

materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

El principio de transparencia constituye la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones; las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la RSE. (MOMBERG, 2012, pág. 24)

El último aspecto se refiere a los elementos o implicancias de la RSE sobre la dirección y gestión de las organizaciones. En este sentido se han observado implicaciones sobre cinco áreas funcionales, gobierno corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información y verificación, y certificación, además surgen otras dos facetas de la actividad de las organizaciones, inversión socialmente responsable y comunicación y reconocimiento externo.

1.10 Los stakeholders en las pequeñas y medianas empresas

Llegados a este punto, contamos ya con el mapa de stakeholders, hemos analizado los intereses de estos y sabemos qué intereses son legítimos y cuáles no; hemos replanteado nuestra misión, visión y valores y contamos con un código ético que muestra de forma clara nuestra cultura empresarial.

Es el momento de que la empresa empiece a ser gestionada desde un modelo de empresa basada en sus stakeholders.

Esto ayudará a la empresa a gestionar su responsabilidad social, ya que se irán planteando aquellas expectativas de los grupos de interés que la empresa ha de asumir como propios y a los que tendrá, por tanto, que dar respuesta.

La gestión de la responsabilidad social de la empresa no debe entenderse como algo puntual o un añadido a la empresa, sino que hemos visto que forma

parte del núcleo duro de la empresa, de su propia definición y, por tanto, es algo transversal.

Comunicar los avances hechos en este terreno es fundamental que la empresa comunique internamente a sus trabajadores, proveedores, etc., y externamente a sus clientes y sociedad en general las políticas, retos y avances que se han hecho en este terreno

Hasta ahora, las empresas mostraban sólo sus resultados económicos, pero en la actualidad cada vez es mayor la exigencia de clientes, trabajadores y sociedad en su conjunto acerca de la información que muestra la empresa.

De este modo, a las memorias económicas habituales de las empresas es aconsejable ir añadiendo información sobre los aspectos sociales y medioambientales.

Esto es lo que se conoce como triple cuenta de resultados, económicos, sociales y medioambientales.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas en la Ciudad De Quito

La ciudad de Quito es la segunda más poblada del país; el denominado Distrito Metropolitano de Quito comprende una población que sobrepasa los 2.000.000 de habitantes, esto se debe a su condición de capital, razón por la cual ha aglomerado gran cantidad de habitantes de otras provincias y de otros lugares del planeta lo que la convierte en una ciudad cosmopolita y es uno de los ejes de la economía del Ecuador. (Játiva, 2007, pág.17)

La importancia del desarrollo de las pymes se fundamenta en que fortalece al sector productivo. Cada vez más empresas dejaron de ser pequeñas o medianas para convertirse en grandes empresas, además estas fomentan competencia y competitividad en la ciudad, en la cual se observa que el motor que genera el dinamismo de la economía capitalina, la constituyen las pequeñas y medianas empresas.

Es común observar el comercio informal en sus calles y debido a esto se han establecido reformas en las que se impulsa a la creación de la pequeña empresa o pyme, interesando al comerciante a reglamentar y conformar su empresa, por lo que la capital de la República del Ecuador, es hoy una metrópoli emprendedora y el centro político del país que representa un mercado amigable a la inversión, un ente articulador del sector productivo y generador de servicios para desarrollo de la región y el país. (VARGAS, 2009, pág. 18)

Es importante que las autoridades locales garanticen el desarrollo de programas que incentiven el emprendimiento de nuevos establecimientos, con el objetivo de que absorban los índices de desempleo que se presentan en la ciudad, partiendo de que las pequeñas y medianas empresas son los motores económicos de las sociedades.

2.1.1 Premios a las Empresas Distinguidas

Los programas de incentivos y recompensas son soluciones orientadas a atender las crecientes necesidades de las organizaciones por lograr mejores resultados en cuanto a niveles de compromiso, productividad, eficiencia y desempeño de sus empleados. (DE LAS CASAS, 2010)

Es importante la presencia de incentivos y recompensas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas, que permitan a estas un impulso económico y financiero que logre consolidarlos en los diferentes segmentos de mercados en los que se hayan involucrados.

Estos programas consisten en una combinación de procesos, herramientas tecnológicas y prácticas destinadas a premiar el desempeño sobresaliente ya sea por el logro de buenos resultados o de conductas deseadas. En función de los logros, los colaboradores obtienen diversos tipos de beneficios. Estos no solamente puede ser materiales o económicos, también hay reconocimientos cualitativos, como felicitaciones, diplomas, etcétera. Asimismo, pueden ser mixtos, es decir cuando el reconocimiento cualitativo es acompañado de un premio.

Lo más común en las organizaciones son los programas de incentivos a la fuerza de ventas. En este caso, la gerencia comercial establece unos objetivos determinados para cada vendedor y dependiendo de si se logran esas metas o no se proporcionan los premios que pueden ser viajes, cenas, etcétera.

De hecho, los esquemas de incentivos implican componentes de cálculo en torno al logro de determinados objetivos que se les presenta a los empleados. Los objetivos pueden ser surtidos dependiendo de las características de sociedad y el nivel de competencia de la industria, así como de los escenarios y dinámicas del mercado laboral, entre otros factores.

Existen organismos que premian la gestión de las empresas y su aporte a la sociedad actual este es el caso de la Corporación Ekos premió a 31 pequeñas y medianas empresas de mayor productividad, desempeño y liderazgo, de acuerdo a indicadores financieros, en el marco de la primera edición de Ekos Pymes Ecuador 2010.

El intento primordial de esta estrategia por parte de esta organización, es incentivar y apuntalar a las empresas que han tenido un impacto en la economía del país.

2.1.2 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. 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: (CASTILLO, 1990)

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.

- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las pymes en nuestro país se encuentran en particular en la elaboración de bienes y servicios, siendo la base del progreso social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o aumentando valor agregado, por lo que se integran en un actor fundamental en la concepción de riqueza y empleo.

“Para fines tributarios las pymes de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea su caso Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias escogiendo las opciones Personas Naturales ó Sociedades.”

La clasificación depende mucho de la actividad económica del país determinando su accionar por varios factores (toma de decisiones, procesos productivos).

De acuerdo al artículo 3 de la Ley de rige a las pymes, la micro, pequeña y mediana empresa se clasificará considerando 2 variables que son el número de empleados efectivos, el valor bruto de las ventas anuales de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro 2.1: Clasificación de las Pymes

Variabes	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Empresa Grande
Número de empleados efectivo	1-9	10-49	50-199	>200
Valor Bruto de las Ventas Anuales	<100000 USD	100001-1000000	100001-5000000	>5000001
Valor Activos Totales	<100000 USD	100001-750000	750001-4000000	>4000000

Fuente: http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34864.pdf

Elaborado: Francisco Morán

- **La Situación Actual de las Pymes**

La Situación de las Pequeñas y Medianas Empresas en la ciudad de Quito expresa lo siguiente:

- Escaso Nivel Tecnológico.
- Baja Calidad.
- Falta de Financiamiento.
- Falta de Mano de Obra Calificada.
- Clientes principales el mercado interno.
- Falta de Capacitación.
- Desuso de la capacidad instalada.
- Falta de asociatividad organizacional.
- Falta de la calidad de empleo.
- Bajo nivel de calidad de los productos/servicios que producen.

2.1.3 Potencialidades de las Pymes

Las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito tienen varias potencialidades entre las cuales se encuentran:

- Fuente generadora de riqueza y empleo.
- Disminuye el desempleo y tensiones sociales.
- Requiere menos costos de Inversión.
- Utiliza mayor cantidad de materia prima nacional.
- Capacidad de proveer bienes y servicios a la gran industria.
- Es flexible para asociarse.
- Dinamizan la economía.
- Requiere menores costos de inversión.
- Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.
- Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector.
- El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación).

2.2 Datos Estadísticos de las Pequeñas Y Medianas Empresas en la Ciudad De Quito

En esta sección se encuentra segmentadas las actividades comerciales de la ciudad de Quito donde consta el número de empresas y la estructura porcentual específica.

Cuadro 2.2: Microempresas en Quito

Actividad económica agregada de las Pequeñas y Medianas empresas	Nº de Empresas	Estructura porcentual
Actividad inmobiliarias, empresariales y de alquiler	5.789	30,1%
Comercio al por mayor y menor	5.695	29,6%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2.329	12,1%
Industria manufacturera	1.847	9,6%
Construcción	983	5,1%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	684	3,6%
Hoteles y restaurantes	455	2,4%
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	388	2,0%
Explotación de minas y canteras	339	1,8%
Servicios sociales y de salud	316	1,6%
Enseñanza	189	1,0%
Intermediación financiera	128	0,7%
Suministro de agua y gas	76	0,4%
Pesca	22	0,1%
Administración pública y defensa, planes de seguridad social y de afiliación	7	0,0%
Hogares privados con servicio doméstico	4	0,0%
Total empresas	19.251	100,0%

Fuente: <http://www.quito.gov.ec/>

Elaborado: Nelson Olmedo

2.3 Participación de las Pequeñas y Medianas Empresas en la Generación De Empleo

Las pequeñas y medianas empresas constituyen el gran motor de empleo, debido a que provee trabajo a gran parte de los trabajadores de ingresos medios y bajos.

Para el año 2005, en el caso de Ecuador, las microempresas proporcionaron trabajo a un total de 1'018,135 personas, lo cual representó el 25% de la mano

de obra urbana. Adicionalmente, de acuerdo a cifras oficiales al 2005, el 33,5% de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos contaba con uno o más miembros de la familia con una microempresa. (MARCHAN, 2006)

Como se sabe, los problemas de empleo en la ciudad se presentan día tras días, ocasionando problemas de insatisfacción en la sociedad en general, donde las empresas grandes absorben a una parte de la población. Entonces surge el papel de las pequeñas y medianas empresas en su función de absorción del resto de la población que se encuentra desempleada.

Para su financiamiento, la mayoría de microempresarios (67,1%) inicia sus actividades gracias a sus ahorros personales, mientras que los préstamos a familiares o amigos (12,6%) e instituciones financieras formales (8%), suelen ser la segunda fuente de financiamiento utilizada por las microempresas. Es importante resaltar, que el 97% de los microempresarios que solicitaron un crédito, tanto hombres, como mujeres y más pobres mantuvieron la tasa de éxito anteriormente mencionada.

Es importante que exista el hábito del ahorro en la sociedad ecuatoriana, y sobre todo que este ahorro se canalice a efectuar nuevas inversiones, ya que este es el único camino que permitirá alcanzar un salto de mejor calidad de vida a los habitantes del país.

En cuanto al marco legal, la Ley de Fomento de la pequeña industria establecida en 1973, es la encargada de normar al sector de la pequeña empresa. (Guía sobre Responsabilidad Social, 2012)

Este otorgamiento de beneficios como degradación de impuestos, siempre y cuando estos sean autorizados por el Comité Interministerial de Fomento para acogerse a los beneficios de la ley. Actualmente, dicha ley busca ser sustituida por la Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, la cual busca simplificar los trámites de la actividad empresarial a través de la Superintendencia de Compañías, Creación de un Consejo Superior

de Mipymes y Exoneración tributaria. Sin embargo, en caso de ser aplicada, beneficios como la exoneración tributaria no podrían aplicarse, debido a que dicho beneficio se basa en la ley de beneficios tributarios, la cual fue derogada en el 2007, con la ley reformativa de equidad tributaria.

Finalmente, para lograr formar un ambiente apropiado para la generación y realización de los negocios en torno a las pequeñas y medianas empresas, el gobierno deberá suministrar seguridad jurídica, libertad de ingreso a las empresas e incentivos tributarios, los cuales serían bases importantes para la creación de una economía dinámica y próspera.

A su vez, en la ciudad de Quito, el Municipio está impulsando programas con el objetivo de impulsar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas que se ubican dentro del perímetro de la ciudad. En el Plan de Gobierno del actual Alcalde Augusto Barrera se propuso lo siguiente: (Quito, 2012)

- Impulsar un programa de economía solidaria, a través del fomento de actividades productivas a nivel familiar y barrial (formulación y montaje de micro emprendimientos. Ejemplo: suministros a empresas; canasta solidaria barrial, etc.).
- Apoyar a las unidades productivas familiares existentes en los barrios (tiendas, talleres artesanales) a través de capacitación, asesoría técnica y apoyo para el acceso a programas de créditos productivos.
- Impulsar programas de explotación económica del espacio público regulados en los barrios, que incluyan capacitación, acompañamiento técnico y crédito.
- Brindar asistencia técnica para la conformación de redes capacitación producción y comercialización de artesanías destinadas a la industria turística.
- Desarrollar la educación, con especial énfasis en la capacitación y especialización técnica.

- Desarrollo de planes de desagregación tecnológica que permitan la participación del sector productivo y de servicios locales, en los proyectos que cuenten con inversión pública.
- Capacitar a la población excluida del mundo del trabajo en competencias laborales y en emprendimientos, para facilitar su vinculación laboral por la vía del empleo y el autoempleo.
- Facilitar la formación para el emprendimiento: información, sensibilización y formación para emprendedores de la ciudad, a través de diferentes estrategias, entre ellas, el Centro Virtual de Emprendimiento y Empleo.
- Desarrollar un sistema regional de innovación para brindar soporte tecnológico al sector productivo.
- Promover misiones tecnológicas y empresariales e intercambios con universidades y centros de investigación, así como la participación en ferias internacionales.

2.4. La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes

La Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las actividades de las pequeñas y en las relaciones con sus diversos grupos de interés. (DE LAS CASAS, 2010)

En general, la Responsabilidad Social Empresarial se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Práctica empresarial responsable.
- Iniciativas voluntarias que van más allá de la normativa legal y de las obligaciones contractuales.

- Actividades beneficiosas para los trabajadores, otros grupos de interés o el medioambiente.
- Con una contribución positiva para un grupo objetivo, al tiempo que minimiza los efectos negativos en otros incluido el medioambiente.
- Actividades de carácter regular más que de carácter puntual (esto es, relacionadas con la estrategia de negocio).

La Responsabilidad Social muestra un menor grado de desarrollo en las pequeñas y medianas empresas que en las grandes compañías, por dos razones fundamentales: en primer lugar porque en el entorno de las pymes existe una menor necesidad en la asunción del concepto, dado que estas compañías no han vivido la pérdida de confianza que han sufrido las grandes empresas y en segundo lugar, porque las pymes tienen que enfrentarse a ciertas barreras de entrada que dificultan la implementación: falta de conocimiento, carencia de personal preparado, limitación de recursos en una inversión cuyo retorno se produce en el medio largo plazo, etc. Sin embargo, esta diferenciación inicial no debe inducir al error de pensar que las políticas de Responsabilidad Social de las pymes, sean distintas de las que siguen las grandes empresas, puesto que se asienta en los tres pilares básicos de la responsabilidad social y en los mismos principios y actividades que aplican estas compañías, existiendo más diferencias cuantitativas (menores recursos) que cualitativas. Además las pymes cuentan con ciertas ventajas: mayor flexibilidad, especialización, y mayor capacidad relacional y de adaptación a las necesidades de un entorno cambiante y a las de sus interlocutores sociales, etc.

El desarrollo de la Responsabilidad Social en las pymes y la búsqueda de incentivos adecuados para ello, es una de las cuestiones más relevantes que presenta el futuro de esta materia, porque de una parte, la consolidación de cualquier concepto en el entorno empresarial de nuestro país pasa por su asentamiento e implementación en las pymes, que representan el 99% de

nuestro tejido empresarial y aportan dos tercios de nuestro PIB, y porque un mínimo ejercicio de investigación permitirá constatar que estas compañías van a necesitar presentarse como socialmente responsables, si quieren seguir siendo competitivas, tanto porque la sociedad acostumbrada al comportamiento socialmente responsable de las grandes empresas va también a demandar éste en las pequeñas y medianas empresas, como porque, muchas de las relaciones comerciales de las pymes se desarrollan con grandes empresas, que aplican políticas de Responsabilidad Social y exigen en sus cadenas de producción o servicio la asunción de estos valores. (CASTILLO, 1990)

Las pequeñas y medianas empresas, tienen que velar no solo por los objetivos institucionales, sino que deberán tener entre sus prioridades principales la satisfacción de las necesidades básicas de las comunidades de las que se favorecen sobre todo en la dotación de mano de obra.

2.4.1 Por qué Aplicar la RSE en las Pymes

Aunque la RSE suele ser analizada en el contexto de las grandes empresas, es también una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las Pymes. Sin embargo, su impacto no suele poder expresarse en datos concretos y no suele manifestarse en el corto plazo. (CASTILLO, 1990)

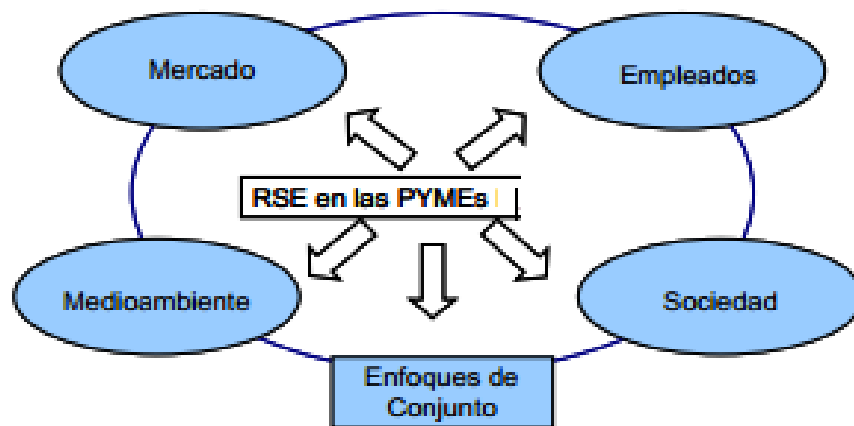
La RSE puede influenciar positivamente la competitividad de las pymes de las siguientes formas:

- Mejora de los productos y/o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente
- Mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, lo que aumenta su creatividad e innovación.
- Mejor imagen pública, debido a premios y/o a un mayor conocimiento de la empresa en la comunidad.

- Mejor posición en el mercado laboral y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, mejor acceso a las ayudas públicas gracias a la mejor imagen de la empresa.
- Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos Incremento de la facturación/ventas.

La RSE puede tener múltiples aproximaciones prácticas que no tienen que ser necesariamente ni complejas ni costosas.

Gráfico 2.1 RSE



Fuente: www.csr-in-smes.eu

2.4.2 Actividades de Responsabilidad Social Empresarial orientadas a los trabajadores

El enfoque hacia los empleados incluye, por ejemplo:

- Progreso de las condiciones laborales (incluida la seguridad y salud laboral) y de la satisfacción en el trabajo.
- Concordancia de la vida laboral y familiar.
- Paridad de oportunidades y variedad
- Formación y desarrollo de la plantilla (incluida la Planificación de la carrera profesional).
- Comunicación/información a los empleados y participación en las decisiones de la empresa remuneración justa y responsable, apoyo económico para los trabajadores (por ejemplo: sistemas de pensiones, préstamos sin interés).

2.4.3 La Responsabilidad Social en el Ámbito Legal

Responsabilidad Social es el encargo de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, carencia, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y ignorancia y, que compete a todo tipo de estructuras (empresa, estado, universidad), para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad, con el aporte de soluciones basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno.

A lo extenso del tiempo, las trabas que ha atravesado la humanidad han obligado a buscar un marco legal para institucionalizar la responsabilidad social a través de declaraciones, pactos y creación de organizaciones.

Los conceptos de Responsabilidad Social y Ética van angostamente ligados entre sí, ya que la ética es el saber que nos orienta la conducta reflexivamente y cuyo fin es la toma de decisiones prudentes y justas y, la responsabilidad social es una forma de gestión que tiene y debe guiarse por la toma de decisiones prudentes y justas.

Desde la perspectiva jurídica, y, más concretamente, desde el ámbito del Derecho mercantil, la idea de la Compromiso Social en el ámbito legal no representa una novedad tan significativa. Desde luego, el propósito del “ánimo de lucro” aparece recogido en nuestro Código de comercio, como un fin característico de la actividad económica de los comerciantes y de las sociedades mercantiles.

No obstante esta significativa realidad, son numerosos los factores que, en el plano doctrinal y en el legislativo, permiten relativizar tanto el significado del clásico ánimo de lucro, como el de la moderna idea de creación de valor para el accionista, en cuanto objetivos esenciales y únicos de las sociedades y los empresarios mercantiles. (GUILBERT, 2012)

Las cepas de la Responsabilidad Social, al menos desde un diseño de corte jurídico, han de ser buscadas en ese amplio y heterogéneo conjunto de ideas que, no obstante su relieve, no se ha llegado a plasmar en la realidad jurídica de la empresa con la misma intensidad del fenómeno que nos ocupa. Además, el propósito de lograr una empresa socialmente responsable se predica de todo tipo de empresas, e, incluso, de todo tipo de organizaciones, con independencia de su dimensión, de su titularidad o de su diferente naturaleza jurídica.

2.5 La Constitución como base legal de la Responsabilidad Social en el Ecuador

Para llegar a la noción actual de Responsabilidad Social se parte de la Constitución de la República del Ecuador.

Los títulos más relevantes en relación al presente artículo son Título II: Derechos, Título VI: Régimen de desarrollo y el Título VII: Régimen del buen

vivir. En conjunto, los dos últimos establecen un conjunto de normas o reglas para institucionalizar los Derechos del Título II.

La Constitución Ecuatoriana aprobada en referéndum en septiembre de 2008, en el capítulo VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR (Sumac Kawsay) en sus artículos 340 a 394, trata sobre la educación y manifiesta que existirá una institución pública, con autonomía, sujeta a evaluación interna y externa, que promueva la calidad de la educación, la ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, respetando la biodiversidad, recursos naturales y cuidando el suelo, agua y biosfera. (LESSER, 2008)

Las leyes y reglamentos dictadas por el Gobierno Nacional tienen que estar acordes a las necesidades de los habitantes del país, esto permitirá la consecución de los objetivos, y a su vez un direccionamiento a los intereses nacionales que permita un mejoramiento de los estándares de vida de los ecuatorianos.

En tanto que la Ley de Educación Superior en su Capítulo I trata sobre las instituciones y la colectividad y específicamente en su artículo 3, indica que las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior tienen como misión la búsqueda de la verdad, el desarrollo de las culturas: universal y ancestral Ecuatoriana, de la ciencia y la tecnología, mediante la docencia, la investigación, la gestión y la vinculación con la colectividad, para preparar profesionales en los niveles de pregrado y posgrado, líderes, con pensamiento crítico y conciencia social, de manera que contribuyan eficazmente al mejoramiento de la producción intelectual y de bienes y servicios de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad y la planificación del Estado.

2.6 Responsabilidad Filantrópica De Las Pymes

Los términos responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE) se ven cada vez con más frecuencia en diferentes publicaciones enfocadas a los negocios y también en las páginas de internet de los grandes corporativos. Generalmente se identifican con actividades filantrópicas, remedios a la contaminación ambiental debida a la forma de producción y el desarrollo sustentable de la empresa, así como de la comunidad donde ésta se encuentra.

El compromiso filantrópico de las pequeñas y medianas empresas es el incesante encargo del ejercicio en comportarse éticamente y apoyar al desarrollo económico mientras que se mejora la calidad de vida de la fuerza laboral y sus familias, también como de la comunidad local y sociedad en general. Trata sobre los esfuerzos de mejora al interior de la empresa, como son las condiciones de trabajo y de vida de los colaboradores y accionistas cuidando e incrementando sus rendimientos. También atiende la comercialización y producción responsable, así como la ética empresarial. Al exterior se realizan esfuerzos que favorezcan las condiciones económicas y ambientales de proveedores, clientes, familia de los colaboradores, así como de la comunidad donde se encuentra la empresa.

La responsabilidad social deduce una deuda y obligación moral hacia dentro y fuera de la sociedad y su medio. Reconoce y acepta los favores y las consecuencias de la generación de riqueza, generando también otro tipo diferente a la del capital monetario. Se trata de la generación de riqueza de capital social. El capital social al que se refiere este artículo es aquel que genera la responsabilidad social. Comprende a la conciencia cívica, la solidaridad, la ética y demás valores que permiten la capacidad de asociación y fortalecimiento de todos los actores y redes sociales para lograr el desarrollo equitativo y sustentable en un inicio dentro de las organizaciones, luego hacia su entorno y por consiguiente en su país. También consiste en la confianza

entre las personas, la cuál es necesaria para que se manifieste lo anterior. El capital social es capital para generar bienestar individual y colectivo.

La Responsabilidad Social entendida de manera global, deberá permanecer integrada en toda la cadena de valor y actuar como factor estratégico y herramienta de gestión y control, que permita articular la rentabilidad económica a la social.

En cuanto a la responsabilidad filantrópica de las pequeñas y medianas empresas, lo que se trata en definitiva, es de conjugar los objetivos económicos, sociales y medioambientales y conciliar, evidentemente, los fines que persigue la empresa con los de la sociedad.

El primer paso para gestionar de forma idónea la Responsabilidad Social Empresarial será confeccionar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, incluyendo en el mismo una memoria de sostenibilidad, herramienta de comunicación eficaz, sistemática y transparente que utilizan las empresas para informar sobre sus actuaciones en el ámbito del desarrollo y la gestión sostenible, entendiéndose esta como un modelo de gestión que persigue el triple objetivo de crear valor para el accionista, la sociedad en general y el medioambiente. (Játiva, 2007)

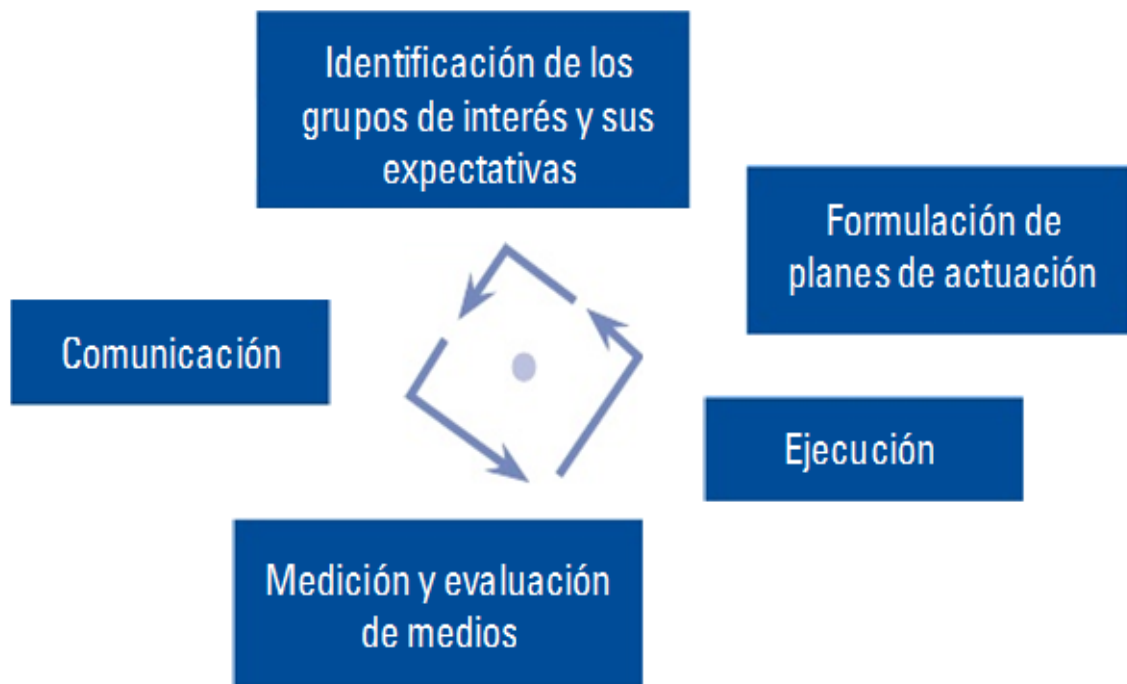
Las actividades de RSE orientadas a la sociedad pueden hacer referencia a:

- Integración social y/o laboral a nivel local.
- Mejoras de las infraestructuras locales.
- Donaciones en metálico o en especie a instituciones sociales locales (por ejemplo, escuelas, hospitales, asociaciones medioambientales, organizaciones culturales, clubes deportivos o de ocio, etc.) apoyo a la sociedad en un sentido amplio (poblaciones de países en desarrollo).

CAPÍTULO III: CREACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PYMES

3.1. Formulación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico N°3.1: Fases en el Proceso de Implantación de la Responsabilidad Social en las PYMES



Fuente: RSE en las pequeñas y medianas empresas

Elaborado: Rodríguez Margarita

Identificación de los Grupos de Interés y sus expectativas

La identificación de las expectativas y demandas de los grupos de interés; así como la integración de los mismos en la estrategia de la empresa, es una de las herramientas más poderosas para el éxito de un posicionamiento socialmente responsable.

Una apuesta estratégica en este sentido es especialmente recomendable en un contexto socio-económico como el actual, donde valores como la transparencia, la comunicación y el diálogo como elementos diferenciales son esenciales a la hora de potenciar la sostenibilidad a largo plazo de la organización.

Los grupos de interés para las pequeñas y medianas empresas

Los grupos de interés no tienen por qué ser solo locales (por ejemplo, los impactos sobre el medio ambiente, o sobre proveedores pertenecientes a otros entornos).

Los grupos de interés no son sólo organizaciones y grupos formales (incluyen individuos, comunidades y redes informales por ejemplo, una comunidad de vecinos).

Los grupos de interés cambian en el tiempo. La identificación de estos grupos es un proceso continuo. (Diálogos con los grupos de interés, 2012)

- Pasos a dar en la identificación de grupos de interés:

Paso 1: Haga una lista de las funciones que se desarrollan en la empresa.

Paso 2: Identifique los grupos y actores que tienen un interés en cada una de las funciones anteriores.

Paso 3: Identifique las expectativas que tienen esos grupos hacia su empresa.

Paso 4: Evalúe la importancia de cada uno de esos grupos.

Paso 5: Priorización de los grupos de interés siguiendo criterios como:

- Influencia sobre la empresa.
- Influencia de la empresa sobre los grupos de interés.
- Importancia de la relación.
- Calidad de la relación: positiva o negativa.
- Expectativas y necesidades de la empresa y de los grupos de interés.
- Temas importantes de la relación.
- Duración de la relación.
- Frecuencia del contacto.
- Eventos, experiencias cruciales: huelgas, prensa negativa, conflictos con vecinos, etc.

- Formulación de planes de actuación

El producto final de la fase anterior sería la identificación de las áreas de mejora.

A partir de las áreas identificadas, es la empresa quien decide cuáles son las que, de manera inmediata, abordará. Los criterios para esta selección se ajustarán en último término a la naturaleza, características, posibilidades y factibilidad de cada empresa. La empresa, a partir de esta selección de áreas de mejora, iniciará progresivamente algunas, dejando para su desarrollo posterior otras. Una vez priorizadas las áreas de mejora a abordar, se deben establecer los objetivos y acciones que se llevarán a cabo para alcanzarlos. Los criterios utilizados para la valoración de las acciones planteadas son:

- Importancia

- Costo o viabilidad económica

- Notoriedad

En base a los resultados obtenidos, se agregan las valoraciones y se obtiene una valoración media de cada acción planteada y, en consecuencia, una jerarquización de todas ellas. (Responsabilidad Social para PYMES, 2011)

- **Ejecución:** Una vez identificados los grupos de interés prioritario y realizado el diagnóstico de la situación existente, la empresa suele determinar qué políticas de Responsabilidad Social son prioritarias de acuerdo con múltiples factores críticos: naturaleza, tamaño del negocio, recursos económicos y humanos, estrategia general de la compañía, valores corporativos, etc. Desde el comienzo de la fase de ejecución, estos factores se tienen en cuenta en el diseño de las políticas de Responsabilidad Social y en la metodología de trabajo, con el fin de hacer que las mismas permeabilicen a todos los niveles de la organización. (Responsabilidad Social para PYMES, 2011)

Dada la amplitud del marco de la Responsabilidad Social, y siempre en función del tamaño de la empresa, puede resultar más operativo crear pequeños proyectos o grupos de trabajo para cada proyecto, en aquellos dirigidos a la gestión de las relaciones con un grupo de interés específico.

Muchas empresas diseñan desde el principio políticas susceptibles de ser medibles a través de indicadores, de manera que se permita conocer su grado de eficacia e impacto sobre el objetivo perseguido, su valor añadido al negocio y se pueda desarrollar, en su caso, una pauta de mejora continua. No obstante, como más adelante se indica, la medición corresponde a una fase más avanzada que no todas las empresas se pueden permitir.

En cualquier caso, resulta conveniente una delimitación lo más clara posible de objetivos en materia de Responsabilidad Social, de manera que sean:

- Realistas y alcanzables a medio y largo plazo (no tienen por qué ser necesariamente ambiciosos).
- Eficientes en relación con el fin general perseguido.

- **Medición y evaluación de medios:** La medición es un factor que puede resultar de utilidad en la implantación de un plan de Responsabilidad Social, aunque no siempre es necesario. Precisamente uno de los grandes desafíos a los que tiene que hacer frente cualquier política de gestión de la responsabilidad social son las dificultades que plantea la medición de intangibles, cuya repercusión a corto plazo no es visible fácilmente.

Determinados indicadores, cuantitativos y cualitativos son utilizados por diversas empresas como una herramienta importante para conocer no sólo el grado de eficacia de la medida en relación con sus beneficiarios, sino su impacto en relación con el objetivo perseguido. Cada día con mayor frecuencia, las pequeñas y medianas empresas son conscientes del alto porcentaje que los activos intangibles representan, y de la importancia de conocer ese valor. Resulta conveniente que los mecanismos de medición sean suficientemente claros, evitando que resulten demasiado prolijos o complejos, de manera que no supongan una carga administrativa excesiva que la empresa, sobre todo las pequeñas y medianas empresas, no pueda gestionar.

La evaluación en la empresa debe ser una actividad continua y permanente. Sin embargo, también la podemos ver como la última etapa del desarrollo de una empresa. (La Mejora continua, 2012)

En la etapa de evaluación se lleva a cabo un análisis de los resultados de la gestión empresarial. El objetivo de esta evaluación es corregir el rumbo si hay desviaciones o bien, apuntalar los logros. Se tienen que establecer canales y procedimientos de retroalimentación.

- **Comunicación:** Busca cambiar el enfoque de comunicación hacia uno centrado en la relación entre la empresa y sus grupos de interés, a través del diálogo como proceso permanente y el desarrollo de reportes de sustentabilidad.

Contempla:

- Estrategia y plan de comunicación (interno y externo)
- Reporte de sustentabilidad

3.2. Aplicación del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas

Es posible trabajar en diferentes fases a la vez, dependiendo del grado de desarrollo de la empresa en los ámbitos concretos.

Fase 1. Identificación de los grupos de interés y sus expectativas

Para una pequeña o mediana empresa, se ha de determinar cuál es su punto de partida, para ello se precisa la aplicación de un análisis. El establecimiento podrá hacer un análisis de la situación para poder centrar los esfuerzos hacia aquellos aspectos que han obtenido resultados negativos.

Para organizar el proceso de implantación de medidas socialmente responsables, ejemplaremos que los resultados del análisis afirman que un establecimiento tiene problemas en los siguientes aspectos: (Fundamentación Valenciana de la Calidad, 2006)

Cuadro Nº 3.1

Problemas	Descripción
Asuntos Ambientales	Bajo nivel de respeto y protección del medio ambiente
Baja Responsabilidad Social con los clientes	Bajo desinterés por el servicio o producto que recibe el cliente en cuanto a la calidad a precio
Baja Responsabilidad Social con los empleados	Bajo nivel de estímulos con salarios pocos atractivos para la expectativas de los empleados

Elaborado: Autor

Dado que la agrupación ha desenmascarado estos aspectos que les ocasiona inconvenientes, tiene la obligación de identificar a los grupos de interés y conocer sus necesidades y posibilidades.

El primer problema que presenta hipotéticamente la empresa, es lo relacionado con lo ambiental, que se traduce con un bajo nivel de respeto y protección del medio ambiente. El segundo problema de la empresa hipotética, tiene que ver con la baja responsabilidad que tiene la organización con sus clientes, esto se evidencia por la falta de calidad y altos costo en los servicios o productos que comercializa una empresa con sus clientes.

El tercer problema que presenta la empresa hipotética, es su baja responsabilidad social con sus empleados, lo cual se puede evidenciar por los bajos salarios que podrían recibir los empleados que laboran en las instalaciones de la empresa hipotética.

Para los problemas de la empresa, el grupo de involucrados podrá presentar sus necesidades e incertidumbres, como se puede visualizar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3.2

Grupo de involucrados	Necesidades e incertidumbres
Los Trabajadores	Salarios pocos competitivos
	Condiciones de trabajos inseguras
	Descuido de relaciones familiares
	Falta de igualdad de oportunidades

Elaborado: Autor

Para las pequeñas y medianas empresas, en un mercado cada vez más competitivo donde el talento y los valores intangibles de los empleados son cada vez más recursos escasos, atraer y retener a los mejores empleados representa una ventaja evidente.

Cuadro N°3.3

Grupo de involucrados	Necesidades e incertidumbres
Clientes	Insatisfacción en el consumo de los clientes
	Mala calidad del producto
	Desconfianza en la calidad de productos

Elaborado: Autor

Con respecto a los consumidores y clientes, la empresa es también responsable de sus productos/servicios, así como del uso e impacto de los mismos a largo plazo, sobre los clientes, consumidores y la sociedad en general.

Cuadro N°3.4

Grupo de involucrados	Necesidades e incertidumbres
Comunidad	Falta de involucramiento con la sociedad en temas sociales
	Problemas sociales insatisfechos

Elaborado: Autor

La colaboración de la empresa con la comunidad ha sido considerada desde siempre parte de la RSC. Más tarde el principio de caridad se complementó con el “principio de administración”, instando a la empresa a mirar por el interés del público, en tanto que era responsable de la administración de recursos

públicos, que afectaban a los distintos miembros de la sociedad. Pero, al mismo tiempo, la filantropía ha sido utilizada como una herramienta de Marketing, con el fin de ganarse el favor de los públicos de interés.

La empresa actualmente “gestiona” la relación con la comunidad desde la doble perspectiva:

- Como herramienta para ganarse el favor de los públicos de interés
- Y para resolver las necesidades sociales y medioambientales.

Las empresas no pueden conformarse con el obsoleto argumento de que la generación de empleo y de riqueza ya justifica su contribución a la mejora de la sociedad. Es más, las PYMES están muy bien posicionadas para consolidar su relación con las comunidades donde operan, ya que normalmente suelen ser un referente de las mismas y en muchos casos sus gestores están muy vinculados con la red social, medioambiental, cultural

Posteriormente, la PYME tiene la obligación de alinear su misión hacia el establecimiento de medidas responsables que satisfagan las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y que encajen con la estrategia que persigue la empresa.

En términos de RSC, lo que se pretende es que esas “acciones sociales” se integren como un elemento natural en la estrategia de negocio. Es más, la reputación no se trata tan sólo de una cuestión de filantropía: las empresas deben realizar acciones que tengan un impacto positivo en su estrategia de negocio, desde distintos puntos de vista. Ser un “buen ciudadano” seguro que beneficiará más a su cuenta de resultados que si no lo es.

Cuadro N°3.5

Grupo de involucrados	Necesidades e incertidumbres
Medio Ambiente	Emisión de desechos contaminantes
	Uso desmesurado de Agua
	Uso desmesurado de energía eléctrica

Elaborado: Autor

Fase 2.- Plan de Acción

En esta fase se desplegará el Plan de acción que tiene como objetivo la solución de las necesidades e incertidumbre de los involucrados para la cual se realizará el siguiente cuadro.

Cuadro N° 3.6

Grupo de involucrados	Plan de Acción
Los trabajadores	Priorizar el empleo estable y de calidad, frente a la subcontratación o los contratos temporales.
	Mantener el entorno y condiciones de trabajo seguras y saludables.
	Facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar.
	Fomentar la igualdad de oportunidades.

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.7

Grupo de involucrados	Plan de Acción
Clientes	Conocer el grado de satisfacción y fidelidad de los clientes.
	Garantizar la seguridad y calidad del producto o servicio.
	Fomentar la comunicación fluida con los clientes.

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.8

Grupo de involucrados	Plan de Acción
Comunidad	Donaciones o patrocinios a ONGs, iniciativas sociales, culturales, deportivas, medioambientales, de cooperación al desarrollo.
	Dar preferencia a los problemas sociales.

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.9

Grupo de involucrados	Plan de Acción
Medio Ambiente	Sistema de Reciclaje de basura
	Sistema de Ahorro de Ahorro
	Sistema de ahorro de energía eléctrica

Elaborado: Autor

Para la consecución del plan de acción se deberán establecerse los procesos de información, participación y consulta recíproca con los grupos de interés (especialmente con los trabajadores y los consumidores, por tanto, deberán reforzarse los mecanismos de comunicación interna y externa y dicha función.

En esta fase la organización debe plantearse si las capacidades y la formación de los trabajadores implicados en el despliegue del plan de acción son las precisas para su efectivo desarrollo.

Fase 3.- Ejecución

En esta fase se tienen que poner en prácticas el plan de acción descritos en la etapa anterior.

Cuadro Nº3.10

Grupo de involucrados	Ejecución
Los trabajadores	Dar seguridad en el empleo, pago digno y oportunidades de progreso
	<ul style="list-style-type: none"> •Comprobar de manera sistemática y periódica el cumplimiento de la legislación en materia de seguridad y salud. <p>Identificar los riesgos potenciales y tomar acciones preventivas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad de horarios. • Compatibilidad de turnos. • Reparto equitativo del trabajo. • Eliminación o reducción de horas extraordinarias.
	Considerar los principios, desde la selección de personal, la contratación, la retribución, la formación continua, el desarrollo profesional, la participación, la publicidad de igualdad de género, la procedencia cultural.

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.11

Grupo de involucrados	Ejecución
Clientes	<p>Realizando encuestas periódicas a los clientes.</p> <p>Preguntas directas en las negociaciones o procesos de venta.</p> <p>Establecer canales de comunicación de quejas, reclamaciones, sugerencias. Analizarlas, clasificarlas periódicamente para tomar las acciones oportunas.</p>
	<p>Los productos y servicios deben cumplir los requisitos legales y reglamentarios con respecto a la calidad y seguridad.</p> <p>La empresa debe manifestar expresamente dicho compromiso y certificarlo, ante los clientes y consumidores.</p> <p>Ofrecer productos/servicios que respondan a las expectativas de los clientes en cuanto a calidad y fiabilidad.</p> <p>Establecer canales de</p>

	<p>comunicación fluida y eficiente.</p> <p>Teléfono para clientes, teléfono de atención al consumidor, buzón de sugerencias, correo electrónico.</p> <p>Crear una base de datos por clientes para tener un registro de la trazabilidad de la relación con los mismos.</p>
--	---

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.12

Grupo de involucrados	Ejecución
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar las causas sociales, medioambientales, locales, regionales o nacionales que sean. • Mediante donaciones monetarias o en especie a instituciones de la región. • Evaluar el impacto directo e indirecto de las donaciones. • En las donaciones dar preferencia a aquellos situados en los alrededores del impacto social.

Elaborado: Autor

Cuadro N°3.13

Grupo de involucrados	Ejecución
Medio Ambiente	Designar un presupuesto destinado a la creación de un Sistema de Reciclaje de basura
	Designar un presupuesto destinado a la creación de un Sistema de Ahorro de Ahorro
	Designar un presupuesto destinado a la creación de un Sistema de ahorro de energía eléctrica

Elaborado: Autor

Fase 4.- Evaluación de Medios

Una vez transcurrido el periodo establecido, es necesario evaluar la efectividad de las medidas implantadas. Para ello la empresa tiene que desarrollar un Informe de Evaluación.

El informe de Evaluación contendrá los siguientes puntos:

1. Contexto general en el que se encuentra la empresa.
2. Políticas definidas en materia de Responsabilidad Social.
3. Resultados de las medidas aplicadas.
4. Principales avances en materia de Responsabilidad Social.
5. Trabas encontradas en el avance hacia la Responsabilidad Social.
6. Retos para el futuro y conclusiones.

Cuadro N°3.14

Ámbito	Grupo de Interés	Período de Aplicación	Indicador
Social	Trabajadores	2 de Febrero del 2012 al 2 de Febrero del 2013	Objetivos Alcanzados/Objetivos Propuestos
Social	Clientes	5 de Abril del 2012 al 5 de Abril del 2013	Objetivos Alcanzados/Objetivos Propuestos
Social	Comunidad	27 de Julio del 2012 al 27 de Julio del 2013	Objetivos Alcanzados/Objetivos Propuestos
Ambiental	Medio Ambiente	8 de Agosto del 2012 al 8 de Agosto del 2013	Objetivos Alcanzados/Objetivos Propuestos

Elaborado: Autor

En esta fase el Comité de Gestión deberá evaluar el cumplimiento del Plan de Acción en cada una de las áreas o departamentos. Es el momento de: (Determinación de la formulación continua, 2011)

- Calcular los indicadores de cumplimiento de objetivos.
- Establecer y analizar las razones de las desviaciones con respecto a los objetivos.
- Determinar propuestas y Conclusiones.

Fase 5. Comunicación

En esta fase la organización puede plantearse la comunicación externa de los resultados en su Informe Anual o elaborando un informe específico: Memoria de Sostenibilidad.

Este punto sobresale porque se dará a conocer a los directivos de las pequeñas y medianas empresas sobre la situación de la empresa, los logros alcanzados en materia de objetivos propuestos, y en base a eso se tomarán los respectivos correctivos.

3.3. Conclusiones del Modelo de Gestión de Responsabilidad Social para las pequeñas y medianas empresas

Desde el punto de vista de las empresas que ya han trabajado con el modelo, éste les ha servido como reflexión, dado que nunca antes nos habíamos planteado la posibilidad de poner por escrito la RSE que llevamos a cabo, y ahora lo hemos visto plasmado y somos conscientes de ello.

Un apartado que hay que tener en cuenta es que el modelo no proporciona ningún valor de referencia, ni ningún intervalo, ni un mínimo y un máximo, para saber dónde estás y dónde debes ir, lo que ayudaría mucho.

No obstante, el modelo sí que está pensado para que en un futuro próximo se pueda llevar a cabo entre empresas o para gestionar la evolución de los indicadores a lo largo del tiempo, tal y como se podrían cuestionar las pequeñas y medianas empresas.

La mayoría de las empresas consideran que el mero hecho de implantar el modelo las fuerza a observar qué hacen, lo que les permite reflexionar e identificar puntos en los que no había reparado antes y que ahora pienso que

los incorporaré en las prácticas de RSE.(Modelo de Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial, 2010)

En cuanto al formato, la mayoría de las empresas consideran que las tres áreas económica, ambiental y social están bien compensadas y que el formato en tres fases del modelo permite integrar la Responsabilidad Social Empresarial, según el tamaño de la empresa y la capacidad de sus recursos.

Este modo de implantación por fases permite ver dónde puedes introducir cambios para que el modelo cubra todas las líneas.

Es un modelo con una cobertura muy buena, que la mayoría de las empresas podrían aplicar en el futuro, a pesar de que sería conveniente incluir una introducción completa en la guía sobre Responsabilidad Social Empresarial.

Finalmente, el modelo que proponemos aquí para la implantación de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y medianas empresas permite que la empresa elabore un primer diagnóstico y realice una reflexión sobre qué factores clave ya está tratando y cómo lo está haciendo, y cuáles no trata y por qué motivo.

El hecho de que los factores clave sean aplicables a todas las pymes hace que, en un futuro, puedan compararse entre sí y, por lo tanto, posibilita que las empresas realicen un cierto análisis comparativo de sus prácticas con las de otras pequeñas y medianas empresas.

Además, cada empresa puede valorar en qué ámbitos debería llevar a cabo políticas concretas e identificar los indicadores que puede utilizar para su gestión y medición.

El objetivo es incorporar los criterios de la Responsabilidad Social Empresarial para cada problema particular, no porque sea una obligación, sino porque, tal y como lo ponen de manifiesto varios estudios, esto permite:

- Reducir riesgos laborales;
- Incrementar la productividad;
- Construir confianza, legitimidad y credibilidad;
- Generar innovación tanto en procesos de gestión como en productos y servicios.

Entendemos, por lo tanto, que la RSE se convierte así en un factor de competitividad para las pequeñas y medianas empresas, de modo que tiene que afrontarse desde una perspectiva de oportunidad y de inversión, en vez de verla como un incremento de los costes.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental.

El principio de transparencia constituye la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones; las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la RSE.

La implementación del modelo de gestión de RSE en las PYMES mejorará la imagen y reputación de las mismas con: sus clientes, la comunidad y ante los órganos gubernamentales.

Al implementar políticas de ahorro, las PYMES tendrán una reducción de costos operativos y mejorará su administración financiera, lo que generará una mayor rentabilidad.

Siendo las PYMES en su mayoría proveedoras de bienes y servicios de grandes empresas que ya han incorporado RSE en su modelo de gestión, tendrán mayores oportunidades de negocio a gran escala.

Si las pequeñas y medianas empresas aplicarían el modelo de RSE, el clima laboral mejoraría, disminuiría la rotación de personal y se desarrollaría mayor confianza y lealtad en el recurso humano.

Con la implementación del modelo de RSE, las PYMES llegarían a ser organizaciones más humanas, eficientes, productivas, competitivas y rentables.

RECOMENDACIONES

La Responsabilidad Social Empresarial no tiene que ser visto simplemente como una definición, para el logro de este principio es necesario establecer al RSE como un campo de acción.

Socializar el presente documento con la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa CAPEIPI y propiciar su aplicación en las diferentes empresas afiliadas.

Promover la implementación del modelo de gestión de RSE en PYMES a través de incentivos tributarios por parte del Servicio de Rentas Internas SRI .

Definir un reporte de sostenibilidad para PYMES, con el fin de poder comparar los avances de RSE en este sector empresarial.

Financiar cursos de capacitación de RSE para PYMES a través de la Secretaria Técnica de Capacitación Profesional SETEC.

Financiar la consultoría e implementación del modelo de RSE en las PYMES por parte del Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador MIPRO

BIBLIOGRAFÍA

(Castillo Clavero, “Responsabilidad Social Empresarial”, Gestión Empresarial, pág. 23., 1986, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde books.google.com.ec

“La Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES, ejemplo práctico para fomentar la competitividad en las PYMES”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf

Alternativas de financiamiento de las pymes, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/aes.htm>

AXTLE, Miguel, “La Responsabilidad Social en las Pymes”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde:

http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2007/mayo/htm/responsabilidad_PYMES.htm

Casos internacionales y nacionales. Recopilación de buenas prácticas sobre RSE. IARSE. 2005. 43 p.

CASTILLO, Clavero, “Responsabilidad Social Empresarial”, pág. 2, 1990.

CLAVIJO, Julio, “La pequeña empresa en el Ecuador”, Fundación Ecuador Libre, extraído el 8 de mayo del 2012 desde:

http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:cap-no-154-qla-pequena-empresa-en-el-ecuadorq&catid=3:capsula-de-entorno-economico&Itemid=12

CLAVIJO, Julio, “La pequeña empresa en el Ecuador”, Fundación Ecuador Libre, extraído el 8 de mayo del 2012 desde:

http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:cap-no-154-qla-pequena-empresa-en-el-ecuadorq&catid=3:capsula-de-entorno-economico&Itemid=12

Consejo Empresario para el desarrollo sostenible, “Indicadores de responsabilidad para las cooperativas de usuarios”, RSE, Volumen 1.0, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde:

<http://es.scribd.com/doc/37130196/Indicadores-Para-Cooperativas>

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde <http://www.redceres.org/>

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde <http://www.redceres.org/>

Corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida profesional y personal. Alejandro Córdoba Largo, ESIC Editorial, 2007.

De las Casas, Álvaro, “Cómo implementar una estrategia de incentivos”, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde <http://www.infocapitalhumano.pe/informe-especial.php?id=19&t=programas-de-incentivos-como-desarrollar-una-estrategia-eficaz>

De las Casas, Álvaro, “Cómo implementar una estrategia de incentivos”, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde <http://www.infocapitalhumano.pe/informe-especial.php?id=19&t=programas-de-incentivos-como-desarrollar-una-estrategia-eficaz>

DIEZ DE CASTRO, E.P. (1982): La contribución de la empresa a los objetivos de la comunidad. En: Temas Actuales de Gestión de Empresas. Ed. Publicaciones del C.U.R., Sevilla.

Ecuapymes.com, “Qué son las pymes”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.ecuapymes.com/ecuapymes/queesunapyme.htm>

EMBED, Miguel, “Perfil Jurídico de la Responsabilidad Social Corporativa”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde.

portales.gva.es/c_economia/web/rveh/pdfs/n12/debate2_12.pdf

FERNANDEZ, Ricardo, “Responsabilidad Social Corporativa”, Editorial ECU, Pág. 404. Extraído el 8 de Mayo del 2012 desde.

<http://books.google.com.ec/books?id=295vqLh>

GUILBERT, José, “Empresa y Responsabilidad Social en Gispukoa”, Editorial Deusto, Universidad DEUSTO, Pág. 280, 2007, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde books.google.com.ec

Hoy.com.ec, “Ekos premia a pequeñas y medianas empresas”, Publicado el 04/Octubre/2010 | 00:14, extraído el 8 de Mayo desde:

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ekos-premia-a-pequenas-y-medianas-empresas-433392.html>

La pequeña empresa en el Ecuador”, Fundación Ecuador Libre, extraído el 8 de mayo del 2012 desde:

http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:cap-no-154-qla-pequena-empresa-en-el-ecuadorq&catid=3:capsula-de-entorno-economico&Itemid=12

La Responsabilidad Social Empresaria en las Pequeñas y Medianas Empresas Lesser, Ricardo. 2004 PAI - CIPRA – GTZ. 92 p.

La Responsabilidad Social en Ecuador, “Pocas empresas aplican la Responsabilidad Social en Ecuador”, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=12109

La Responsabilidad Social en Ecuador, “Pocas empresas aplican la Responsabilidad Social en Ecuador”, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=12109

LÓPEZ, Martín, “Responsabilidad Social Empresarial, como ventaja competitiva”, pág. 146, Setiembre, 2007, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde books.google.com.ec

Lucio Muñoz, “Gestión de la responsabilidad social corporativa en la PYME como ventaja competitiva y factor diferenciador”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde http://www.arearh.com/rrhh/gestion_responsabilidad.htm

MARCHAN, Loreto, “Actualizaciones para el Management y el desarrollo organizacional”, Editorial UVM, Primera edición, pág. 104, Viña del mar, 2006.

MOMBERG, Manuel, “Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales”, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde:

<http://www.eumed.net/libros/2008c/436/Elementos%20o%20implicancias%20de%20la%20RSE.htm>

MOMBERG, Manuel, Responsabilidad Social Empresarial, como ventaja competitiva”, Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde:

<http://www.eumed.net/libros/2008c/436/Concepto%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>

Norma ISO 26000, “Guía sobre responsabilidad social”, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde <http://www.rlc.fao.org/proyecto/iniciativa/pdf/iso26000.pdf>

Norma ISO 26000, “Guía sobre responsabilidad social”, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde <http://www.rlc.fao.org/proyectoiniciativa/pdf/iso26000.pdf>

Norma ISO 26000, “Guía sobre responsabilidad social”, extraído el 7 de Mayo del 2012 desde <http://www.rlc.fao.org/proyectoiniciativa/pdf/iso26000.pdf>

Observatorio socioeconómico de Paterna, “desarrollo Social Empresarial”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.adlpaterna.com/>

Pan Nacional de Desarrollo 2007-2010, “Micro, pequeña y mediana empresa”. extraído el 8 de Mayo del 2012 desde:

http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=68d75caf-d3bd-4ef4-8180-b3f53418711a&groupId=10136

Plan de Gobierno para el Distrito Metropolitano de Quito, extraído el 8 de mayo del 2012 desde

http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Documentos/Plan_de_Gobierno_Augusto_Barrera.pdf

Plan de Gobierno para el Distrito Metropolitano de Quito, extraído el 8 de mayo del 2012 desde

http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Documentos/Plan_de_Gobierno_Augusto_Barrera.pdf

Plan de Gobierno para el Distrito Metropolitano de Quito, extraído el 8 de mayo del 2012 desde

http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Documentos/Plan_de_Gobierno_Augusto_Barrera.pdf

REYNO, Manuel, “La Responsabilidad Social Empresarial, como ventaja competitiva”, Gestión Empresarial, pág. 70, 2007, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde

<http://books.google.com.ec/books?id=KLvGEqv5JXIC&pg=PA70&dq>

RIVERO, Pedro, “La responsabilidad social empresarial en las pymes”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2195027>

RIVERO, Pedro, “La responsabilidad social empresarial en las pymes”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2195027>

SUDREAU, “Teoría de la Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva”, extraído el 8 de Mayo del 2012 desde

<http://www.eumed.net/libros/2008c/436/Teoria%20sobre%20la%20responsabilidad%20social%20de%20la%20empresa.htm>

VARGAS, Angeles, “Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de asesoría financiera en la ciudad de Quito”, EPN, pág. 18, Quito, 2009.

Ventanilla única Empresarial, “Requisitos para constituir una empresa”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>

Ventanilla única Empresarial, “Requisitos para constituir una empresa”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>

Ventanilla única Empresarial, “Requisitos para constituir una empresa”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>

Ventanilla única Empresarial, “Requisitos para constituir una empresa”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>

Ventanilla única Empresarial, “Requisitos para constituir una empresa”, extraído el 8 de mayo del 2012 desde <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>

VITERI, Jorge, “ Responsabilidad Social”, extraído el 9 de Mayo del 2012 desde http://ingenieria.ute.edu.ec/enfoqueute/index.php?option=com_content&view=article&id=116:responsabilidad-social&catid=41:facultad&Itemid=183

ANEXOS

1.- Requisitos para constituir una compañía

Requisitos para Constituir una Compañía

- ▶ Aprobación del nombre de la Compañía

Trámite

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación

Copia de cédula.

- ▶ Apertura cuenta de Integración de Capital
- ▶ Celebrar la Escritura Pública
- ▶ Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución
- ▶ Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras
- ▼ Cumplir con las disposiciones de la Resolución
- ▶ Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil
- ▶ Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía
- ▶ Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil
- ▶ Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías
- ▶ Obtener el RUC
- ▶ Retirar la cuenta de Integración de Capital
- ▶ Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía
- ▶ Obtener permiso para imprimir Facturas

2. Obtener la Patente Municipal y Certificado de Inscripción ante la Dirección

REGISTRO DE PATENTES

OBJETIVO DEL TRÁMITE

Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.

No están obligadas a obtener Registro de Patente Municipal, las personas que se hallen en el libre ejercicio profesiona

REGISTRO DE PATENTE: PERSONAS NATURALES

Requisitos generales:

1. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales"
2. Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
3. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
4. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
5. Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

REQUISITOS PARA CASOS ESPECIALES:

- Copia legible del Certificado de la calificación artesanal (otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano).-
- Original y copia legible del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo, para los establecimientos que desarrollan actividad turística.

Pasos del trámite:

1. Solicitar el formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales" en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja). El valor de la tasa de trámite para el pago de patente, se incluirá en el Comprobante de Pago de la liquidación de dicho impuesto.
2. Llenar la solicitud con letra imprenta o máquina.
3. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja), donde se le indicará el monto de la liquidación correspondiente. (No se aceptará documentación incompleta, incorrecta o ilegible).
4. Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones el valor de la liquidación.

Nota: La cancelación del tributo se efectuará en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

Financiera

3. Nombramientos de la Directiva de la Compañía

Trámite

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Documentación

- Ninguna

Descarga de Documentos

- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente.

4. Obtener el Ruc

▶ Obtener el RUC

Trámite

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

5. Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía

▶ Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía

Trámite

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
3. Copia de un planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

Descarga de Documentos

- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.